

FIȘA DISCIPLINEI ECONOMIE INTERNAȚIONALĂ

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Ovidius” Constanta
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Economie Generală
1.4 Domeniul de studii	Economie și Afaceri Internaționale
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Administrarea afacerilor internaționale
1.7. Anul de studiu	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Economie internațională						
2.2. Codul disciplinei	MAAI1101						
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Dobre Claudia						
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Dobre Claudia						
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul disciplinei	DI

3. Timpul total estimat (ore pe semestru alocate disciplinei)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații***	2
3.4 Total ore activități directe pe semestru	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicații	28
3.7 Total ore de studiu individual					119
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					29
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutorial					20
Examinări					10
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite	7				

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Cu ajutorul echipamentelor multimedia
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• În săli cu acces la echipament multimedia

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea teoriilor comerțului internațional • Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea distribuției fluxurilor comerciale la nivel mondial • Aplicarea principiilor și teoriilor învățate pentru explicarea comportamentului agenților economici pe piețele comerciale externe • Utilizarea de criterii și metode de evaluare pentru a aprecia competitivitatea firmelor sau țărilor pe piețele externe • Elaborarea de proiecte profesionale utilizând principii și metode consacrate în domeniu
-------------------------	--

Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Asumarea responsabilității realizării unui anumit proiect • Capacitatea de a lucra în echipă • Participarea activă la dezbateri și discuții • Dezvoltarea unei atitudini bazate pe etică și responsabilitate • Capacitatea de a se implica în activitatea de import-export a unei firme
--------------------------------	---

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea principalelor practici și modalități de expansiune a firmelor la nivel mondial
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea deciziilor luate la nivel micro și macro economic cu privire la schimbul internațional de bunuri și servicii

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare/ Mijloace tehnice	Numar ore alocate
1. Introducere	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință / Platformă informatică de video–conferință	2
2. Implicațiile globalizării asupra economiei internaționale	Prelegere		2
3. Factorii determinanți ai globalizării	Prelegere		2
4. Internaționalizarea	Prelegere		2
5. Alianțe și aranjamente colaborative internaționale			
6. Firmele în condițiile globalizării afacerilor	Prelegere		2
7. De ce este importantă concurența?	Prelegere		2
8. Surse de putere economică	Prelegere		2
9. Cartelurile și monopolurile	Prelegere		2
10. Rolul politicii în domeniul concurenței	Prelegere		2
11. Competitivitatea	Prelegere		2
12. Avantajele competitive ale națiunilor – Michael Porter	Prelegere		2
13. Raportul Global privind Competitivitatea	Prelegere		2
14. România – analiza competitivității	Prelegere		2
Bibliografie			
1. Dobre I. Claudia, Strategii de cooperare internațională, Ed. Ovidius University Press, Constanța 2006			
2. Dobre I. Claudia, Cooperări internaționale și alianțe strategice, Ed. Ex Ponto, Constanța, 2004			
3. Vasile Ișan - Tranzacții comerciale internaționale, Iași, Ed Economica 2005			
4. Benjamin Graham, The Intelligent Investor Rev Ed., Harper Collins Publishers, 2006			
5. IMD World Competitiveness Ranking 2021 - An overview, 2021			
8.2. Seminar /laborator	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/ Mijloace tehnice	Numar ore alocate
1. Oportunități ale firmelor pe piețele externe	Dezbateri	Instruire online /	2
2. Riscuri specifice firmelor care se extind pe piața externă	Dezbateri		2
3. Competitivitatea produselor românești	Dezbateri	Predare în direct prin video–conferință /	2
4. Piețe externe pentru produsele competitive românești	Dezbateri		2
5. Exemple de multinaționale care au deschis filiale în Uniunea Europeană	Dezbateri		2
6. Exemple de piețe de tip oligopol	Dezbateri	Platformă	2
7. Exemple de firme aflate în poziție de monopol	Dezbateri		2
8. Aplicarea în practică a politicii de concurență	Dezbateri		2
9. Analiza concurenței pe diferite piețe românești	Dezbateri		2

10. Caracterizarea țărilor membre ale UE conform indicelui privind competitivitatea	Dezbateri	informatică de video-conferință	2
11. Caracterizarea României conform indicelui privind competitivitatea	Dezbateri		2
12. Exemple de carteluri din România și din UE	Dezbateri		2
13. Analiza economiilor de scară specifice multinaționalelor	Dezbateri		2
14. Analiza comportamentului multinaționalelor față de țara gazdă	Dezbateri		2
Bibliografie			
1. Dobre I. Claudia, Strategii de cooperare internațională, Ed. Ovidius University Press, Constanța 2006			
2. Dobre I. Claudia, Cooperări internaționale și alianțe strategice, Ed. Ex Ponto, Constanța, 2004			
3. Vasile Ișan - Tranzacții comerciale internaționale, Iași, Ed Economica 2005			
4. Benjamin Graham, The Intelligent Investor Rev Ed., Harper Collins Publishers, 2006			
5. IMD World Competitiveness Ranking 2021 - An overview, 2021			
6. United Nation, World Economic Situation and Prospects 2016, http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2016wesp_ch1_en.pdf			

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	- Completitudinea și corectitudinea cunostintelor acumulate; - Capacitatea de analiza și interpretare a cunostintelor; - Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate; - Frecvența la cursuri.	Examen oral on-line	40%
		Aplicații	20%
10.5 Seminar/laborator	- Participarea activă la seminarii; - Creativitatea; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea.	Studii de caz	40%
10.6 Standard minim de performanță Cerințe minime pentru nota 5 (sau cum se acordă nota 5): acumularea a minim 5 puncte din cele oferite la studiile de caz, la examenul oral sau la aplicații			

Data completării,

Titular activității de curs,

Titular aplicații,
Conf univ. dr. Dobre I. Claudia

1 10 2021

Conf. univ. dr. Dobre I. Claudia

Data avizării în Departament,
18 10 2021Director de Departament,
Conf. univ. dr. Cosmina Sorinel

FIȘA DISCIPLINEI PIEȚE FINANCIARE

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Economie Generală
1.4 Domeniul de studii	Economie și Afaceri Internaționale
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Administrarea Afacerilor Internaționale
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Piete financiare						
2.2 Cod disciplină	MAAI1102						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Cristina Duhnea						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf.univ.dr. Cristina Duhnea						
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DD – disciplină în domeniu, DS – disciplină de specialitate, DC – disciplină complementară, DAP – disciplină de aprofundare, DSI – disciplină de sinteză, DCA – disciplină de cunoaștere avansată

** DI – disciplină impusă; DO – disciplină opțională

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					133
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					53
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					48
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					0
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite	7				

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Moneda și credit, Relații financiare internaționale, piețe de capital
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2. de desfășurare a seminarului	Nu este cazul

--	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoasterea conceptului de piața financiară • Cunoasterea segmentelor de piața financiară: mecanisme de funcționare, categorii de participanți, instrumente tranzactionate • Cunoasterea notiunilor cu care operează piețele financiare: devize, valute, tranzacții, inovație financiară •
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Lucrul în echipă • Capacitatea de analiză și reacție în condiții de risc • Capacitatea de a pregăti un proiect și de a-l prezenta

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • deprinderea masteranzilor cu mecanismele și instrumentele pieței financiare și familiarizarea acestora cu piața românească și internațională; • dezvoltarea capacității de analiză și interpretare a informațiilor legate de piețele financiare; • însușirea de către masteranzi a principalelor segmente ale pietelor financiare și interdependența dintre ele;
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea conceptelor fundamentale din domeniul pietelor financiare • cunoașterea abordărilor, teoriilor și metodelor de lucru specifice pietelor financiare • cunoașterea strategiilor și tehnicilor de finanțare pe piețele financiare • utilizarea instrumentelor de lucru tipice analizei activităților specifice pieței financiare • Cunoașterea modului de funcționare a segmentelor pieței financiare • dezvoltarea gândirii analitice și a viziunii sistemice asupra utilizării informației despre piața financiară în vederea derulării de activități specifice acestui domeniu

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Cap 1. Conceptul de piața financiară: teorii, segmente, active	Prelegere	Instruire online /	2
Cap 2. Piața monetară: concept, mecanisme, participanți, instrumente		Predare în direct prin video—	3

Cap 3. Piața valutară: concept, mecanisme, participanți, instrumente		conferință / Platformă informatică de video-conferință	3
Cap 4. Cursul valutar: definiții, taxonomii, factori de influență			2
Cap 5. Rata dobânzii și influența ei în relațiile financiare			2
Cap 6. Piața de capital: concept, participanți, instrumente și mecanisme			6
Cap 7. Piața creditului și tehnici speciale de finanțare			4
Cap 8. Inovarea financiară și influența asupra arhitecturii piețelor financiare			2
Cap. 9. Lichiditatea internațională			2
Cap 10. Ratingul financiar și influența asupra relațiilor financiare			2

Bibliografie

- [1]. Anghelache, G., Piețe de capital în context european, Editura Economica, București 2009
- [2]. Beck, T., Demirgüç-Kunt A., Levine, R., Financial institutions and markets across Countries and Over Time: The updated Financial Development and Structure Database, The World Bank Economic Review, vol.24
- [3]. Fabozzi, F., Modigliani, F., Capital markets: institutions and instruments, Prentice Hall, 2003
- [4]. Levine, R., Bank based or Market based, Financial Systems: Which is Better? Journal of Financial Intermediator, Elsevier, vol.11(4), 2002
- [5]. Murgea, A., Piețe de capital, Finanțare, Plasament, Predictie, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2004
- [6]. Prisăcariu, M., Ursu, S., Andries, A., Piețe și instrumente financiare, Editura UAIC, Iași, 2008
- [7]. Vancea, D., Plăți și finanțări în afacerile internaționale, Ed. Ex Ponto, Constanța, 2008
- [8]. Stoica V. - Piețe de capital și produse bursiere, Editura Universitară, București, 2006,
- [9]. Reuters- Introducere în studiul piețelor de obligațiuni, Editura Economica, 2006\
- [10]. STANCU I. - Finanțe, Edit. III, Ed. Economică, 2002.
- [11]. TULAI H. - Piețe financiare, Casa Cartii de Știință, 2004.
- [12]. TODEA A. - Managementul investițiilor pe piața de capital, Casa Cartii de Știință, 2003.
- [13]. Voinea, Gheorghe. Mecanisme și tehnici valutare și financiare internaționale. – Iași: Editura Sedcom Libris, 2003
- [14]. Bran, P.; Costică, I. Economica activității financiare și monetare internaționale. – București: Editura Economica, 2005.

8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Structura pieței financiare românești : instituții și participanți	Discuții, studii de caz	Instruire online /	2
2. Piața monetară		Învățare online prin activități	2
3. Piața valutară românească, Cursul de schimb : aplicații		colaborative în grup	2
4. Piața de capital din România		coordonată de	2

5. Piata creditului	cadru didactic / Platforme de învățare colaborativă online	2
6. Inovatia financiara		1
7. Lichiditatea internationala : studiu de caz Romania		2
8. Ratingul financiar : analize si studii de caz		1
Bibliografie Idem Bibliografie Curs		

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	- Completitudinea si corectitudinea cunostintelor - Capacitatea de a analiza si interpreta cunostintele - Frecventa la cursuri	Examen scris	80%
10.5. Aplicații* (seminar)	- Participarea la seminar - Originalitatea - Interesul pentru studiul individual - Cunoasterea elementelor teoretice si practice	Studii de caz	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Cerințe minime pentru nota 5 (sau cum se acordă nota 5): Minim 4,5 puncte cumulat din nota la test final ponderata si nota aferenta seminarului ponderata			

Data completării,

 Titular activităților de curs,
Conf. univ. dr. Cristina Duhnea

 Titular aplicații,
Conf. Univ. Dr. Cristina Duhnea

1 10 2021

Data avizării în Departament,

18 10 2021

 Director de Departament,
Conf. univ. dr. Sorinel Cosma

FIȘA DISCIPLINEI
MEDIUL INTERNATIONAL DE AFACERI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	ECONOMIE GENERALĂ
1.4 Domeniul de studii	ECONOMIE SI AFACERI INTERNATIONALE
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR INTERNATIONALE
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MEDIUL INTERNATIONAL DE AFACERI					
2.2. Cod disciplina	MAAI1103					
2.3 Titularul activitatilor de curs	Lector univ. dr. Costin-Octavian Sorici					
2.4. Titularul activitatilor aplicative	Lector univ. dr. Costin-Octavian Sorici					
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare	Examen	2.8 Regimul disciplinei
						DI

¹⁾ se alege una din variantele: DF–disciplină fundamentală, DD–disciplină în domeniu, DS–disciplină de specialitate, DC–disciplină complementară;

²⁾ se alege una din variantele: DI-disciplină obligatorie, DO- disciplină opțională, DFac-disciplină facultativă.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice inclusiv sesiunea de examene)

3.1 Număr de ore activitati directe pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații (S, L, P, Lp)	2
3.4 Total ore activitati directe pe semestru	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicatii	28
3.7. Total ore de studiu individual					94
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie si notite					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate si pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate portofolii si eseuri					40
Tutorial					2
Examinari					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Numărul de credite					6

³⁾ suma orelor de activități tutoriale (AT) și de teme de control (TC) corespunde cu numărul de ore de sminar de la forma de învățământ cu frecvență;

⁴⁾ activitățile aplicative asistate (AA) sunt echivalentul orelor de laborator, proiect sau practica de la forma forma de învățământ cu frecvență;

⁵⁾ un credit este echivalentul a 25 de ore de studiu (activități didactice față în față și studiu individual pe parcursul semestrului și a sesiunii de examene).

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Microeconomie, Bazele managementului, bazele marketingului
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2. de desfășurare a laboratorului/proiectului	Nu este cazul

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea de abilitati si cunostinte de baza pentru a intelege notiunile de antreprenoriat; Dezvoltarea mentalitatii antreprenoriale care sa poata fi aplicata in cariera sau in afaceri; Dobandirea de cunostinte si abilitati pentru a analiza si profita de oportunitatile de piata; Intelegerea jocului pietei libere si a importantei antreprenoriatului; Construirea de analize si prognoze bazate pe un set de informatii disponibile; 	
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a elabora si implementa un proiect de afaceri; Capacitatea de a lucra in echipa; Proactivitate si raspunsuri pozitive la schimbare; Abilitati de creativitate, comunicare, gandire critica si rezolvare de probleme; Constientizarea punctelor tari si punctelor slabe personale 	

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobandirea de abilitati de baza referitoare la antreprenoriat, mentalitatea antreprenoriala si intelegerea rolului si pozitiei antreprenorului in economia de piata globala.	
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea competentelor de a opera cu conceptele si principiile de baza in antreprenoriat; Dezvoltarea abilitatilor de a evalua contextul si oportunitatile oferite de piata internationala; Crearea mentalitatii antreprenoriale. 	

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Numar ore alocate
1. Bazele antreprenoriatului	Prezentari/studii de caz Instruire asistata de calculator invatarea prin descoperire	Predare sincrona prin video—conferință / Platformă informatică de video-conferință	2
2. Producatori si consumatori in context international			2
3. Antreprenorii si economia de piata globala			2
4. Trecut, prezent si viitor in antreprenoriat			2
5. Auto-angajarea: beneficii si limite			2
6. Trasaturile antreprenorilor			2
7. Potentialul personal de antreprenor			4
8. Directii de cariera pentru antreprenori			2
9. Strategii pentru a incepe calatoria antreprenorului in mediu international			6
10. Etica in afaceri in context international			4

Bibliografie

1. Blanc, Steve – Customer Discovery, self-published, Amazon press, 2013
2. Blanc, Steve – The four steps to epiphany, self-published, cafePress.com 2005
3. Deming, W. Edwards – The new economics, The MIT Press, 2015
4. Burgstone, Jon – Breakthrough Entrepreneurship, Farallon Publishing, San Francisco, 2012
5. Fenleb, David – Why startups fail and how yours can succeed, Apress, 2012
6. Hoffman Reid – The start-up of you, Crown Buisness Publishing, 2012
7. Maxwell, John – Dezvolta liderul din tine, Editura Amaltea, 2004

8.2 Aplicatii (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Numar ore alocate
1. Antreprenor vs. Intraprenor –ce este comun, ce este diferit	Studii de caz, discutii de grup, aplicatii practice	Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic / Platforme de învățare colaborativă online	2
2. Jocul economiei de piata			2
3. Rolul antreprenorului in economia de piata			2
4. Perspectivele antreprenoriatului			2
5. Antreprenoriatul social			2
6. Profilul antreprenorului			4
7. Cele patru stadii ale calatoriei antreprenorului			4
8. Demararea propriei afaceri- primii pasi			6
9. Etica in afaceri			4

Bibliografie

1. Blanc, Steve – Customer Discovery, self-published, Amazon press, 2013
2. Blanc, Steve – The four steps to epiphany, self-published, cafePress.com 2005
3. Deming, W. Edwards – The new economics, The MIT Press, 2015
4. Burgstone, Jon – Breakthrough Entrepreneurship, Farallon Publishing, San Francisco, 2012
5. Fenleb, David – Why startups fail and how yours can succeed, Apress, 2012
6. Hoffman Reid – The start-up of you, Crown Buisness Publishing, 2012
7. Maxwell, John – Dezvolta liderul din tine, Editura Amaltea, 2004

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

- Capacitatea de a folosi cunostintele dobandite pentru a demara initiative antreprenoriale in comunitatea locala sau de a rezolva probleme pentru grupul tinta;
- Capacitatea de a folosi abilitatile de comunicare, creativitate, gandire critica si rezolvare de probleme pentru a conduce proiecte complexe, situatii si provocari din cadrul organizatiei in care este angajat

10. Evaluare

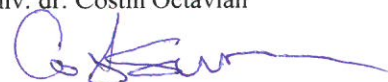
Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
----------------	----------------------------	--------------------------	-------------------------------

10.4. Curs	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea si corectitudinea cunostințelor acumulate; - Capacitatea de analiză și interpretare a cunostințelor; - Capacitatea de a folosi cunostințele asimilate. 	Prezentare online proiect individual	30%
10..5 aplicatii	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea si corectitudinea cunostintelor acumulate; - Participarea activă la seminarii; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; 	Realizarea unui studiu de caz în echipa si prezentarea lui în fata unei audiente	70%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Cerinte minime pentru nota 5: Dobandirea notiunilor de baza despre antreprenoriat 			

Data completării,
1 10 2021
Sorici

Titularul activitatilor de curs
Lector univ. dr. Costin Octavian Sorici

Titular aplicatii
Lector univ. dr. Costin Octavian



Data avizării în Departament,
18 10 2021

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel

FIȘA DISCIPLINEI

Marketing internațional

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Economie generală
1.4 Domeniul de studii	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Administrarea afacerilor internaționale
1.7 Anul universitar	2021- 2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing internațional				
2.2 Cod disciplină	MAAI1104				
2.3 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Jugănar Mariana				
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof. univ. dr. Jugănar Mariana				
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	EX
				2.8 Regimul disciplinei	DI
				*/**	

* DF – disciplină fundamentală, DD – disciplină în domeniu, DS – disciplină de specialitate, DC – disciplină complementară, DAP – disciplină de aprofundare, DSI – disciplină de sinteză, DCA – disciplină de cunoaștere avansată

** DI – disciplină impusă; DO – disciplină opțională

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					108
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					43
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					33
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7				150
3.9 Numărul de credite					6

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe de macroeconomie (axate pe cerere, ofertă, preț, concurență), cunoașterea aparatului statistico-matematic utilizat în economie, elementele de bază ale teoriei de marketing, cunoștințe de tranzacții și comerț internațional, cunoștințe de IT.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a selecta și combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior pentru a înțelege și aplica elementele de marketing internațional.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Dotare cu CP/laptop, conexiune internet
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului* *Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dotare cu CP/laptop, conexiune internet

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	-Abilitatea de a implementa în firmă principiile marketingului internațional. -Capacitatea de a utiliza principiile de marketing internațional ca pe un instrument managerial de asigurare a unei dezvoltări durabile a firmei. -Demonstrarea capacității de a elabora decizii în ceea ce privește prezența firmei pe piețele internaționale și creșterea competitivității acesteia. -Capacitatea de a evalua conjunctura pieței internaționale și a formula strategii de acțiune pentru firma internațională.
Competențe transversale	-Dezvoltarea capacității de lucru în echipă și a abilității de comunicare orală și scrisă. -Dezvoltarea inițiativei și spiritului antreprenorial. -Respectarea și dezvoltarea valorilor și eticii profesionale.

7. Obiectivele disciplinei(din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice necesare pentru înțelegerea și aplicarea elementelor specifice marketingului internațional în scopul creșterii competitivității și eficienței activității firmei internaționale.
7.2 Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Formarea gândirii interdisciplinare în domeniul afacerilor internaționale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
I.Marketingul internațional Specificitatea marketingului internațional. Evoluția marketingului internațional. Obiectivele marketingului internațional. Implementarea marketingului internațional	Prelegere, demonstrație, simulare, dezbatere, aplicații	Instruire online / Platformă informatică de video-conferință Zoom	2
II.Marketingul internațional în activitatea firmei Orientarea firmei spre marketingul internațional. Opțiuni strategice ale firmei internaționale			2

III. Analiza mediului de marketing internațional Sistemul de comerț internațional. Mediul economic.Mediul politico-legal.Mediul socio-cultural.Mediul fizico-geografic. Analiza micromediului firmei pe piața străină			3
IV.Politica de produs în marketingul internațional Standardizarea sau adaptarea produselor în marketingul internațional. Obiectivele și componentele politicii de produs în marketingul internațional. Conceptul de produs în marketingul internațional.Deciziile privitoare la produs.Strategii de produs în marketingul internațional			6
V.Politica contractuală în marketingul internațional Componentele politicii contractuale. Politica de prețuri în marketingul internațional. Strategii de stabilire a prețurilor în marketingul internațional. Modificările de preț și consecințele acestora			5
VI.Politica de distribuție în marketingul internațional Distribuția internațională. Canale de distribuție pe piața internațională. Selectarea canalelor de distribuție internațională. Strategii de distribuție internațională			5
VII.Politica de comunicare în marketingul internațional Evoluția impactului comunicării în relațiile de marketing internațional. Relațiile de comunicare și promovare în marketingul internațional. Publicitatea internațională.Promovarea vânzărilor în marketing internațional. Vânzarea personală în marketing internațional. Relații publice în marketing internațional. Marca în politica de comunicare internațională. Târguri și expoziții internaționale.Strategii de comunicare în marketingul internațional			5

Bibliografie

1. Curry, J.E.-Elemente de marketing internațional, Ed, Teora București 2001
2. Jugănar, M. – Marketing internațional, Ed.Expert, București 2007 ;
3. Kotler Ph-Managementul marketingului, Editura Teora ,Bucuresti 2009;
4. Kotler, Ph.;Armstrong, G.-Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011 Pearson Education(traducere Moise, D.;Plăiaș.I.) ;
5. Malcomete, P.(coord.)- Marketig. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003
6. Pop, Al.N; Dumitru, I. –Marketing internațional, Ed.Uranus ,București2001
7. Sasu, C.-Marketing internațional, Ed.Polirom, Iași 1998

8.2 Aplicații**(seminar/laborator/proiect)*****Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei*

	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1.Studii de caz privind evoluția marketingului internațional la firmele străine și românești	Dezbateri, Studii de caz, Prezentare/ susținere referat	Instruire online / Platformă informatică de video-conferință Zoom	2
2.Studii de caz privind analiza micromediului firmei pe o piață străină			2
3.Studii de caz privind politica de produs la companiile multinaționale și transnaționale. Analiza strategiilor de produs la diferite firme.			3
4 Studii de caz privind politica contractuală la companiile multinaționale și transnaționale . Analiza strategiilor de preț la diferite firme.			2
5.Studii de caz privind politica de distribuție la companiile multinaționale și transnaționale. Analiza strategiilor de distribuție la diferite firme.			2
6.Studii de caz privind politica de comunicare la companiile multinaționale și transnaționale. Analiza strategiilor de comunicare la diferite firme Elaborare și susținere referat.			3

Bibliografie

1. Curry, J.E.-Elemente de marketing internațional, Ed, Teora București 2001
2. Jugănar, M. – Marketing internațional, Ed.Expert, București 2007 ;
3. Kotler Ph-Managementul marketingului, Editura Teora ,Bucuresti 2009;
4. Kotler, Ph.;Armstrong, G.-Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011 Pearson Education(traducere Moise, D.;Plăiaș.I.) ;
5. Malcomete, P.(coord.)- Marketig. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003
6. Pop, Al.N; Dumitru, I. –Marketing internațional, Ed.Uranus ,București2001
7. Sasu, C.-Marketing internațional, Ed.Polirom, Iași 1998

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

- Absolventul trebuie să-și însușească noțiunile de marketing internațional deoarece, pe piața muncii, își pot găsi locul în departamentele de marketing ale societăților/companiilor cu activitate pe piața internațională.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Verificarea cunoștințelor teoretice și practice	Test grilă desfășurat online	50%
10.5 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Participarea la dezbateri, rezolvarea aplicațiilor practice. Inițiativă în formularea de propuneri de diversificare a activității de seminar, în funcție de interesul studenților.	Evaluare prin observare online a activității studentului pe parcursul semestrului. Evaluarea conținutului științific și modul de susținere a referatului.	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea la min. 50% din activitățile de curs și de seminar; obținerea notei 5 la testul grilă, susținerea referatului.			

Data completării,
1.09.2021

Titular activități
Prof. Univ dr. Jugănară Mariana

Titular aplicații,
Prof. Univ dr. Jugănară Mariana

Data avizării în Departament,
18 10 2021

Director de Departament,
Conf. univ. dr. Cosma Sorinel

FIȘA DISCIPLINEI ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	ECONOMIE GENERALĂ
1.4 Domeniul de studii	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR INTERNAȚIONALE
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ						
2.2 Cod disciplină	MAAI1105						
2.3 Titularul activităților de curs	PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA						
2.4 Titularul activităților aplicative	-						
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DD – disciplină în domeniu, DS – disciplină de specialitate, DC – disciplină complementară, DAP – disciplină de aprofundare, DSI – disciplină de sinteză, DCA – disciplină de cunoaștere avansată

** DI – disciplină impusă; DO – disciplină opțională

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână						1	din care: 3.2 curs	1	3.3 aplicații***	-
3.4 Total ore activități directe pe semestru						14	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	-
3.7 Total ore de studiu individual										86
Distribuția fondului de timp										[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe										40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren										16
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri										16
Tutorial										10
Examinări										4
Alte activități										
3.8 Total ore pe semestru			100							
3.9 Numărul de credite			4							

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Elemente de filosofie, sociologie, economie (studiate în liceu)
4.2 de competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	dotare a sălii cu laptop și videoproiector
5.2. de desfășurare a laboratorului /proiectului	dotare a sălii cu laptop și videoproiector

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și identificarea normelor de conduită în activitatea universitară • Explicarea și interpretarea conceptelor și principiilor de bază privind etica și integritatea academică • Elaborarea unui cod de etică și deontologie profesională (integritate academică)
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora • Executarea responsabilă a sarcinilor primite în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată, dar și familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă • Utilizarea eficientă a cunoștințelor și abilităților dobândite în domeniul eticii și integrității academice pentru dezvoltarea profesională și personală

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu problemele, conceptele și aspectele privind etica și integritatea academică
7.2 Obiectivele specifice	<p>Cunoașterea principalelor concepte din domeniul eticii, deontologiei profesionale și a integrității academice</p> <p>Înțelegerea rolului deosebit al eticii pentru dezvoltarea personală, socială și profesională</p> <p>Clarificarea unor aspecte vizând comportamentul etic în cercetarea științifică</p> <p>Identificarea plagiatului în lucrările cu caracter științific</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Aspecte introductive privind etica și integritatea academică	Prelegere	Instruire online/ Predare în direct prin video-conferință/ Platforma informatică de video-conferință	1 h
2. Codul de etică – instrument de orientare al comunității universitare în spiritul unor principii și valori etice			1 h
3. Valori și principii ale eticii universitare			1 h
4. Norme de etică în relațiile dintre membrii comunității universitare			1 h
5. Abateri de la etica universitară			1 h
6. Analizarea și sancționarea abaterilor de la etica universitară			1 h
7. Noțiuni de bază privind etica în cercetarea științifică din România			1 h
8. Abateri de la normele de bună conduită în activitatea de cercetare științifică și sancționarea științifică			1 h
9. Noțiuni generale privind proprietatea intelectuală			1 h

10. Protecția proprietății industriale		Instruire online/ Predare în direct prin video- conferință/ Platforma informatică de video-conferință	1 h	
11. Protecția dreptului de autor și a drepturilor conexe			1 h	
12. Noțiunea de plagiat: clarificări conceptuale și legislative			1 h	
13. Identificarea și analizarea plagiatului în mediul academic			1 h	
14. Prevenirea și combaterea plagiatului în mediul academic			1 h	
Bibliografie [1]. Papadima Liviu (coord.) – Deontologie academică – curriculum cadru, Universitatea din București, 2017 [2]. Șercan Emilia – Deontologie academică, Ghid practic, Editura Universității din București, 2017 [3]. Ștefan Elena Emilia – Etică și integritate academică, Editura Pro Universitaria, 2018, București [4]. Vătăman Dan – Etică și integritate academică, Editura Pro Universitaria, 2019, București [5]. *** Codul de etică și deontologie universitară al Universității „Ovidius” din Constanța				
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)		Metode de predare	Tip de realizare/Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
-				-
Bibliografie [1].				

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

- Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității
- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul învățământului gimnazial și liceal

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor - Coerența logică - Gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Referat cu aplicație practică Examen final scris	30% 70%
10.5 Aplicații	-	-	
10.6 Standard minim de performanță			

Cerințe minime pentru nota 5: minim nota 5 la examenul scris.

Data completării,

Titular activităților de curs,
PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA

Titular aplicații,
Nu este cazul

1 10 2021

Data avizării în Departament,

Director de Departament,
CONF. UNIV. DR. COSMA SORINEL

18 10 2021