

PROGRAMA ANALITICĂ / FIȘA DISCIPLINEI
1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică
Departamentul	Management, Administrarea Afacerilor și Turism
Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / economist

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ETICA ÎN AFACERI				
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Liliana SCUTARU				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Liliana SCUTARU				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorii formative a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DD
	Categorii de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	32
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	30
II d) Tutoriat	
III Examinări	2
IV Alte activități:	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	92
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• Sala de curs va fi dotată cu calculator, acces la internet, videoproiector, software specific disciplinei, prezentări Power Point, coli de hârtie pentru flipchart, mobilier didactic.	
Desfășurare aplicații	Seminar	• Sala de seminar va fi dotată cu calculator, acces la internet, videoproiector, software specific disciplinei, prezentări Power Point, coli de hârtie pentru flipchart, mobilier didactic.
	Laborator	• -
	Proiect	• -

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific eticii și moralei în afaceri; • Capacitatea de a explica și interpreta procese, fenomene, stări, teorii/idei și tendințe circumscrise domeniului de studii; • Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea instrumentarului de cunoaștere a mediului de afaceri și de
-------------------------	--

	<p>fundamentare a deciziei de afaceri prin intermediul principiilor etice;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea principiilor etice în sfera afacerilor.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă; <ul style="list-style-type: none"> ○ Explicarea obiectivelor și principiilor ce guvernează desfășurarea activității economice; • Cunoașterea, explicarea și interpretarea ideilor, proceselor, fenomenelor, stărilor și tendințelor specifice mediului de afaceri din perspectivă etică și morală; • Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale la dinamica mediului economic.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarizarea studenților cu noțiunile specifice eticii în afaceri; • Însușirea problemelor referitoare la conceptele de etică, morală, conștiință morală, comportament etic în organizații, coduri de etică, responsabilitate socială corporatistă; • Studierea efectelor produse de aplicarea eticii în afaceri.
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Curs: Familiarizarea cu conceptul de etică în afaceri; • Analiza problemelor specifice eticii și moralității în afaceri; • Cunoașterea și înțelegerea principiilor de bază ale aplicării eticii la nivelul organizațiilor. <p>Seminar: Cunoașterea:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rolului eticii în afaceri și a efectelor produse de aplicarea ei în organizații; • Importanței codului etic în organizații; • Modalităților de elaborare a codurilor de etică; • Avantajele elaborării codului de etică.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<p>CAPITOLUL 1. NOȚIUNI GENERALE DE ETICĂ</p> <p>1.1. Etimologie, definiții și delimitări conceptuale ale eticii</p> <p>1.2. Scurt istoric și abordări ale eticii</p> <p>1.3. Rolul și funcțiile eticii în societate</p>	4	prelegerea, expunerea, conversația	Discuții
<p>CAPITOLUL 2. MORALA ȘI CONȘTIINȚA MORALĂ</p> <p>2.1. Conceptele de morală și moralitate</p> <p>2.2. Valorile morale fundamentale</p> <p>2.3. Legea morală și normele sociale</p> <p>2.4. Simțul etic sau conștiința morală</p> <p>2.5. Responsabilitatea morală</p>	4	prelegerea, explicația, conversația	Discuții
<p>CAPITOLUL 3. ETICA ȘI MANAGEMENTUL</p> <p>3.1. Rolul managerilor în promovarea comportamentului etic</p> <p>3.2. Modalități ce pot fi folosite pentru încurajarea comportamentului etic în organizații</p> <p>3.3. Încrederea între participanții la viața economică</p> <p>3.4. Comunicarea onestă și tratamentul corect – componente ale comportamentului etic</p> <p>3.5. Dilemele etice în afaceri</p> <p>3.6. Analiza și soluționarea problemelor etice</p>	6	prelegerea, explicația, conversația	Discuții
<p>CAPITOLUL 4. ETICA ÎN AFACERI</p> <p>4.1. Nivelurile de aplicare ale eticii în afaceri</p> <p>4.2. Comportamente neetice în organizații</p> <p>4.3. Etica în afaceri și organizații</p> <p>4.4. Dimensiuni ale eticii în organizație</p> <p>4.5. Principiile eticii în afaceri. Piramida responsabilității sociale</p>	4	prelegerea, expunerea, conversația	Discuții
<p>CAPITOLUL 5. CODURILE DE ETICĂ ȘI IMPORTANȚA LOR ÎN ORGANIZAȚII</p> <p>5.1. Ce este un cod de etică</p> <p>5.2. Rolul și obiectivele codului de etică</p> <p>5.3. Avantajele elaborării codurilor de etică</p> <p>5.4. Conținutul unui cod de conduită etică al unei organizații</p> <p>5.5. Reguli și modalități de formulare a unui cod de etică</p> <p>5.6. Comunicarea și monitorizarea codului de etică</p> <p>5.7. Persoane și organisme însărcinate cu asigurarea climatului etic</p> <p>5.8. Auditul de etică</p>	6	prelegerea, expunerea, conversația	Discuții

CAPITOLUL 6. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATISTĂ 6.1. Responsabilitatea socială și morală a afacerilor 6.2. Responsabilizarea morală a investitorilor. Investiții etice	4	prelegerea, expunerea, conversația	Discuții
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Agheorghiesei, Daniela Tatiana, <i>Etica în afaceri</i>, Suport de curs, Centrul de Studii Europene, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011 2. Bădescu, Valentin Stelian, <i>Etica în afaceri</i>, Editura ProUniversitaria, 2014 3. Brișcaru, Aurica, <i>Globalizare etică. Responsabilitate socială corporativă</i>, Editura Institutul European, Iași, 2012 4. Chiriac, Violeta, <i>Etica și eficiența profesională</i>, Editura Bic All, București, 2005 5. Corodeanu, Daniela Tatiana, <i>Etica în administrația publică. Dileme etice în organizații și instrumente pentru rezolvarea acestora</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2007 6. Covery, Stephen, <i>Etica liderului eficient, conducerea bazată pe principii</i>, Editura Alfa, București, 2006 7. Crane, A., Matten, D., <i>Business Ethics. A European Perspective</i>, Oxford University Press, 2004. 8. Crăciun, Dan, <i>Etica în afaceri</i>, carte în format digital, www.ase.ro 9. Crăciun, Dan, Morar, Vasile, Macovicu, Vasile, <i>Etica afacerilor</i>, Editura Paideia, București, 2005 10. Dăianu, Daniel, Vrâncănu, Radu, <i>Frontiere etice ale capitalismului</i>, Editura Polirom, Iași, 2006 11. Diaconu, Bogdan, <i>Etica Societății instituționalizate. Trei dimensiuni ale responsabilității sociale: legea, statul și mediul de afaceri</i>, Editura Curtea Veche, București, 2009 12. Frunză, Sandu, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i>, Editura Tritonic, București, 2011 13. Gavrilesco, Liviu, Titu Fodor, Traian, <i>Unsprezece porunci ale managerului etic: studii de caz în etica managerială</i>, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2006 14. Gonczy, Ștefan, <i>Etica managerială. Etica în afaceri</i>, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2006 15. Grigoraș, Ioan, <i>Datorie și lege morală. Responsabilitate și liber arbitru</i>, Editura Sf. Mina, Iași, 2005 16. Heintz, Monica, <i>Etica muncii la românii de azi</i>, Editura Curtea Veche, București, 2005 17. Iamandi, Irina, Filip, Radu, <i>Etică și responsabilitate socială corporativă în afaceri internaționale</i>, Editura Economică, București, 2008 18. Ionescu, Gheorghe, Vădăsan, Ioana, <i>Etica afacerilor</i>, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2005 19. Ionescu, Gheorghe, Bibu, Nicolae, Munteanu, Valentin, <i>Etica în afaceri</i>, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2006 20. Maxim, Tudor – Sorin, <i>Responsabilitate morală</i>, Editura Mușatinii, Suceava, 2000 21. Maxim, Tudor – Sorin, <i>Toleranța. Dreptul la diferență</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2004 22. Morar, Vasile, <i>Etica în afaceri și politică. Morală elementară și responsabilitate socială</i>, Editura Universității din București, 2006 23. Morar, Vasile, Lazăr, Gheorghită, <i>Etica profesională și a afacerilor</i>, Editura Universității București, 2005. 24. Morar, Vasile, <i>Etica și afacerile. Morală elementară și responsabilitate socială</i>, carte în format digital, www.unibuc.ro 25. Mureșan, Valentin, <i>Managementul etic al organizațiilor</i>, Editura Universității din București, 2009 26. Mureșan, Valentin, <i>Situația managementului etic în România</i>, disponibil on-line: http://www.ccea.ro/home/publicatii/articole/muresan-valentin-situatia-managementuluietic-inromania 27. Nica, Panaite, Agheorghiesei, Daniela, <i>Conflicte și etică în MRU</i>. Suport de curs FEAA, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2009 28. Oprea, Luminița, <i>Responsabilitate socială corporativă. De la teorie la practică</i>, Editura Tritonic, București, 2005 29. Parsons, Patricia J., <i>Ethics in public relations: a guide to best practice</i>, Kogan Page Limited, Londra, 2004 30. Pop Coțuț, Ioana, <i>Introducere în etica afacerilor</i>, Editura Universității din Oradea, 2008 31. Popa, Mirela, <i>Etica afacerilor și managementul</i>, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj- Napoca, 2006 32. Popa, Mirela, <i>Etică în afaceri</i>, Suport de curs FȘEGA, Centrul de Formare Continuă și Învățământ la Distanță, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, 2009 33. Preda, Marian, <i>Comportament organizațional: teorii, exerciții și studii de caz</i>, Editura Polirom, 2006 34. Scutaru, Liliana, <i>Etica în afaceri</i>, Note de curs, Universitatea Ștefan cel Mare din Suceava, FSEAP, 2013 35. Singer, Peter, <i>Tratat de etică</i>, Editura Polirom, 2006 36. Țigu, Gabriela, <i>Etica afacerilor în turism</i>, Editura Uranus, București, 2003 37. Vasilescu, Ionuț Cristian, <i>Etica afacerilor și globalizarea, cazul României</i>, Editura Universul, București, 2006 38. *** Comisia Europeană, <i>Communication concerning Corporate Social responsibility: A business contribution to Sustainable Development</i>, http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/csr2002_col_en.pdf 			
Bibliografie minimală			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Agheorghiesei, Daniela Tatiana, <i>Etica în afaceri</i>, Suport de curs, Centrul de Studii Europene, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011 2. Brișcaru, Aurica, <i>Globalizare etică. Responsabilitate socială corporativă</i>, Editura Institutul European, Iași, 2012 3. Crăciun, Dan, <i>Etica în afaceri</i>, carte în format digital, www.ase.ro 			

4. Scutaru, Liliana, *Etica în afaceri*, Note de curs, Universitatea Ștefan cel Mare din Suceava, FSEAP, 2013
5. Frunză, Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011
6. Morar, Vasile, *Etica și afacerile. Morală elementară și responsabilitate socială*, carte în format digital, www.unibuc.ro

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Dilemele etice în afaceri. Studii de caz	6	explicația, conversația, discuții interactive	Discuții interactive
• Niveluri de aplicare a eticii în firmele românești. Studii de caz	6	explicația, conversația, discuții interactive	Discuții interactive
• Rolul managerului în promovarea comportamentului etic. Studiu de caz	4	explicația, discuții interactive, aplicații	Discuții interactive
• Codul de etică. Rol. Obiective. Conținut.	2	explicația, conversația, discuții interactive, aplicații	Discuții interactive
• Conceperea și formularea unui cod de etică. Criterii de elaborare. Studii de caz	6	explicația, conversația, discuții interactive, aplicații	Discuții interactive
• Responsabilitatea socială corporatistă. Piramida responsabilității sociale	4	explicația, conversația, discuții interactive	Discuții interactive

Bibliografie

1. Agheorghiesei, Daniela Tatiana, *Etica în afaceri*, Suport de curs, Centrul de Studii Europene, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011
2. Brișcaru, Aurica, *Globalizare etică. Responsabilitate socială corporativă*, Editura Institutul European, Iași, 2012
3. Corodeanu, Daniela Tatiana, *Etica în administrația publică. Dileme etice în organizații și instrumente pentru rezolvarea acestora*, Editura Tehnopress, Iași, 2007
4. Covery, Stephen, *Etica liderului eficient, conducerea bazată pe principii*, Editura Alfa, București, 2006
5. Crăciun, Dan, *Etica în afaceri*, carte în format digital, www.ase.ro
6. Crăciun, Dan, Morar, Vasile, Macovicu, Vasile, *Etica afacerilor*, Editura Paideia, București, 2005
7. Dăianu, Daniel, Vrânceanu, Radu, *Frontiere etice ale capitalismului*, Editura Polirom, Iași, 2006
8. Diaconu, Bogdan, *Etica Societății instituționalizate. Trei dimensiuni ale responsabilității sociale: legea, statul și mediul de afaceri*, Editura Curtea Veche, București, 2009
9. Frunză, Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011
10. Gavrilesu, Liviu, Titu Fodor, Traian, *Unsprezece porunci ale managerului etic: studii de caz în etica managerială*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2006
11. Goncz, Ștefan, *Etica managerială. Etica în afaceri*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2006
12. Iamandi, Irina, Filip, Radu, *Etică și responsabilitate socială corporativă în afaceri internaționale*, Editura Economică, București, 2008
13. Ionescu, Gheorghe, Bibu, Nicolae, Munteanu, Valentin, *Etica în afaceri*, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2006
14. Maxim, Tudor – Sorin, *Responsabilitate morală*, Editura Mușatinii, Suceava, 2000
15. Maxim, Tudor – Sorin, *Toleranța. Dreptul la diferență*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2004
16. Morar, Vasile, *Etica în afaceri și politică. Morală elementară și responsabilitate socială*, Editura Universității din București, 2006
17. Morar, Vasile, Lazăr, Gheorghită, *Etica profesională și a afacerilor*, Editura Universității București, 2005.
18. Mureșan, Valentin, *Managementul etic al organizațiilor*, Editura Universității din București, 2009
19. Mureșan, Valentin, *Situația managementului etic în România*, disponibil on-line: <http://www.ccea.ro/home/publicatii/articole/muresan-valentin-situatia-managementuluietic-inromania>
20. Nica, Panaite, Agheorghiesei, Daniela, *Conflicte și etică în MRU*. Suport de curs FEAA, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2009
21. Pop Coțuț, Ioana, *Introducere în etica afacerilor*, Editura Universității din Oradea, 2008
22. Popa, Mirela, *Etica afacerilor și managementul*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj- Napoca, 2006
23. Popa, Mirela, *Etică în afaceri*, Suport de curs FȘEGA, Centrul de Formare Continuă și Învățământ la Distanță, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, 2009
24. Scutaru, Liliana, *Etica în afaceri*, Note de curs, Universitatea Ștefan cel Mare din Suceava, FSEAP, 2013
25. Singer, Peter, *Tratat de etică*, Editura Polirom, 2006
26. Țigu, Gabriela, *Etica afacerilor în turism*, Editura Uranus, București, 2003
27. *** Comisia Europeană, *Communication concerning Corporate Social responsibility: A business contribution to Sustainable Development*, http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/csr2002_col_en.pdf

Bibliografie minimală

1. Agheorghiesei, Daniela Tatiana, *Etica în afaceri*, Suport de curs, Centrul de Studii Europene, Universitatea Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2011
2. Brișcaru, Aurica, *Globalizare etică. Responsabilitate socială corporativă*, Editura Institutul European, Iași,

2012

3. Scutaru, Liliana, *Etica în afaceri*, Note de curs, Universitatea Ștefan cel Mare din Suceava, FSEAP, 2013
4. Frunză, Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011

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

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu cel al disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii.
- Participarea la conferințe organizate sub auspiciile FSEAP, reuniuni de lucru, dezbateri, mese rotunde, întâlniri cu oameni de afaceri sau responsabili pe domenii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Cunoașterea și înțelegerea conceptelor de bază cu privire la etica în afaceri și utilizarea corectă a termenilor de specialitate.	Examen scris cu întrebări grilă Nota la teorie minim 5	50%
Seminar	Înșușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate la curs Capacitatea de a explica și utiliza corect noțiunile prezentate Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate	Participare activă; Evaluare continuă Prezentarea portofoliului Nota minimă 5	40% +10%
Laborator			
Proiect			
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea conceptelor de bază cu privire la etică, morală, cod de conduită, responsabilitate socială corporatistă. 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
23.09.2018	Lect. univ. dr. Liliana SCUTARU	Lect. univ. dr. Liliana SCUTARU

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
24.09.2018	Prof. univ. dr. Cristian Valentin HAPENCIUC

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
08.10.2018	Prof. univ. dr. Carmen Eugenia NĂSTASE

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Științe Economice și Administrație Publică
Departamentul	Management, Administrarea Afacerilor și Turism
Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Proiectarea și dezvoltarea produselor și serviciilor					
Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Pavel STANCIU					
Titularul activităților de seminar	Drd Mihai COSTEA					
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Examen	
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară					DD
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)					DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	42
II d) Tutoriat	-
III Examinări	2
IV Alte activități:	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	92
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	150
Numărul de credite	6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	• Economia întreprinderii
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Se impune parcurgerea anticipată a bibliografiei indicate, în vederea dezbaterii cu profesorul; • Prezența la orele de curs este obligatorie pentru toți studenții.
Desfășurare aplicații	<p>Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi tolerată/acceptată întârzierea studenților la seminar; • Prezența la orele de seminar este obligatorie pentru toți studenții.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea, înțelegerea și însușirea unui limbaj economic adecvat proiectării și dezvoltării produselor și serviciilor; • Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea metodelor și tehnicilor de evaluare a produselor și serviciilor funcție de aria de proveniență; • Definierea și descrierea principalelor noțiuni, legități, procese și fenomene economice din domeniul productiv și al serviciilor, explicarea evoluției lor, evaluarea consecințelor pe care le au asupra economiilor naționale / regionale / locale, în contextul globalizării; • Valorificarea rezultatelor obținute din analize, studii și proiecte economico-geografice. • Capacitatea de a explica și interpreta procese, fenomene, stări, teorii/idei și tendințe circumscrise domeniului de studii; • Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea instrumentarului de cunoaștere a mediului de afaceri și de analiză a repartiției în teritoriu a resurselor aferente; • Evidențierea preocupărilor actuale și de perspectivă în valorificarea economică a resurselor și materiilor prime; • Proiectarea, implementarea și îmbunătățirea sistemelor de management; • Managementul firmei și gestionarea resurselor; • Elaborarea unor studii și proiecte de specialitate, interpretarea documentației tehnice, economice și manageriale.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă; • Autoevaluarea nevoii de formare profesională continuă în scopul inserției și adaptabilității la cerințele pieței; • Elaborarea și interpretarea documentației tehnice, economice și manageriale • Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale la dinamica teritorială a mediului economic.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Disciplina Proiectarea și dezvoltarea produselor și serviciilor își propune să contribuie la însușirea de către studenți a noțiunilor fundamentale privind conceperea de produse noi sau dezvoltarea de servicii competitiv.
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Delimitarea direcțiilor teoretico-aplicative cuprinse în sfera managementului activităților de producție și de servicii • Prezentarea dimensiunilor fundamentale ale activităților antreprenoriale din sfera producției și de serviciilor; • Expunerea unor aspecte relevante cu privire la structura de producție, concepție și dezvoltare a produselor și serviciilor; • Prezentarea unor metode reprezentative de organizare a proceselor de producție; • Etapizarea procesului de dezvoltare a unor noi produse și servicii în cadrul întreprinderilor; • Explicarea modului de calcul al indicatorilor valorici de fundamentare a producției • Prezentarea problematicii calității produselor și a serviciilor în contextul economiei bazate pe cunoștințe • Promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice în domeniul producerii de bunuri și servicii; • Deprinderea studenților cu metodele și instrumentele economice de analiză specifice, în scopul elaborării și realizării unor proiecte privind conceperea de produse noi sau dezvoltarea de servicii îmbunătățite, competitive

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Elemente introductive din sfera economiei serviciilor și managementul producției	2	Expunere	Prezentare PPT
2. Abordarea procesuală a întreprinderii	2	Expunere	Prezentare PPT
3. Elemente de logistică în cadrul întreprinderii	2	Prelegere / dezbateri	Prezentare PPT

4. Gestiunea funcțiunii de producție	2	Expunere	Prezentare PPT
5. Conceptul de proiectare	6	Prelegere / dezbateri	Prezentare PPT
6. Relația proiectare - intuiție	2	Prelegere / dezbateri	Prezentare PPT
7. Conceptul de produs nou. Ciclul de viață al unui produs	4	Prelegere / dezbateri	Prezentare PPT
8. Etapele dezvoltării de produse noi și servicii competitive	4	Prelegere / dezbateri	Prezentare PPT
9. Elemente generale privind lansarea și promovarea produsului nou.	2	Prelegere / dezbateri	Prezentare PPT
10. Managementul inovării și transferului tehnologic	2	Prelegere / dezbateri	Prezentare PPT
Bibliografie			
1. Burciu, A. (coord). (2008). <i>Introducere în management</i> , Editura Economică, București.			
2. Drăghici, G., Concepția de noi produse, metode și mijloace, www.mec.utt.ro/~draghici/dragh_tmcr01.pdf .			
3. Drucker, P. (1992). <i>The new society of organizations</i> . Harvard Business Review, 5, pp.95-104.			
4. Ionescu, V.C. (2010). <i>Managementul producției și serviciilor</i> , Editura Universitară, București.			
5. Kotler, P. (1997). <i>Managementul marketingului</i> , editura Teora, București.			
6. Kotler, P., Armstrong, J., Saunders, J., Wong, V. (1998). <i>Principiile marketingului</i> , Editura Teora, București.			
7. Militaru, G. (2008). <i>Managementul producției și al operațiunilor</i> , Editura All, București.			
8. Moore, W.L., Pessemier, E.A. (1993). <i>Product planning and management: designing and deliveries value</i> , McGraw-Hill International Editions, Singapore.			
9. Naghi, M., Stegorean, R. (2004). <i>Managementul producției industriale</i> , Editura Dacia, Cluj-Napoca.			
10. Peters, T. (1997). <i>The Circle of Innovation</i> , Alfred A. Knoph, New York.			
11. Popinceanu, N.G., Puiu, V., <i>Organe de mașini. Principii de proiectare</i> , Ed. Junimea Iași, 2003.			
12. Rotaru, G., Stanciu, S. (2005). <i>Studiul mărfurilor-noțiuni fundamentale</i> , Editura Academică, Galați.			
13. Stanciu, P. (2018). <i>Proiectarea și dezvoltarea produselor și serviciilor</i> , note de curs, Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava.			
Bibliografie minimală			
14. Burciu, A. (coord). (2008). <i>Introducere în management</i> , Editura Economică, București.			
15. Ionescu, V.C. (2010). <i>Managementul producției și serviciilor</i> , Editura Universitară, București.			
16. Stanciu, P. (2018). <i>Proiectarea și dezvoltarea produselor și serviciilor</i> , note de curs, Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava.			

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Identificarea de oportunități pe piața locală în vederea lansării unui produs sau serviciu nou	4	Dezbateri	
2. Idei de îmbunătățire a 5 produse și/sau servicii locale	4	Problematizare	
3. Inovație vs. invenție	2	Expunere și dezbateri	
4. Eșecul în proiectarea și dezvoltarea de produse și servicii	4	Dezbateri	
5. Analiza SWOT/A`WOT a unui produs nou sau serviciu competitiv	4	Expunere Lucrul în echipă	
6. Despre durata de viață a unui produs, calitate, managementul calității	4	Problematizare	
7. Logo, sigla, marca și brandul. OSIM și protejarea mărcii	2	Expunere	
8. Proiectarea și dezvoltarea unui produs turistic	2	Dezbateri Lucrul în echipă	
9. Prezentare și evaluare proiecte	2		
Bibliografie			
1. Burciu, A. (coord). (2008). <i>Introducere în management</i> , Editura Economică, București.			
2. Ionescu, V.C. (2010). <i>Managementul producției și serviciilor</i> , Editura Universitară, București.			
3. Stanciu, P. (2018). <i>Proiectarea și dezvoltarea produselor și serviciilor</i> , note de curs, Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava.			
Bibliografie minimală			
1. Stanciu, P. (2018). <i>Proiectarea și dezvoltarea produselor și serviciilor</i> , note de curs, Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava.			

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

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Înșușirea conținutului teoretic conceptual al disciplinei predate; Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeelelor specifice disciplinei;	Examen scris clasic; Accesul la examen este condiționat de obținerea notei 5 la evaluarea seminarului.	50%
Seminar	Înșușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar . Capacitatea de a utiliza corect și de a explica noțiunile fundamentale ale disciplinei.	Evaluare continuă pe parcursul semestrului (pe baza testelor-grilă și activităților individuale și de grup susținute în cadrul seminariilor: sarcini de grup, studiu individual, studiu de caz, aplicații practice)	50%
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Înșușirea principalelor noțiuni, idei, teorii ale managementului; cunoașterea problemelor de bază din domeniu; • Nota 5 pentru fiecare dintre cele două forme de evaluare. 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
20.09.2018	Lect. univ. dr. Pavel STANCIU	Drd. Mihai COSTEA

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
24.09.2018	Prof. univ. dr. Cristian Valentin HAPENCIUC

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
08.10.2018	Prof. univ. dr. Carmen Eugenia NĂSTASE

FIȘA DISCIPLINEI
(licență)

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică
Departamentul	Economie, Informatica Economică și Gestiunea Afacerilor
Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Economia Comertului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Limba straina-Limba engleza				
Titularul activităților de curs	-				
Titularul activităților de seminar	Dr. Oana Strugaru				
Anul de studiu	II	Semestrul	I	Tipul de evaluare	C
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DC
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

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

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	30 ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	15
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	5
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
II d) Tutoriat	-
III Examinări	2
IV Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	28
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	60
Numărul de credite	2

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Limba engleza generala
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> Abilitati de comunicare scrisa și orala în limba engleza la nivel B1

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Nu este cazul 	
Desfășurare aplicații	Seminar	<ul style="list-style-type: none"> Echipament de redare audio/video
	Laborator	<ul style="list-style-type: none"> Nu este cazul
	Proiect	<ul style="list-style-type: none"> Nu este cazul

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a reda și descrie fapte folosind vocabular de specialitate; Capacitatea de a redacta și reda o structura discursiva în aria de specialitate; Capacitatea de a formula întrebări și argumenta răspunsuri;
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și utilizarea adecvată a terminologiei de specialitate, precum și a structurilor gramaticale aplicate și aplicabile limbajului de specialitate;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Autoevaluarea permanentă prin angajarea în efectuarea sarcinilor de lucru pe parcursul orelor • Capacitatea de a concepe și redacta o lucrare de specialitate; • Capacitatea de a citi și interpreta grafice într-un context profesional dat; • Capacitatea de exprimare și argumentare orală și scrisă; • Capacitatea de a decoda și extrage informația ca rezultat al unui proces de lectură a unui text cu caracter economic;

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Folosirea structurilor lexico-gramaticale specifice limbii engleze în comunicarea clară, concisă și coerentă a informațiilor de natură profesională către interlocutori; • Dezvoltarea capacității de a concepe și organiza texte/discursuri cu caracter informativ, descriptiv și explicativ
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea abilității de comunicare orală și scrisă în contexte profesionale specifice; • Exersarea actelor de limbaj în interacțiunea de tip profesional și semi-profesional pe teme specifice domeniului economic; • Încurajarea exprimării opiniilor proprii prin propunerea spre discuție a unor teme privind realități economice de actualitate

8. Conținuturi

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

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Evaluare inițială – Grammar review	2	Reading, writing, vocabulary practice	
• Make a short presentation: - Vocabulary review - Prepare the introduction; - Sequence points and make a summary - Give a short presentation	4	Reading, speaking, vocabulary practice	
• Presenting facts and figures: - Numerals review - Using numbers and commenting figures - Introducing a visual - Describing a visual and using approximations	6	Writing, speaking, vocabulary practice	
• Getting attention: - Opening a presentation - Presentation techniques - Introductory strategies	4	Reading, writing, speaking, conversation	
• Inserting information: - Extracting main ideas - Giving details - Signposting - Connecting points - Arguing	4	Reading, writing, speaking, group-work	
• Concluding a presentation - Make a strong conclusion	4	Reading, writing, speaking	

- Review summary of main points - Summing up strategies			
• Discussing presentation styles: - Formal language vs. informal language	2	Reading, writing, speaking	
• Revision of main themes	2	Reading, writing	
Bibliografie			
• Intelligent business coursebook			
• Intelligent Business- skill book			
• Longman Dictionary			
• Gramatica limbii engleze-Levitschi			
Bibliografie minimală			
• Intelligent business coursebook			

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

<ul style="list-style-type: none"> • Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu disciplinele similare de la alte unități de învățământ superior din țară și au ca scop predarea unor noțiuni care pot fi folosite de către student în orice situație de comunicare în limba engleză în domeniul afacerilor. • Participarea la evenimente științifice din țară și din străinătate la care studenții pot prezenta conținut științific în limba engleză.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs			
Seminar	Indeplinirea unor obiective specifice	Evaluare orală	50%
Laborator			
Proiect	Cunoașterea elementelor de baza de vocabular și a structurilor de comunicare specifice	Evaluare orală	50%
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea adecvată a structurilor lexico-gramaticale studiate în cadrul unui context de comunicare specific domeniului economic. • Coerenta și coeziunea ideilor prezentate 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE” DIN SUCEAVA
Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ
Departamentul	MANAGEMENT, ADMINISTRAREA AFACERILOR ȘI TURISM
Domeniul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
Ciclul de studii	LICENȚĂ
Programul de studii/calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT				
Titularul activităților de curs	As.univ.drd Lazăr Andreea – Gabriela				
Titularul activităților de seminar	As.univ.drd Lazăr Andreea – Gabriela				
Anul de studiu	II	Semestrul	I	Tipul de evaluare	PROBĂ DE VERIFICARE
Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DC
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	1	Curs		Seminar		Laborator		Proiect	
I b) Totalul de ore din planul de învățământ	14	Curs		Seminar		Laborator		Proiect	

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

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	9
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	25
Numărul de credite	2**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	Nu este cazul	
Desfășurare aplicații	Seminar	Sală de sport, bazin de înot, sală de forță
	Laborator	Nu este cazul
	Proiect	Nu este cazul

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea formelor de manifestare ale funcțiilor organismului în efort;• Desfășurarea activităților practice fără a periclită integritatea corporală a partenerilor și a adversarilor;• Aplicarea eficientă a cunoștințelor și deprinderilor însușite din disciplinele sportive propuse în programa analitică;• Conștientizarea posturii corecte a corpului și acționarea pentru atitudinilor deficiente posturale• Demonstrarea exercițiilor fizice în partea introductivă a lecției de Educație fizică și sport.• Capacitatea de a transpune în practică informațiile dobândite și a deprinderilor specifice în organizarea și practicarea competițională / necompetițională a unor ramuri de sport corespunzător disponibilităților fizice și intereselor individuale.• Capacitatea de a analiza și evalua concursurile sportive, din perspectiva spectatorului.• Capacitatea de a transpune exercițiile fizice în activitatea de loisir.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• Preocuparea pentru informarea sportivă sistematică;• Disponibilitate pentru receptarea și conformarea la mesajele transmise de către profesor, colegi și parteneri de activitate;• Adaptabilitatea și flexibilitatea în realizarea obiectivelor stabilite sau autopropuse;• Atitudini critice față de comportamentele neadecvate;• Interes și preocupare permanentă pentru aspectul estetic al atitudinii corporale și a gesturilor motrice proprii.

7. Obiectivele disciplinei

Obiectivele disciplinei	<p>Obiectivele educației fizice pot fi înțelese ca fiind materializarea finalităților sub toate aspectele concretizate în progresele individului în plan somatic, funcțional, cognitiv, motric, afectiv și social în funcție de cerința și evoluția societății.</p> <p>Obiectivele de referință:</p> <ul style="list-style-type: none">• optimizarea dezvoltării fizice a organismului, a indicilor morfologici și funcționali și a atitudinii corecte a corpului;• perfecționarea capacității motrice generale a studenților, necesară desfășurării activității sportive;• îmbogățirea sistemului de cunoștințe, deprinderi, priceperi motrice, utilitar aplicative și specifice unor ramuri de sport;• dezvoltarea ritmicității motrice și expresivității mișcărilor;• înzestrarea studenților cu tehnicile de activitate independentă;• formarea și educarea spiritului de autodepășire, a trăsăturilor moral-volitiv, a capacității de apreciere și autoapreciere și formarea deprinderilor igienico-sanitare.• educarea sociabilității, a spiritului de ordine și acțiune având la bază respectarea unui sistem de reguli.
-------------------------	---

<p>Conținutul instruirii Se va menționa și nr.de ore /teme/aplicatii</p>	<p>Conținutul lucrărilor practice Protecția muncii ATLETISM.....2h</p> <ol style="list-style-type: none"> Înșușirea tehnicii de execuție a exercițiilor care compun: <ul style="list-style-type: none"> școala alergării; școala săriturii; școala aruncării. Formarea cunoștințelor, priceperilor și deprinderilor de a selecționa și folosi structuri de exerciții din școala atletismului, sub formă algoritmică, în vederea pregătirii organismului pentru diferite eforturi (de învățare motrică, de dezvoltare a calităților motrice, consolidare a deprinderilor motrice etc.) Exerciții și jocuri pentru diferite forme de alergare, săritură și aruncare <p>GIMNASTICA.....2 h</p> <p><i>I. Exerciții de bază pentru aparatul locomotor</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Exerciții libere Exerciții la banca de gimnastică, la scara fixă <p><i>II. Exerciții de dezvoltare fizică generală</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Exerciții pentru dezvoltarea forței musculare (musculatura membrelor superioare, inferioare, abdominale, spatelui) Exerciții pentru dezvoltarea elasticității musculare și a mobilității articulare (coloana vertebrală și a articulațiile coxo-femorale) Exerciții pentru dezvoltarea capacității de relaxare (membrelor superioare, inferioare și a trunchiului) Exerciții pentru formarea ținutei corecte <p><i>III. Exerciții aplicative</i></p> <p><i>IV. Elemente acrobatice cu caracter static și dinamic</i></p> <p>SALA DE FORȚĂ.....2h</p> <ol style="list-style-type: none"> Dezvoltarea musculaturii membrelor superioare, membrelor inferioare, abdomenului, spatelui prin exerciții la aparate. Prezentarea noțiunilor și indicațiilor ce trebuie respectate la lucrul la aparate Creșterea forței principalelor grupe musculare. Folosirea procedurii în circuit
<p>Strategii didactice</p>	<p>Aplicații:</p> <ul style="list-style-type: none"> resurse procedurale: <i>moduri de organizare (, grup /pereche, individual)</i> resurse materiale: <p>Sală de sport. Sală de fitness Pistă atletism. Mingi jocuri sportive, mingi medicinale, mingi de oină, saltea gimnastică, cronometru</p>

Evaluare

Forma de evaluare finală (E-examen, C-colocviu, LP-lucrari de control)		Verificare practică
Forme și metode de evaluare	- Forța principalelor grupe musculare (abdomene, menținere în atârnat și genuflexiuni)	50 %
(exprimare procentuală)	- atitudinea studenților față de disciplină, precum și progresul realizat	30 %
	- participarea la competiții sportive	20 %

Precizați instrumentele de evaluare formativă (pe parcurs): pentru curs și aplicații	
Precizați instrumentele de evaluare finală: colocviu individual	
Standarde curriculare de performanță	<p>Standarde minime pentru nota 5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • participarea studenților la orele de educație fizică și sport - 50%; • Forța principalelor grupe musculare <p>Standarde minime pentru nota 10:</p> <ul style="list-style-type: none"> • participarea studenților la orele de educație fizică și sport - 80%; • Forța principalelor grupe musculare
Bibliografie pentru elaborarea C/S/L/P	<p>[1] - Popescu, M., Educația fizică la studenți, București, 1996;</p> <p>[2] - Rață, G., Atletism, Editura Alma Mater, Bacău, 2002;</p> <p>[3]-Rață, G., Ababei, C., Predarea atletismului în școală, Editura Alma Mater, Bacău, 2003;</p> <p>[4]-Scarlat, E., Scarlat, M., B., Educație fizică și sport, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2002;</p> <p>[5]-Scarlat, E., Scarlat, M., B., Îndrumar de Educație Fizică Școlară, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., 2006.</p>
Bibliografie minimală pentru studenți	<p>[1] – Dumitru, G., Sănătate prin sport pe înțelesul fiecăruia, Federația Română Sportul pentru Toți, București, 1997;</p> <p>[2] – Drăgan, I., Cutura fizică și sănătatea, Editura Medicală, București, 1971.</p>

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
	<i>Lazar</i>	<i>Lazar</i>

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Științe Economice și Administrație Publică
Departamentul	Management, Administrarea Afacerilor și Turism
Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / Economist

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	TEHNICA OPERAȚIUNILOR DE TURISM				
Titularul activităților de curs	Lect.univ. dr. Pavel STANCIU				
Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Gabriela ARIONESEI				
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	11
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	28
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	28
II d) Tutoriat	-
III Examinări	2
IV Alte activități:	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	67
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sala de curs va fi dotată cu calculator, acces a internet, videoproiector, software specific disciplinei, prezentări Power Point, coli de hârtie pentru flipchart, mobilier didactic.
Desfășurare aplicații	<p>Seminar</p> <ul style="list-style-type: none"> Sala de seminar va fi dotată cu calculator, acces a internet, videoproiector, software specific disciplinei, prezentări Power Point, coli de hârtie pentru flipchart, mobilier didactic. Termenele și cerințele de predare a lucrărilor de seminar sunt stabilite de titularul disciplinei și comunicate studenților la primul seminar.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Să cunoască și să își însușească un limbajului specific care să demonstreze capacitatea de folosire adecvată a noțiunilor aferente operațiunilor din turism; • Să își însușească abilități de explicare și aplicare a metodelor, tehnicilor și instrumentelor aferente realizării prestațiilor în turism în condițiile unei gestionări și alocări eficiente a resurselor; • Să dezvolte deprinderi de identificare, explicare și utilizare a metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice gestionării eficiente a relației cu clienții și furnizorii și comercializării serviciilor turistice; • Să dezvolte abilități în privința fundamentării și proiectării prestațiilor de servicii turistice, atât în ceea ce privește personalul de contact, cât și cel de suport, cu implicații în asigurarea calității prestațiilor și managementul resurselor umane în cadrul unităților economice din turism.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Să demonstreze preocupare pentru perfecționarea rezultatelor activității profesionale prin asumarea de roluri într-o echipă multidisciplinară de muncă; • Să asume implicarea în activități de cercetare, cum ar fi documentarea, elaborarea unor aplicații practice care să vină în sprijinul mediului de afaceri din turism, eventual, redactarea unor articole de specialitate; • Să participe la realizarea de proiecte având caracter științific și să demonstreze capacitatea de a identifica oportunități pentru propria formare profesională în viitor.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarizarea studenților cu noțiunile, fenomenele, procesele specifice economiei sectorului turistic.
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Sporirea capacității de înțelegere a modului în care este organizată și funcționează piața turistică; • Dezvoltarea capacității studentului de a înțelege conținutul și componentele activității unităților de cazare, de alimentație, a agențiilor de turism și a altor entități economice cu profil turistic. • Deprinderea cunoștințelor și formarea abilităților generale necesare întocmirii documentelor de lucru și a contractelor utilizate în activitatea turistică internă și internațional; • Formarea abilităților necesare gestionării eficiente a principalelor tipuri de unități economice cu profil turistic în ceea ce privește stabilirea structurii pachetelor de produse oferite, a prețului, a modalităților de promovare și a tehnicilor de distribuire a acestora.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Introducere 1.1. Prezentarea obiectivelor generale și specifice 1.2. Sinteza cursului 1.3. Considerații generale referitoare la tehnica operațiunilor de turism	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
2. Definirea noțiunilor legate de tehnica turismului 2.1. Elementele operațiunilor de tehnică a turismului 2.2. Definirea industriei ospitalității 2.3. Agenții economici din turism	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
3. Agențiile de turism 3.1. Definiere conceptuală și tipologie 3.2. Rețele de agenții și agenții de distribuție 3.3. Modalități de promovare a produselor turistice 3.4. Strategii de comercializare a produselor turistice	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
4. Organizarea agenției de turism și operațiunile tehnice ale acesteia 4.1. Principalele activități ale agenției de turism 4.2. Structura tehnică a unei agenții de turism 4.3. Documentația și documentele agenției de turism 4.4. Personalul agenției de turism	4	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
5. Tour-operatorii 5.1. Definiere conceptuală și tipologie	4	Prezentare PPT însoțită de	

5.2. Strategiile de activitate ale tour-operatorilor 5.3. Turismatica		prelegere	
6. Operațiuni de contractare între operatorii și intermediarii din turism 6.1. Contractul între hotelier și intermediarii din turism 6.2. Contractul de hotelărie 6.3. Contractul de reprezentare 6.4. Contractul cu transportatorul aerian	3	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
7. Contractele de asociere în turism 7.1. Contractul de franciză 7.2. Contractul de time-sharing 7.3. Contractul de asociere hotelieră 7.4. Operațiuni și înțelegeri precontractuale	3	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
8. Instrumente și modalități de plată în turism 8.1. Cecul de călătorie 8.2. Cartea de credit 8.3. Numerarul 8.4. Voucherul	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
9. Servicii de transport în turism 9.1. Transportul turistic aerian 9.2. Transportul turistic maritim și naval 9.3. Transportul turistic feroviar 9.4. Transportul turistic maritim și naval	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
10. Operațiuni specifice restaurantelor 10.1. Tipuri de unități de alimentație 10.2. Tehnici de stabilire a prețurilor meniurilor oferite de restaurante	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
11. Tehnici de ghidaj 11.1. Categoriile de ghizi 11.2. Relația agent - agenție de turism - ghid 11.3. Obligațiile și atribuțiile ghidului de turism 11.4. Metodologia prezentării traseelor și obiectivelor turistice 11.5. Relaționarea cu grupul 11.6. Tehnica conducerii grupurilor de turiști	2	Prezentare PPT însoțită de prelegere	
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> Andrei R., Copețchi M., Dragnea L. – <i>Manual de tehnici operaționale în activitatea de turism</i>, Editura Irecson, București, 2006. Cristureanu C. - <i>Strategii și tranzacții în turismul internațional</i>, Editura CH Beck, București, 2006. Draica C. – <i>Turismul internațional, practici de elaborare și distribuție a produsului turistic</i>, Editura All Beck, București, 2003. Luca C., Chiriac A.C. – <i>Manualul practic al ghidului de turism</i>, Editura THR-CC, București, 2004. Luca C., Hurmuzescu D. – <i>Manualul practic al agentului de turism</i>, Editura THR-CG, București, 2004. Lupu N. – <i>Hotelul - economie și management</i>, ediția a VI-a, Editura C.H. Beck, București, 2010. Nedelea A.M. – <i>Piața turistică</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003. Niță, I., Niță, C-tin – <i>Piața turistică a României</i>, Editura Ecran Magazin, Brașov, 2000. Stanciu P. – <i>Tehnica operațiunilor de turism</i>, note de curs, anul II, Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică, Universitatea "Ștefan cel Mare", Suceava, 2018. Stanciu, P. – <i>Tehnica operațiunilor din agențiile de turism</i>, Editura Sedcom Libris, Iași, 2012. Stănculescu G. – <i>Managementul agenției de turism</i>, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Editura ASE, București, 2005. Stănculescu G. – <i>Managementul operațiunilor de turism</i>, Ediția a II-a, Editura All Beck, București, 2003. *** - <i>Documentație autorizare</i>, Ministerul Turismului, 2017, @turism.gov.ro/web. 			
Bibliografie minimală			
<ol style="list-style-type: none"> Stanciu, P. – <i>Tehnica operațiunilor din agențiile de turism</i>, Editura Sedcom Libris, Iași, 2012. Stanciu, P. – <i>Tehnica operațiunilor de turism</i>, note de curs, Universitatea "Ștefan cel Mare" din Suceava, FSEAP, 2018. 			

3. Stănciulescu G. – *Managementul operațiunilor de turism*, Ediția a II-a, Editura All Beck, București, 2003.
 4. *** - *Documentație autorizare*, Ministerul Turismului, 2017, @turism.gov.ro/web.

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Seminar introductiv. Prezentarea fișei disciplinei. Expunerea tematicii de seminarii și a cerințelor specifice disciplinei	1	Expunere	
Licență și brevetul de turism	3	Expunere, conversație, studiu de caz	
Tehnica operațiunilor unităților de transport	4	Expunere, conversație, studiu de caz	
Tehnica operațiunilor unităților de cazare	4	Expunere, conversație, studiu de caz	
Tehnica operațiunilor unităților de alimentație	4	Expunere, conversație, studiu de caz	
Tehnica operațiunilor agențiilor de turism	4	Expunere, conversație, studiu de caz	
Tehnica operațiunilor de ghid	4	Expunere, conversație, studiu de caz	
Tehnici de prim ajutor	2	Expunere, conversație, studiu de caz	
Prezentare proiect. Tehnica organizării unei excursii turistice	2	Joc de rol Exercițiul didactic	Proiect
	28		
Bibliografie			
1. Andrei R., Copețchi M., Dragnea L. – <i>Manual de tehnici operaționale în activitatea de turism</i> , Editura Irecson, București, 2006.			
2. Draica C. – <i>Turismul internațional, practici de elaborare și distribuție a produsului turistic</i> , Editura All Beck, București, 2003.			
3. Luca C., Chiriac A.C. – <i>Manualul practic al ghidului de turism</i> , Editura THR-CC, București, 2004.			
4. Luca C., Hurmuzescu D. – <i>Manualul practic al agentului de turism</i> , Editura THR-CG, București, 2004.			
5. Stanciu, P. – <i>Tehnica operațiunilor din agențiile de turism</i> , Editura Sedcom Libris, Iași, 2012.			
6. Stanciu P. – <i>Tehnica operațiunilor de turism</i> , note de curs, anul II, Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică, Universitatea "Ștefan cel Mare", Suceava, 2018.			
Bibliografie minimală			
1. Stanciu, P. – <i>Tehnica operațiunilor din agențiile de turism</i> , Editura Sedcom Libris, Iași, 2012.			

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

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii.
- Participarea la conferințe organizate sub auspiciile FSEAP, reuniuni de lucru, dezbateri, mese rotunde, întâlniri cu oameni de afaceri sau responsabili pe domenii.

4. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Cunoașterea terminologiei specifice operațiunilor de turism	<i>Examen oral</i> Accesul la examen este condiționat de obținerea notei 5 la evaluarea seminarului.	50%
	Cunoașterea și înțelegerea conținutului, tipologiei și caracteristicilor activității principalelor unități cu profil turistic		

	Cunoașterea și înțelegerea tehnicilor de stabilire a structurii pachetelor de produse oferite, a prețurilor, a modalităților de promovare și distribuire a acestora		
Seminar	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar	<i>Evaluare continuă pe parcursul semestrului și prezentare portofoliu la ultimul seminar.</i> Pregătirea unui portofoliu de fișe pe baza unor studii de caz pregătite de student pe parcursul semestrului. Portofoliul va conține un set de fișe care urmăresc tematica seminarelor și derularea cronologică a acestora. Portofoliul se susține public în cadrul ultimului seminar.	50%
	Înțelegerea și capacitatea de a explica și utiliza corect tehnicile și instrumentele specifice în ceea ce privește stabilirea structurii pachetelor de produse oferite, a prețului, a modalităților de promovare și a tehnicilor de distribuire a acestora		
Standard minim de performanță			
<i>Minimum nota 5 pentru fiecare dintre cele două forme de evaluare.</i>			
<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea principalelor noțiuni, idei, tehnici turistice; • Cunoașterea problemelor de bază din domeniu; 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
20.09.2018	Lect. univ. dr. Pavel STANCIU	Lect. univ. dr. Pavel STANCIU

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
24.09.2018	Prof. univ. dr. Cristian Valentin HAPENCIUC

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
08.10.2018	Prof. univ. dr. Carmen Eugenia NĂSTASE

PROGRAMA ANALITICĂ / FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Științe Economice și Administrație Publică
Departamentul	Management, Administrarea Afacerilor și Turism
Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL ASIGURĂRILOR				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Rozalia KICSI				
Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Gabriela CIOBAN				
Anul de studiu	III	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DD
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	4
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	7
II d) Tutoriat	
III Examinări	3
IV Alte activități:	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	41
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Microeconomie, Macroeconomie
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a înțelege noțiuni specifice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	Parcurgerea anticipată a bibliografiei indicate în vederea dezbaterii.	
Desfășurare aplicații	Seminar	Portofoliul trebuie să includă toate componentele stabilite la începutul semestrului.
	Laborator	-
	Proiect	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Realizarea de studii/analize privind mediul de afaceri Derularea afacerilor internaționale potrivit clauzelor contractuale
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă; Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale la dinamica mediului economic.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Familiarizarea studenților cu noțiuni specifice, termeni tehnici care aparțin domeniului asigurărilor
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea capacității de a analiza importanța factorilor de risc ce determină recursul la o formă de protecție cât mai sigură; Înțelegerea importanței asigurărilor ca ramură a economiei naționale; Dezvoltarea capacității de a diferenția în gama vastă de produse pe care asigurătorii le pun la dispoziția persoanelor care au nevoie de protecție; Evaluarea diferitelor forme pe care asigurările le-au îmbrăcat de-a lungul timpului; Analiza implicațiilor pe care acest domeniu le poate avea asupra dezvoltării altor ramuri ale economiei.

8. **Conținuturi**

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. FUNCȚIONALITATEA ASIGURĂRILOR ÎN ECONOMIE 1.1. Necesitatea și formele protecției omului și bunurilor sale împotriva riscurilor 1.2. Sfere de influență ale asigurărilor în economie 1.3. Funcționalitatea asigurărilor în economie	4	Prelegere introductivă (cu suport scris, asistată de mijloace audio-video)	
2. FORME DE DISPERSIE A RISCURILOR: ABORDĂRI TEORETICE 2.1. Delimitări conceptuale 2.2. Abordări privind serviciile de asigurare 2.3. Alte forme de dispersie a riscurilor	6	Prelegere de prezentare de cunoștințe noi (se combină prelegerea sondaj cu prelegerea cu intervenții aleatoare din sală pe parcurs) (cu suport scris, asistată de mijloace audio-video)	
3. RISCUL - ELEMENT CENTRAL AL ASIGURĂRII 3.1. Natura și tipologia riscurilor în activitatea economică 3.2. Riscul în asigurări 3.3. Ideea de risc și incertitudine în contractul de asigurare 3.4. Riscuri și catastrofe	4	Prelegere de prezentare de cunoștințe noi (se combină prelegerea sondaj cu prelegerea cu intervenții aleatoare din sală pe parcurs) (cu suport scris, asistată de mijloace audio-video)	
4. PIAȚA ASIGURĂRILOR : STRUCTURĂ, CARACTERISTICI, TENDINȚE 4.1. Caracterul pieței asigurărilor 4.2. Analiza pieței asigurărilor 4.3. Reconfigurări ale pieței asigurărilor în România după aderarea la UE	4	Prelegere de prezentare de cunoștințe noi (se combină prelegerea sondaj cu prelegerea cu intervenții aleatoare din sală pe parcurs) (cu suport scris, asistată de mijloace audio-video)	
5. ASIGURĂRILE DE PERSOANE 5.1. Conceptul de asigurare de persoane 5.2. Riscurile acoperite de asigurările de persoane 5.3. Tipuri de asigurări de persoane	4	Prelegere de prezentare de cunoștințe noi (se combină prelegerea sondaj cu prelegerea cu intervenții aleatoare din sală pe parcurs) (cu suport scris, asistată de mijloace audio-video)	
6. ASIGURĂRILE NON-VIAȚĂ 6.1. Tipologia asigurărilor generale 6.2. Asigurările de bunuri 6.3. Asigurarea financiară 6.4. Asigurările de răspundere față de terți	6	Prelegere de prezentare de cunoștințe noi (se combină prelegerea sondaj cu prelegerea cu intervenții aleatoare din sală pe parcurs) (cu suport scris, asistată de mijloace audio-video)	

Bibliografie			
1. Ardelean Daniel, <i>Asigurări și reasigurări</i> , Editura Fundației Academia Comercială Satu-Mare, 2007			
2. Bistriceanu, D, Gheorghe, <i>Sistemul asigurărilor și reasigurărilor din România</i> , Editura Universitară, București, 2010 III 22398			
3. Botea, Gheorghe, <i>Dreptul asigurărilor</i> , Editura Universitară, 2009			
4. Ciumaș, Cristina, <i>Asigurările internaționale, arhitectură și problematică la debutul mileniului III</i> , Editura Intelcredo, Deva, 2001			
5. Ciurel, Violeta, <i>Asigurări și reasigurări. Abordări teoretice și practici internaționale</i> , All Beck, București, 2000 III 17742			
6. Ciurel, Violeta, <i>Asigurări și reasigurări. O perspectivă globală</i> , Editura Rentrop & Straton, București 2011			
7. Constantinescu, D. Anghel, <i>Tratat de asigurări</i> , vol.I+II, Ed. Economică, București, 2004			
8. Dobrin, M.; Tănăsescu, P., <i>Teoria și practica asigurărilor</i> , Ed. Economică, București, 2003			
9. Dorfman, M. S., <i>Introduction to risk management and insurance</i> , Pearson/Prentice Hall, 2008 III 21221			
10. Galiceanu, M., <i>Asigurările agenților economici: protecție și profitabilitate</i> , Editura Tribuna Economică, 2007 II 48629			
11. Huerta de Soto, J, <i>Economisire și previziune în asigurările de viață</i> , Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2012 III 22554			
12. Ionescu (Davidescu), Roxana, <i>Economia asigurărilor</i> , Ed. Universitară, București, 2010			
13. Luca Lia, <i>Ghid pentru Asigurări și reasigurări în Uniunea Europeană</i> , Editura Economică, București, 2010 II 50303			
14. Lungu, C.N., <i>Asigurări de bunuri</i> , Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2009 III 20854			
15. Monea Mirela, <i>Asigurări comerciale</i> , Editura Universității Petroșani, 2008			
16. Tănăsescu, P., <i>Asigurări moderne de bunuri și persoane</i> , Editura ASE București (www.ase.ro/biblioteca digitala)			
17. Tănăsescu, P., <i>Asigurări și protecție socială în România</i> , Editura C.H. Beck, 2009 III 20936			
18. Văcărel, I., Bercea F, <i>Asigurări și reasigurări</i> , Editura Expert, 2003			
Bibliografie minimală			
1. Bistriceanu, D, Gheorghe, <i>Sistemul asigurărilor și reasigurărilor din România</i> , Editura Universitară, București, 2010			
2. Ciurel, Violeta, <i>Asigurări și reasigurări. Abordări teoretice și practici internaționale</i> , All Beck, București, 2000			
3. Dorfman, M. S., <i>Introduction to risk management and insurance</i> , Pearson/Prentice Hall, 2008			
4. Galiceanu, M., <i>Asigurările agenților economici: protecție și profitabilitate</i> , Editura Tribuna Economică, 2007			
5. Huerta de Soto, J, <i>Economisire și previziune în asigurările de viață</i> , Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2012			
6. Luca Lia, <i>Ghid pentru Asigurări și reasigurări în Uniunea Europeană</i> , Editura Economică, București, 2010			
7. Lungu, C.N., <i>Asigurări de bunuri</i> , Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2009			
8. Monea Mirela, <i>Asigurări comerciale</i> , Editura Universității Petroșani, 2008			
9. Tănăsescu, P., <i>Asigurări moderne de bunuri și persoane</i> , Editura ASE București (www.ase.ro/biblioteca digitala)			
10. Tănăsescu, P., <i>Asigurări și protecție socială în România</i> , Editura C.H. Beck, 2009			
Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Dinamica asigurărilor și incidența acestora asupra economiei	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Asigurările de bunuri	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Asigurări de viață/persoane	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Evoluția pieței asigurărilor din România	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Pensiile private	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Organizații profesionale in domeniul asigurărilor din România	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Asigurările în agricultură și asigurarea animalelor	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Forme și metode de reasigurare folosite în practica internațională	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Asigurările în societatea informațională	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Asigurările pentru copii	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz

• Asigurarea ca instrument de protecție împotriva riscurilor catastrofice	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Asigurarea afacerii	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Brokerul de asigurări-persoană juridică pe piața asigurărilor	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz
• Globalizarea serviciilor de asigurări și reasigurări	2	expunere liberă sau asistată de mijloace video, dialog	Studii de caz

Bibliografie

- Ardelean Daniel, *Asigurări și reasigurări*, Editura Fundației Academia Comercială Satu-Mare, 2007
- Bistriceanu, D, Gheorghe, *Sistemul asigurărilor și reasigurărilor din România*, Editura Universitară, București, 2010
- Botea, Gheorghe, *Dreptul asigurărilor*, Editura Universitară, 2009
- Ciumaș, Cristina, *Asigurările internaționale, arhitectură și problematică la debutul mileniului III*, Editura Intelcredo, Deva, 2001
- Ciurel, Violeta, *Asigurări și reasigurări. Abordări teoretice și practici internaționale*, All Beck, București, 2000
- Ciurel, Violeta, *Asigurări și reasigurări. O perspectivă globală*, Editura Rentrop & Straton, București 2011
- Constantinescu, D. Anghel, *Tratat de asigurări*, vol.I+II, Ed. Economică, București, 2004
- Dobrin, M.; Tănăsescu, P., *Teoria și practica asigurărilor*, Ed. Economică, București, 2003
- Dorfman, M. S., *Introduction to risk management and insurance*, Pearson/Prentice Hall, 2008
- Galiceanu, M., *Asiguările agenților economici: protecție și profitabilitate*, Editura Tribuna Economică, 2007
- Huerta de Soto, J, *Economisire și previziune în asigurările de viață*, Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2012
- Ionescu (Davidescu), Roxana, *Economia asigurărilor*, Ed. Universitară, București, 2010
- Luca Lia, *Ghid pentru Asigurări și reasigurări în Uniunea Europeană*, Editura Economică, București, 2010
- Lungu, C.N., *Asigurări de bunuri*, Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2009
- Monea Mirela, *Asigurări comerciale*, Editura Universității Petroșani, 2008
- Tănăsescu, P., *Asigurări moderne de bunuri și persoane*, Editura ASE București (www.ase.ro/biblioteca digitala)
- Tănăsescu, P., *Asigurări și protecție socială în România*, Editura C.H. Beck, 2009
- Văcărel, I., Bercea F, *Asigurări și reasigurări*, Editura Expert, 2003
- Resurse web

Bibliografie minimală

- Bistriceanu, D, Gheorghe, *Sistemul asigurărilor și reasigurărilor din România*, Editura Universitară, București, 2010
- Ciurel, Violeta, *Asigurări și reasigurări. Abordări teoretice și practici internaționale*, All Beck, București, 2000
- Dorfman, M. S., *Introduction to risk management and insurance*, Pearson/Prentice Hall, 2008
- Galiceanu, M., *Asiguările agenților economici: protecție și profitabilitate*, Editura Tribuna Economică, 2007
- Huerta de Soto, J, *Economisire și previziune în asigurările de viață*, Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2012
- Luca Lia, *Ghid pentru Asigurări și reasigurări în Uniunea Europeană*, Editura Economică, București, 2010
- Lungu, C.N., *Asigurări de bunuri*, Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 2009
- Monea Mirela, *Asigurări comerciale*, Editura Universității Petroșani, 2008
- Tănăsescu, P., *Asigurări moderne de bunuri și persoane*, Editura ASE București (www.ase.ro/biblioteca digitala)
- Tănăsescu, P., *Asigurări și protecție socială în România*, Editura C.H. Beck, 2009
- Resurse web

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii.

Participarea la conferințe organizate sub auspiciile FSEAP, reuniuni de lucru, dezbateri, mese rotunde, întâlniri cu oameni de afaceri sau responsabili pe domenii.

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor/teoriilor/mecanismelor specifice asigurărilor și altor forme de dispersie a riscurilor	Evaluare sumativă	50%
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a opera cu informațiile transmise Capacitatea de a redacta eseuri, fișe de studiu și alte materiale conform cerințelor formulate 	Evaluare pe parcursul întregului semestru	50%

Programa analitică / Fișa disciplinei

	• Parcurgerea bibliografiei aferente seminarului		
Standard minim de performanță			
Cunoașterea și înțelegerea principalelor noțiuni/practici din domeniul asigurărilor.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
20.09.2018	Conf. univ. dr. Rozalia Kicsi	Lect. univ. dr. Gabriela Cioban

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
24.09.2018	Prof. univ. dr. Valentin Hapenciuc

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
08.10.2018	Prof. univ. dr. Carmen Năstase

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Administrație Publică
Departamentul	Management, Administrarea Afacerilor și Turism
Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MARKETING ÎN TURISM				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Alexandru Mircea NEDELEA				
Titularul activităților de seminar	Asistent univ. dr. Costel CIOBAN				
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	Curs	28	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	16
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
II d) Tutoriat	-
III Examinări	2
IV Alte activități:	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	56
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Prezența la orele de curs cu telefoanele mobile închise și parcurgerea anticipată a bibliografiei indicate în vederea dezbaterii cu profesorul. • Prezența la orele de curs este obligatorie pentru toți studenții. 	
Desfășurare aplicații	Seminar <ul style="list-style-type: none"> • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise. • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar • Prezența la orele de seminar este obligatorie pentru toți studenții 	
	Laborator	• -
	Proiect	• -

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific marketingului în turism în scopul comunicării adecvate și a optimizării activității de marketing a firmelor din turism; • capacitatea de a explica și interpreta procese, fenomene, stări, teorii/idei și tendințe circumscrise domeniului de studii; • cunoașterea, înțelegerea și utilizarea instrumentarului de cunoaștere a mixului de marketing și de fundamentare a deciziei în domeniul marketingului în turism.
-------------------------	--

Competențe transversale	<p>1. Cognitive</p> <ul style="list-style-type: none"> - definirea conceptelor de bază ale marketingului turistic - utilizarea corectă a termenilor de specialitate în domeniul marketingului în turism <p>2. Tehnice / profesionale</p> <ul style="list-style-type: none"> - descrierea fenomenelor de pe piața turistică - abilități de cercetare în domeniul marketingului firmelor turistice; - capacitatea de a soluționa problemele legate de mixul de marketing a firmei din turism <p>3. Atitudinal – valorice</p> <ul style="list-style-type: none"> - implicarea în activități științifice în legătură cu marketingul (în cadrul Centrul de informare și marketing turistic Bucovina, Clubului de marketing și a Centrului de Marketing) - abilitatea de a colabora cu specialiști din domeniul marketingului turistic
-------------------------	--

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • dezvoltarea capacității de înțelegere a politicilor de marketing ale firmei de turism
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • formarea de deprinderi care vizează conceperea de strategii de marketing ale firmelor din domeniul turismului. • formarea de deprinderi și abilități de a rezolva aplicații și studii de caz referitoare la mixul de marketing; • formarea de abilități de a concepe campanii de promovare a firmei de turism

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
I. Marketingul în turism 1.1. Sfera serviciilor din turism 1.2. Natura și caracteristicile serviciilor turistice 1.3. Conceptul de marketing în turism	4	Prezentare PPT însotită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	
II. Piața turistică 2.1. Cererea și consumul turistic 2.2. Oferta și producția turistică	4	Prezentare PPT însotită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	
III. Politica de produs în turism 3.1. Tipologia produselor turistice 3.2. Calitatea produselor turistice 3.3. Strategii de produs turistic	4	Prezentare PPT însotită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	
IV. Politica de preț în turism 4.1. Fundamentarea prețurilor în turism 4.2. Strategii de preț în turism	4	Prezentare PPT însotită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	
V. Politica de distribuție 5.1. Rolul distribuției în turism 5.2. Canale de distribuție 5.3. Tipuri de intermediari 5.4. Strategii de distribuție în turism	4	Prezentare PPT însotită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	
VI. Politica promoțională în turism 6.1. Promovarea turistică 6.2. Publicitatea turistică 6.3. Relațiile publice 6.4. Promovarea vânzării produsului turistic 6.5. Marketingul direct 6.6. Forța de vânzare	8	Prezentare PPT însotită de prelegere - resurse materiale: videoproiectorul	
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nedelea, Al., <i>Piața turistică</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003 2. Nedelea, Al., <i>Politici de marketing în turism</i>, Editura Economică, București, 2003 3. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Concepte și experiențe</i>, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2015, 4. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Teorie și practică</i>, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014, 5. Nedelea, Al. (coord.), Elmazi, L., Babu, P.G., Banabakova, V., <i>Tourism Marketing</i>, Derc Publishing House, Tewksbury, Massachusetts, USA, 2008 6. Balaure, V., Cătoi, I., Veges, C., <i>Marketing turistic</i>, Ed. Uranus, București, 2005 7. Bucur-Sabo, M., <i>Marketing turistic</i>, Irecson, București, 2006 8. Lache, C., <i>Marketing turistic</i>, Ed. TipoMoldova, Iași, 2002 9. www.tourisminbucovina.ro – Centrul de informare și marketing turistic Bucovina 			

Bibliografie minimală
1. Nedelea, Al., <i>Piața turistică</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003 2. Nedelea, Al., <i>Politici de marketing în turism</i> , Editura Economică, București, 2003 3. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Concepte și experiențe</i> , Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2015, 4. Nedelea, Al. (coord.), <i>Turism. Teorie și practică</i> , Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv. Prezentarea programei analitice. Surse bibliografice și documentare. Tematica referatelor și a proiectului de semestru: o cercetare de marketing care să vizeze piața turistică, politica de marketing a unei firme din domeniul turismului	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
2. Particularități ale marketingului în turism	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
3. Cercetarea de marketing în domeniul turismului Segmentarea și dimensionarea pieței turistice	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
4. Factorii determinanți ai succesului lansării noilor produse turistice	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
5. Metode de stabilire a prețului în turism	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
6. Studii de caz privind politica de distribuție	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
7. Campanii promoționale în turism (studii de caz)	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
8. Activitatea de promovare a agenților de turism. Tehnici de promovare a vânzărilor	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
9. Particularități ale pieței turistice	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
10. Tehnici de promovare în turism	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții
11. Marketingul on-line în turism - exemple de bune practici în marketingul online	2	resurse procedurale: evaluare și exerciții frontal, grup / pereche, individual - resurse materiale: videoproiectorul	Aplicații practice Discuții

Bibliografie

Nedelea, Al., *Marketing. Concepte și experiențe*, Ed. Performantica, Iași, 2016
 Nedelea, Al., *Marketing. Studii de caz*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2018
 Nedelea, Al., Nedelea M.O., Cioban G., Cioban C., *Politici de marketing. Studii de caz*, Ed. Economică, București, 2018
 Nedelea, Al.M. (coord.), *Marketing. Proiecte, aplicații, teste-grilă*, Ed. Economică, București, 2018
 Nedelea, Al.M., *Marketing. Teorie și practică*, Ed. Wolters Kluwer, București, 2018
 Nedelea, Al., *Marketing. Studii, proiecte și teste grilă*, Ed. Performantica, Iași, 2016
 Nedelea, Al. (coord.), *Turism. Concepte și experiențe*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2015,
 Nedelea, Al. (coord.), *Turism. Teorie și practică*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014

Bibliografie minimală

Nedelea, Al., *Marketing. Studii de caz*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2018
 Nedelea, Al., Nedelea M.O., Cioban G., Cioban C., *Politici de marketing. Studii de caz*, Ed. Economică, București, 2018
 Nedelea, Al.M. (coord.), *Marketing. Proiecte, aplicații, teste-grilă*, Ed. Economică, București, 2018

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

- Conținutul disciplinei Marketing este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii.
- Participarea la conferințe organizate sub auspiciile FSEAP, reuniuni de lucru, dezbateri, mese rotunde, întâlniri cu oameni de afaceri sau responsabili pe domenii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Însușirea conținutului teoretic conceptual al disciplinei Marketing în turism; Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeele specifice Marketingului în turism; Explicarea și interpretarea conceptelor din domeniul politicilor de marketing ale firmelor de turism Cunoașterea și înțelegerea aspectelor legate de marketingul turistic	Examen scris tip grilă, accesul la examen fiind condiționat de obținerea notei 5 la evalaurea seminarului.	50 %
Seminar	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar. Capacitatea de a utiliza corect și de a explica noțiunile ale Marketingului în turism. A.seminar / proiect practic aplicație promovare și cercetare B.susținere și prezentare proiect C.2 teste scrise	Evaluare continuă pe parcursul semestrului (pe baza testelor-grilă și activităților individuale și de grup susținute în cadrul seminariilor: sarcini de grup, studiu individual, studiu de caz, comentariu de text, referat, aplicații practice)	50 %
Standard minim de performanță			
Standarde minime pentru nota 5:			
<ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea și înțelegerea conținutului cursurilor la nivelul ideilor esențiale - Întocmirea referatului sau a proiectului ales din tematica propusă de titular - Abordarea cel puțin a 50% din subiecte în cadrul examenului scris 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
20.09.2018	Conf. univ. dr. Alexandru Nedelea	Asist. univ. dr. Costel Cioban

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
24.09.2018	Prof. univ. dr. Valentin Hapenciuc

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
08.09.2018	Prof. univ. dr. Carmen Năstase

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE” SUCEAVA
Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ
Departamentul	MANAGEMENT, ADMINISTRAREA AFACERILOR ȘI TURISM
Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
Ciclul de studii	licență
Programul de studii/calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	CONCURENȚĂ ȘI PREȚURI				
Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. VANCEA ROMULUS				
Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. VANCEA ROMULUS				
Anul de studiu	II	Semestrul	III	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DD
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	Curs	28	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	12
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	8
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	11
II d) Tutoriat	
III Examinări	2
IV Alte activități:	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	31
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Parcurgerea anticipată a bibliografiei indicate în vederea dezbaterii în clasă. • Sala dotată cu videoproiector, internet, tablă
Desfășurare aplicații	<ul style="list-style-type: none"> • Sala dotată cu videoproiector, internet, tablă
	<ul style="list-style-type: none"> • -
	<ul style="list-style-type: none"> • -

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea și înțelegerea mecanismului prețurilor, precum și a diferitelor tipuri de situații în care acesta se manifestă; • cunoașterea și înțelegerea modului de punere în practică a diferitelor strategii de prețuri; • cunoașterea și înțelegerea proceselor economice și a diferitelor contexte în care prețurile primează în afaceri;
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • explicarea și interpretarea modului în care se stabilesc prețurile, atât la nivel microeconomic, cât și la nivel macroeconomic; • explicarea obiectivelor și a importanței mecanismului prețurilor, precum și a diferitelor condiții de concurență ale pieței pe care se manifestă; • explicarea și interpretarea situațiilor conflictuale generate de apariția supraprețurilor; • explicarea și interpretarea diferitelor strategii de prețuri aplicabile diverselor tipuri de afaceri. • descrierea unor situații specifice, procese, fenomene din domeniul prețurilor și concurenței în afaceri și capacitatea de a transpune în practică informațiile dobândite; • capacitatea de a soluționa problemele datorate dereglării prețurilor ce pot surveni în practica afacerilor.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă; • Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale la dinamica mediului economic; • Abilități de cercetare, creativitate; • Capacitatea de a concepe proiecte și a le derula, cu accent pe înțelegerea interdependențelor existente într-o economie.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea capacității de înțelegere a modului în care se stabilesc prețurile în economie.
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Formarea de deprinderi și abilități în utilizarea prețurilor în afaceri
	<ul style="list-style-type: none"> • Formarea de deprinderi care vizează utilizarea diferitelor strategii de prețuri în derularea afacerilor.
	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea celor mai adecvate metode de calcul al prețurilor în domeniul afacerilor.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Mecanismul prețurilor 1.1. Mecanismul autonom al prețurilor și interdependența acestuia în raport cu celelalte segmente ale economiei naționale 1.2. Prețul liber – preț de echilibru al pieței 1.3. Oferta și cererea sunt incidența comportamentului agenților pieței	4h	expunerea, explicația	
2. Sistemul de prețuri 2.1. Elemente privind determinarea mărimii prețurilor; funcțiile prețului 2.2. Sistemul de prețuri și tarife – categorii de prețuri, forme de prețuri și tarife.	2h	expunerea, explicația, demonstrația, dezbateră	
3. Prețurile – componentă de bază a mecanismului economic 3.1. Prețurile, productivitatea muncii, salariile și inflația 3.2. Liberalizarea prețurilor	2h	expunerea, explicația, exemplificarea, dialogul	
4. Elementele de fundamentare a propunerilor de preț 4.1. Politica de produs; componentele, ciclul de viață și valoarea de întrebuințare a produsului 4.2. Costurile de producție – componentă de bază a prețurilor de ofertă 4.3. Analiza valorii – mijloc de promovare a unor produse cu performanțe înalte și costuri reduse	4h	expunerea, exemplificarea, dialogul	
5. Fundamentarea prețurilor de ofertă a producătorilor 5.1. Principii de bază în fundamentarea prețurilor noilor produse 5.2. Corelarea prețurilor și caracteristicile produsului etalon 5.3. Fundamentarea prețurilor de ofertă prin corelare pe baza costurilor de producție 5.4. Alte modalități de fundamentare a prețurilor de ofertă	4h	expunerea, problematizarea, dezbateră	

6. Formarea și fundamentarea prețurilor externe 6.1. Prețurile mondiale și interacțiunea lor cu prețurile interne. Factori de formare și modificare a prețurilor externe 6.2. Fundamentarea prețurilor externe. Modalități de protejare a prețurilor de import-export.	4h	expunerea, explicația, dezbateră	
7. Formarea prețurilor în condițiile pieței imperfecte 7.1. Formele prețului de echilibru în situația de monopol 7.2. Alte particularități în formarea prețurilor în cazul concurenței imperfecte	4h	expunerea, problematizarea, dezbateră	
8. Intervenția statului în formarea și stabilirea prețurilor 8.1. Necesitatea și formele de intervenție a statului în mecanismul prețurilor 8.2. Particularități ale formării prețurilor în unele ramuri ale economiei	2h	expunerea, explicația, dezbateră	
9. Politici și strategii de prețuri	2h	expunerea, explicația, exemplificarea, dialogul	
Bibliografie			
• Basno, C.; Dardac, N.; Floricel, C. – „ <i>Monedă, credit, bănci</i> ”, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2003			
• Burciu, A. – „ <i>Tranzacții comerciale internaționale</i> ”, Ed. Polirom, Iași, 2010			
• Moga, I. – „ <i>Prețuri și concurență</i> ”, Ed. Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2009			
• Moșteanu, T. (coordonator) – „ <i>Prețuri și concurență</i> ”, Editura Universitară, București, 2005			
• Niță, D. – „ <i>Economie</i> ”, Ediția a V-a, Ed. Economică, București, 2000			
• Prelipcean, G. – „ <i>Relații financiar-valutare internaționale. Modelarea riscului pe piețele valutare</i> ”, Universității „Ștefan cel Mare”, Suceava, 2002			
• Robinson, S. – „ <i>Management financiar</i> ”, Ed. Teora, București, 2001			
• Sandu, Gh. – „ <i>Monedă-credit</i> ”, Ed. Universității „Ștefan cel Mare”, Suceava, 2001			
• Săndulescu, I. – „ <i>Reguli și practici în comerțul internațional</i> ”, Ed. All Back, 1998			
• Sassu, C. – „ <i>Marketing</i> ”, Ed. Universității „A.I.Cuza”, Iași, 2000			

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• I. Aplicații: formarea prețurilor societăților comerciale en-gross și en-detail (calculul adaosului comercial, al prețurilor negociate, a TVA colectată și a TVA datorată bugetului de stat)	2h	exercițiul, explicația, problematizarea, exemplificarea	
• Aplicații: calcularea prețurilor unui produs ce parcurge mai multe stadii de fabricație (utilizarea procedurii sutei majorate, calculul prețurilor negociate, a TVA colectată și a TVA datorată bugetului de stat pe stadii de producție și per total)	2h	exercițiul, explicația, dezbateră, problematizarea	
• Aplicații: calcularea prețurilor de import cunoscând procentul accizelor, taxa vamală, marja importatorului și diverse cheltuieli pe parcurs extern.	2h	exercițiul, exemplificarea, explicația, dialogul euristic	
• Aplicații: calculul costurilor fixe, variabile și marginale cunoscând producția unei întreprinderi și costurile totale.	1h	exercițiul, explicația	
• Aplicații: calculul costurilor fixe și a costului marginal cunoscând funcția costului total.	1h	exercițiul, explicația	
• Aplicații: calcularea ofertei unei întreprinderi atât în condiții de monopol, cât și de concurență pură și perfectă cunoscând funcția de cost total și curba cererii pe piață pentru produsul oferit de întreprindere.	2h	exercițiul, explicația, expunerea, studiul de caz	
• Aplicații: estimarea combinației preț-producție ce maximizează profitul și respectiv, cifra de afaceri, cunoscând ecuația costului marginal și funcția cererii.	2h	exercițiul, explicația, dialogul euristic	
• Aplicații: alegerea metodei de stabilire a prețului care să țină cont și de elasticitatea cererii, în paralel cu maximizarea contribuției produsului la acoperirea costurilor fixe și la obținerea profitului.	2h	exercițiul, explicația, discuțiile colective, dialogul euristic	
Bibliografie			

- Basno, C.; Dardac, N.; Floricel, C. – „*Monedă, credit, bănci*”, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2003
- Burciu, A. – „*Tranzacții comerciale internaționale*”, Ed. Polirom, Iași, 2010
- Moga, I. – „*Prețuri și concurență*”, Ed. Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2009

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

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Însușirea conținutului teoretic al cursului; Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor specifice contextului economic al formării prețurilor și strategiilor de prețuri.	Test docimologic	50%
Seminar	Realizarea portofoliului individual semestrial ce include realizarea de lucrări practice pe teme specificate; Activitatea în clasă: rezolvarea sarcinilor individuale, implicarea în exercițiile de grup și în dezbateri.	Evaluare continuă pe parcursul semestrului și a portofoliului semestrial	50%
Laborator			
Proiect			
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea și înțelegerea conținutului cursului la nivelul conceptelor de bază • realizarea portofoliului individual semestrial pentru activitatea la seminar • rezolvarea în proporție de 50% a testului docimologic 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
20.09.2018	Conf. univ. dr. Romulus Vancea	Conf. univ. dr. Romulus Vancea

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
24.09.2018	Prof. univ. dr. Valentin Hapenciuc

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
08.10.2018	Prof. univ. dr. Carmen Năstase