

FIȘA DISCIPLINEI**MARKETING STRATEGIC IN TURISM, COMERT SI SERVICII****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	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Administrarea Afacerilor in Turism, Comert si Servicii
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing strategic in Turism, Comert si Servicii						
2.2 Cod disciplină	MAATCS2301						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Andreea-Daniela MORARU						
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof.univ.dr. Andreea-Daniela MORARU						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	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	1	3.3 aplicații***	2
3.4 Total ore activități directe pe semestru	33	din care: 3.5 curs	11	3.6 aplicații	22
3.7 Total ore de studiu individual					92
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					39
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					28
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					23
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Marketing
4.2 de competențe	Marketing

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
--------------------------------	---------------

5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	Nu este cazul
---	---------------

*Se alleghe tipul de aplicatie aferent disciplinei

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea fundamentelor marketingului, a evoluției practicii și teoriei de marketing • Cunoașterea metodelor și instrumentelor pentru stabilirea strategiilor • Aprofundarea analizei mediului organizației, a pieței și a spațiului concurențial • Înțelegerea importanței poziționării strategice și dezvoltarea unei strategii de poziționare
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Abilități în modul de aplicare în practică și soluționarea problemelor prin metode și instrumentarul de marketing • Înțelegerea funcționării organizațiilor în contextul cunoașterii mediului intern și extern • Capacitatea de adaptare la realitățile economice, dar mai ales înțelegerea soluționării problemelor de marketing prin activități specifice

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și înțelegerea teoriei generale a marketingului strategic, explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor asociate în TCS
7.2 Obiective specifice	Cunoașterea, înțelegerea, explicarea, utilizarea și aplicarea corespunzătoare a conceptelor, metodelor și instrumentelor specifice activității de marketing a organizațiilor

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/ Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Introducere în marketingul strategic	Prelegere	Instruire online / Predare în direct prin video-conferință / Platformă informatică de video-conferință	1
2. Metode și instrumente pentru stabilirea strategiilor			3
3. Analiza mediului organizației			2
4. Analiza clienților			1
5. Analiza concurenților			1
6. Analiza pieței			2
7. Poziționarea strategică			1

Bibliografie

1. Balaure, V., Cătoi, I., Vegheș, C., *Marketing turistic*, Editura Uranus, București, 2005.
 2. Cravens, D.W., Piercy, N.F., *Strategic Marketing*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition, New York, 2006.
 3. Jobber, D., *Principles and Practice of Marketing*, Ediția a II-a, McGraw-Hill Publishing Company, Londra, 1998.
 4. Jugănar, M., *Marketing*, Editura Expert, București, 2000.
 5. Karlof, B., Lovingson, F., *The A-Z of Management Concepts and Models*, Thorogood Publishing, Londra, 2005
 6. Kotler, P., Armstrong, G., *Principiile marketingului*, ediția a IX-a, Editura Teora, București, 2003.
 7. McDonald, M., *Marketing strategic*, Ed. Codecs, Bucuresti, 1998
 8. McDonald, M., Morris, P., *The Marketing Plan – A Pictorial Guide for Managers*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2002.
 9. Muhcină, S., *Marketing în turism: teorie și aplicații*, Editura Muntenia, Constanța, 2007.
 10. Pender, L., *Marketing Management for Travel and Tourism*, Stanley Thornes Publishers Ltd., Cheltenham, 1999.
 11. Pop, N.A. (coord.), Andronov, E.D., Lefter, C., Kouzmanova, M., Schmengler, H.J., *Marketing strategic*, Editura Economică, București, 2000.
- Vellas, F., Becherel, L., *Marketing Management for Travel and Tourism. A Strategic Approach*, MacMillan Press Ltd., Londra, 1999.

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Particularități ale marketingului strategic în TCS	Dezbateri, studii de caz, proiecte, aplicații	Instruire online / Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic/ Platforme de învățare colaborativă online	2
2. CVP și implicațiile asupra managementului portofoliului de produse ale firmei			4
3. Modelul Boston Consulting Group și Modelul General Electric-McKinsey			4
4. Modelul Calgary			2
5. Analiza clienților			3
6. Analiza concurenților			3
7. Strategia de poziționare			4

Bibliografie

Idem Bibliografie curs

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu cel al disciplinei din alte centre universitare din țară și din străinătate. Adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei se face pe baza discuțiilor cu angajatori în domeniu, cu care există legături permanente confirmate.

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"> - Amplitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Capacitatea de expunere, analiză și interpretare a cunoștințelor; - Capacitatea de a opera cu noțiuni și concepte; 	Evaluare pe parcurs – proiect Evaluare finală - examen scris	75%
10.5. Aplicații* (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei ()</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Participarea activă; - Interesul pentru studiu individual; - Capacitatea de a asuma roluri și de a rezolva probleme și sarcini; - Creativitatea și originalitatea. 	Observarea sistematică, studii de caz	25%
10.6 Standard minim de performanță			
Cerințe minime pentru nota 5 (sau cum se acordă nota 5) – min 4,5 puncte cumulate din test (punctaj ponderat) și activitatea seminar (punctaj ponderat)			
Cerințe minime pentru nota 10 (sau cum se acordă nota 10) – min 9,5 puncte cumulate din test (punctaj ponderat) și activitatea seminar (punctaj ponderat)			

Data completării,

Titular activităților de curs,

Titular aplicații,

Nume/Prenume/Semnătura

Nume/Prenume/Semnătura

11.10.2021

Prof.univ.dr. Andreea Daniela MORARU

Prof.univ.dr. Andreea Daniela MORARU

Data avizării în Departament,

18.10.2021

Director de Departament,
Nume/Prenume/Semnătura
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel

FIȘA DISCIPLINEI TEHNICI DE COMUNICARE

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	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN TURISM COMERȚ ȘI SERVICII
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI DE COMUNICARE						
2.2 Cod disciplină	MAATCS2302						
2.3 Titularul activităților de curs	PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA						
2.4 Titularul activităților aplicative	PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA						
2.5 Anul de studii	II	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	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	22	din care: 3.5 curs	11	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					78
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutorial					10
Examinări					3
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	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Ascultare activă; sală dotată cu laptop și videoproiector
5.2. de desfășurare a laboratorului /proiectului	Sală dotată cu laptop și videoproiector, amenajări spațiale și mobilier adecvat negocierilor

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea și înțelegerea din punct de vedere științific a conceptelor și ideilor ce tin de diferența specifică a comunicării, negocierii și a termenilor cheie specifici domeniului. Explicarea și interpretarea strategiilor de comunicare, a principiilor fundamentale și a elementelor componente procesului de negociere Evaluarea modalităților de implementare a acțiunilor ce privesc comunicarea și negocierea, precum și evaluarea strategiilor și tehnicilor utilizate în negociere în mediul de afaceri Dezvoltarea abilităților de analiză critic-constructivă a situațiilor, teoriilor, modelelor și metodelor de comunicare și negociere cu scopul dezvoltării unor abordări creative în formularea de soluții
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 Toleranță față de opinii adverse, persuasiune, argumentație, spontaneitate, gândire critică, onestitate, integritate, flexibilitate

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea și înțelegerea de către masteranzi a importanței și rolului negocierii ca o modalitate de echivalare a intereselor în lumea contemporană Formarea de deprinderi, abilități și componente de comunicare și negociere eficientă
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea de abilități de comunicare și negociere, prin aplicatii practice la temele de seminar Înțelegerea deosebirii dintre persuasiune (specifică actului de comunicare) și manipulare (cu diferitele ei forme) în cadrul negocierii.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Capitol 1. Administrarea afacerilor	Prelegere Interactiv, cu implicarea studenților	Instruire online/ Predare în direct prin video-conferință/ Platforma informatică de video-conferință	1 h
1.1. Elemente ale activității de conducere a unei afaceri			
1.2. Viziunea modernă a conducerii			1 h
Capitol 2. Comunicarea modernă			
2.1. Comunicarea în cadrul organizațiilor			
2.2. Comunicarea pe circuit ierarhic			

Capitol 3. Comunicarea organizațională 3.1. Aspecte ale comunicării manageriale 3.2. Comunicarea și eficiența 3.3. Piața comunicării 3.4. Globalizarea comunicației			1h
Capitol 4. Comunicarea de afaceri 4.1. Specificul comunicării de afaceri 4.2. Canalele de comunicare în organizație 4.3. Mijloace de comunicare 4.4. Procesul de comunicare			1h
Capitol 5. Tehnici de comunicare scrisă 5.1. Specificul scrierii de afaceri 5.2. Raportul în activitatea de afaceri 5.3. Pregătirea scrierii rapoartelor 5.4. Compoziția rapoartelor 5.5. Lectura eficace			2h
Capitol 6. Tehnici de comunicare orală 6.1. Contextul general al comunicării orale de afaceri 6.2. Interviu 6.3. Ședința			2 h
Capitol 7. Cuplul comunicare - negociere 7.1. Relația comunicare –negociere 7.2. Comunicare - motivație - negociere 7.3. Comunicarea cheie succesului sau insuccesului într-o afacere			1h
Capitol 8. Negocierea în afaceri 8.1. De ce se negociază 8.2. Profesionalism în negociere 8.3. Conversația în negociere 8.4. Elementele constitutive ale negocierii 8.5. Procesul de negociere			1 h

Capitol 9. Negocierea comercială				
9.1. Trăsături specifice ale negocierii comerciale				1 h
9.2. Contextul negocierii comerciale: Procese de vânzare și de cumpărare				
9.3. Pregătirea negocierii comerciale				
9.4. Desfășurarea negocierii comerciale				
	Bibliografie [1]. Marinescu, V. – <i>Introducere in teoria comunicarii – modele si aplicatii</i> , Editura C.H. Beck, Bucuresti, 2011 [2]. Nicodim, L., Nistoreanu, P., Vasile, D. – <i>Tehnici de comunicare si negociere in afaceri</i> , Editura Universitaria, Craiova, 2007. [3]. Plaias, I. – <i>Negocierea afacerilor</i> , Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2003. [4]. Popescu, D., Chivu, I. – <i>Managementul afacerilor – teste si studii de caz</i> , Editura Economica, Bucuresti, 2001. [5]. Popescu, D. (coord.) – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Editura Economica, Buc., 2001 [6]. Popescu, M. – <i>Comunicarea și negocierea în afaceri</i> , Edit. Pro Universitaria, Buc., 2016. [7]. Prutianu, S. – <i>Tratat de comunicare si negociere in afaceri</i> , Editura Polirom, Iasi, 2008. [8]. Vasile, D. – <i>Comunicare si negociere in afaceri</i> , Editura ASE, Bucuresti, 2011.			
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)		Metode de predare	Tip de realizare/Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Rolul comunicării în afaceri		Studii de caz, teste de autodiagnostica re, modele și aplicații, teste grile Interactiv, cu implicarea studenților	Instruire online/ Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic/ Platforme de învățare colaborativă online	1
2. Etapele specifice procesului de comunicare și disfuncționalități ale procesului de comunicare				1
3. Avantajele și limitele formelor de comunicare utilizate în afaceri				1
4. Avantajele și limitele modelelor de comunicare manageriale utilizate în afaceri				1
5. Tactici de comunicare				1
6. Stil și strategie de negociere				1
7. Tehnici si tactici de negociere				1
8. Discursul				1
9. Exerciții de comunicare non-verbală				1
10. Interviu de angajare - simulare				1
11. Întocmirea unui raport scris și redactarea unui CV				1
Bibliografie Idem Bibliografie curs				

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

- Conținutul disciplinei este analizat periodic în discuții cu reprezentanți ai mediului de afaceri. Competențele achiziționate vor fi necesare angajaților care-și desfășoară activitatea în cadrul firmelor cu activitate comercială.

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 acumulate; - Capacitatea de analiza si interpretare a cunostintelor; - Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate; - Frecventa la cursuri.	Examen scris	70%
10.5 Aplicații	- Completitudinea si corectitudinea cunostintelor acumulate; - Participarea activa la seminarii; - Creativitatea; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea.	Observatia sistematica, studii de caz, teste grila si exercitii, aplicatii	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Cerințe minime pentru nota 5: minim nota 5 la examenul scris.			
Cerințe minime pentru nota 10: minim 7 la examenul scris si activitate la seminar 3 puncte.			

Data completării,
11.10.2021

Titular activităților de curs,

PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA

Titular aplicații,

PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA

Data avizării în Departament,
18.10.2021

Director de Departament,

PROF. UNIV. DR. COSMA SORIN

FIȘA DISCIPLINEI AMENAJĂRI TURISTICE

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	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Administrarea Afacerilor în Turism, Comerț, Servicii
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Amenajări turistice						
2.2 Cod disciplină	MAATCS2303						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Ionel Marian						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. Ionel Marian						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	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 (ore pe semestru alocate disciplinei)

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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					117
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					0
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> cunoașterea și înțelegerea conceptelor fundamentale care vizează amenajarea turistică cunoașterea fenomenelor și a factorilor care influențează amenajarea turistică utilizarea mijloacelor și a instrumentelor de lucru care se regăsesc în tehnicile de amenajare turistică capacitatea de efectuare a unor studii de fezabilitate și de analiză diagnostic în vederea amenajării turistice a unei zone abilitatea de a aplica diferite modele de amenajare turistică
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> dezvoltarea aptitudinilor necesare sesizării oportunităților și luării unor decizii bine fundamentate dezvoltarea și aplicarea unor idei de afaceri bazate pe responsabilitate socială și față de mediu înșușirea unui sistem de indicatori economici pentru evaluarea corectă a diferitelor situații capacitatea de asimilare a noilor cunoștințe în vederea dezvoltării personale și profesionale; capacitatea de a lucra în mod cooperant și flexibil în cadrul unei echipe;

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> înșușirea cunoștințelor teoretice și aplicative privind amenajarea turistică
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> dezvoltarea gândirii analitice și a viziunii sistemice asupra conceptului de amenajare turistică și dezvoltarea abilităților de implementare a unor modele de amenajare turistică

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Amenajarea turistică: delimitări conceptuale	Prelegere participativă	Instruire online / Predare în direct online Webex	2
Analiza zonei turistice, prospectarea pieței turistice și principii strategice la amenajarea unor zone sau stațiuni turistice			2
Formele de turism și structura bazei tehnico-materiale a unei amenajări turistice			2
Modele de amenajări turistice			2
Restaurația în amenajările turistice			2
Zonarea turistică a României, componentă a amenajării turistice			2

Amenajarea turistică și managementul calității mediului			2
Amenajarea spațiului rural pentru turism			4
Amenajarea în cazul turismului balnear			4

Bibliografie

- [1]. Erdeli G., Gheorghilaș A.: Amenajări turistice, Ed. Universitară, București, 2006;
- [2]. Falniță E.: Amenajări turistice și managementul calității mediului, Ed. Mirton Timișoara, 2000;
- [3]. Firoiu D., Matei A. C.: Economia turismului și amenajarea turistică a teritoriului, Ed. Sylvi, București, 2002;
- [4]. Gheorghilaș A.: Geografia turismului, metode de analiză în turism, Ed. Universitară, București, 2008;
- [5]. Ionel M. – Amenajări turistice, Note de curs, 2021;

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Teoria amenajării turistice	Expunere-dezbateri Studii de caz Aplicații	Instruire online /	1
Analiza diagnostic a teritoriului, premisă a amenajării turistice		Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic /	2
Tipuri de stațiuni turistice și amenajarea acestora		Webex	2
Amenajarea turistică a zonei montane			2
Amenajarea turistică a zonei de litoral			2
Amenajarea turistică a ariilor protejate			2

Bibliografie

- [1]. 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	- însușirea conceptelor, teoriilor, a metodelor și instrumentelor de analiză; - capacitatea de a sintetiza și analiza corect informațiile; - frecvența la cursuri.	Examen oral online - Susținere Proiect de cercetare + întrebări în strânsă corelație cu tematica cursului	70%
10.5 Aplicații	prezența la seminarii și participarea activă la acestea; - creativitatea și originalitatea discuțiilor și a studiilor de caz; - acuratețea intervențiilor în rezolvarea studiilor de caz; - calitatea documentării și interpretării temelor abordate; - interesul pentru studiu individual;	Observația sistematică, studii de caz, teste, proiecte	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> Minim nota 5 la evaluarea scrisă 			

Data completării,
11.10.2021

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume
Conf.univ. dr. Ionel Marian

Semnătura

Titular aplicații,
Nume/Prenume
Conf.univ. dr. Ionel Marian

Semnătura

Data avizării în Departament,
18.10.2021

Director de Departament,
Nume/Prenume
Conf.univ.dr Cosma Sorinel

Semnătura

FIȘA DISCIPLINEI

MANAGEMENTUL TURISMULUI DE EVENIMENTE

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	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism, Servicii (AATCS)
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul turismului de evenimente						
2.2 Cod disciplină	MAATCS2304						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Jugănarul Ion-Dănuț						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf.univ.dr. Jugănarul Ion-Dănuț						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					117
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					42
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					36
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutorial					2
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7 SAU (nr.credite x 25 ore) 150				
3.9 Numărul de credite	6				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe de micro și macroeconomie, cunoașterea aparatului statistico-matematic utilizat în economie, elementele de bază ale economiei turismului, managementului, de marketing, de IT.
-------------------	---

4.2 de competențe	Capacitatea de a selecta și combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior, pentru a le aplica în lucrările practice.
-------------------	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Dotare cu CP/laptop, conexiune internet
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	Dotare cu CP/laptop, conexiune internet

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea , înțelegerea și utilizarea terminologiei de specialitate privind organizarea unui eveniment. • Abilitatea de a organiza și desfășura activități de tipul evenimentelor pentru turiști, la nivelul unei firme din domeniul organizării de evenimente. • Capacitatea de a efectua analize ale poziționării pe piață, a unei întreprinderi de profil (organizatoare de evenimente), axate pe politicile de produs, preț, distribuție, promovare, cercetarea pieței și a concurenței, cercetarea comportamentului de cumpărare și de consum al turiștilor. • Abilitatea de a adapta organizarea unui eveniment în funcție de cerințele clienților și de a fi maleabil, flexibil și inovativ în organizarea de evenimente, într-o situație dată, pe piață.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Asumarea rolului de manager organizare evenimente, în cadrul unei organizații din turism. • Capacitatea de a înțelege orientarea strategică a unei firme de organizare evenimente, în condițiile unei piețe aflată în continuă schimbare și incertitudine, precum și de a formula cele mai adecvate măsuri de adaptare a firmei la condițiile pieței. • Dezvoltarea capacității de lucru în echipă și 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"> • Cunoașterea aprofundată a varietății politicilor și strategiilor utilizate în turismul mondial, în vederea identificării și aplicării acestora în practică
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea, de către studenți, a capacității de a înțelege și analiza orientarea strategică a unei întreprinderi de turism • Însușirea noțiunilor și cunoștințelor de specialitate privind politicile și strategiile utilizate în turism, pe plan mondial • Utilizarea cunoștințelor de specialitate, a aparatului conceptual și metodologic, pentru elaborarea de proiecte/programe privind politicile/strategiile pe care să le adopte o organizație din turism

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și mijloace tehnice	Număr ore alocate
Turismul de afaceri-Concepte, definiții și teorii privind turismul de afaceri	Prelegere; dezbateri Lucrul cu suportul de curs Instruire asistată de calculator	Predare în direct prin video-conferință Instruire online / Platformă informatică de video-conferință Zoom	2
Tipologia turismului de afaceri			1
Tendențe și previziuni privind evoluția călătoriilor de afaceri			1
Instituții și organizații guvernamentale și neguvernamentale implicate în organizarea și desfășurarea turismului de afaceri			2
Turismul de afaceri în România			1
Turismul de Evenimente. Concepte și teorii privind turismul de evenimente. Tipologia evenimentelor			2
Evenimentele și turismul – evenimentele turistice, catalizator pentru dezvoltarea turismului			2
Structura mediului de afaceri implicat în industria evenimentelor			1
Tendențe ale cererii de reuniuni și evenimente pentru întreprinderi			2
Managementul evenimentelor. Definiții. Industria organizării evenimentelor.			2
Managementul evenimentelor - privit ca instrument de marketing			1
Etapele organizării evenimentelor. Logistica organizării și desfășurării evenimentelor.			2
Activități în cadrul Managementului evenimentelor			2
Piața internațională a turismului de reuniuni și cea a manifestărilor expoziționale.			1

Bibliografie

- [1]. Chiriac A.C., Asistența turistică în organizarea de evenimente, Editura THR-CG, București , 2004
- [2]. Claveau Philippe, Management de projets evenementiels.Mode d’emploi pour les associations et les entreprises, Presses Universitaires de Grenoble, 2005
- [3].Deery, M., Jago, L., Fredline, E. (2004), Sport tourism or event tourism: Are they one and the same ? Journal of Sport Tourism, 9 (3)
- [4]. Ferdinand, N, Kitchin, P.J (2016), Events Management: An International Approach, 2d Edition, Sage Publications Ltd, London
- [5]. Foley, M., McGillivray, D., Mc Pherson,G.(2012), Event Policy: From Theory to Strategy, Routledge, NY
- [6]. Getz, D., Anderson, D., Sheehan, L. (1998). Roles, issues and strategies for convention and visitor bureau in destination planning and product development: A survey of Canadian bureau. Tourism Management 19 (4)
- [7]. Getz, Donald, Festivals, Special Events and Tourism, Cognizant Communication Corp. Publishers, 2005, p. 132 și Event Studies-Theory, Research and Policy for Planned Events, Elsevier Publishers, 2007
- [8]. Getz, D. (2004), Bidding on events: Critical success factors. Journal of Convention and Exhibition Management, 5 (2)
- [9].Jugănaru, I.D., Managementul turismului de evenimente, Note de curs, 2021
- [10]. Jugănaru Ion Dănuț, The Return of Major Music Festivals in Romania, Postponed Due to the COVID-19 Pandemic: Controversies Over Possible Discriminations Regarding Not Allowing Participation of Non-Vaccinated Spectators, “Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series Volume XXI, Issue 1 /2021, pp. 542-541
<https://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/2021/Section%204/14.pdf>
- [11]. Lămătic Gh.(2005), Dotarea și organizarea activităților unităților de alimentație publică, Editura Biblioprod , Piata Neamt, 2005
- [12]. Razaq Raj, Paul Walters, Tahir Rashid (2017), Events Management: Principles and Practice, 2d edition, Sage Publication Ltd, London
- [13]. Rifai, Taleb, Foreword, Global Report on the Meetings Industry, World Tourism Organisation Madrid, 2014
- [14]. Ritchie, J.R.B. (1984), Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues. Journal of Travel Research, 23 (1)
- [15]. Schäfer-Medhi, S. , Organizarea evenimentelor, Editura ALL, Bucuresti, 2008
- [16]. Spindler, Jaques (coordonator), L’évaluation de l’événementiel touristique, Editions L’Harmattan, 2009
- [17]. Stănculescu, G., Managementul operațiunilor în turismul de evenimente, Editura ASE, București, 2010
- [18]. Swarbrooke, J., Horner, S., Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Londra, 2002
- [19]. Turbiez, E., L’événementiel comme vecteur de développement et de valorisation du tourisme d’affaires, Master Management des industries du Tourisme et de L’Hotellerie, Université du Toulouse II- Le Mirail, 2009-2010
- [20]. OECD (2017), “Major events as catalysts for tourism”, OECD Tourism Papers, 2017/02, OECD Publishing, Paris.
<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/a0e8a96f-en.pdf?expires=1540722062&id=id&accname=guest&checksum=23FCFCEB29E3F3941BD7FE807EA9288>
- [21]. UNWTO, Global Report of the Meeting Industry, 2015
- [22]. Watkins, Mark, La demande des entreprises en matière de réunions et événements, Cahier ESPACES 97, avril 2008, Tourisme d’affaires

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Tipologia turismului de afaceri	Dezbateri, studii de caz, prezentare proiect	Instruire online / Platformă informatică de video-conferință Zoom Învățare online prin activități colaborative în grup Platformă de învățare colaborativă online	1
Tendențe și previziuni privind evoluția călătoriilor de afaceri			1
Turismul de afaceri în România, comparativ cu alte țări			1
Tipologia evenimentelor– evenimentele turistice			1
Structura mediului de afaceri implicat în industria evenimentelor			1
Cererea de reuniuni și evenimente pentru întreprinderi			1
Managementul evenimentelor			1
Industria organizării evenimentelor			1
Etapele organizării evenimentelor			1
Logistica organizării și desfășurării evenimentelor			1
Activități în cadrul Managementului evenimentelor			1
Bibliografie [1].Chiriac A.C., Asistența turistică în organizarea de evenimente, Editura THR-CG, Bucuresti , 2004 [2].Lămătic Gh.(2005), Dotarea și organizarea activităților unităților de alimentație publică, Editura Biblioprod , Piata Neamt, 2005 [3]. Stănciulescu, G., Managementul operațiunilor în turismul de evenimente, Editura ASE, București, 2010 [4].Juganaru, I.D., Managementul turismului de evenimente, Note de curs, 2021			

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

Titularul cursului are întâlniri frecvente, în cadrul Camerei de Comerț și Industrie județene, cu întreprinzători și manageri din domeniul turismului și al serviciilor, astfel încât preia, de la aceștia, periodic, sugestii privind adaptarea curriculei la cerințele pieței turismului de evenimente

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Dobandirea cunoștințelor minime din programa de studii	Lucrare scrisă Formula notei finale $0.2 \times E_{vp} + 0.8 \times ex.$	70%
10.5 Aplicații	Participarea la dezbateri, studii de caz, rezolvarea aplicațiilor practice (referate)	Evaluare prin observare	30%

10.6 Standard minim de performanță

- minimum nota 5 obtinuta la examen
- participare la cel puțin jumătate + una din orele de curs si seminar

Data completării,

Titular activități de curs,
Nume/Prenume/SemnăturaTitular aplicații,
Nume/Prenume/Semnătura

11.10.2021

Conf.univ.dr. Jugănaru Ion-Dănuț
SemnăturaConf.univ.dr. Jugănaru Ion-Dănuț
SemnăturaData avizării în Departament,
18.10.2021Director de Departament,
Nume/Prenume/SemnăturaConf. univ. dr. Cosma Sorinel
Semnătura

FIȘA DISCIPLINEI

ANALIZĂ ECONOMICO-FINANCIARĂ APROFUNDATĂ

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	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclu de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN TURISM, COMERȚ ȘI SERVICII
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ANALIZĂ ECONOMICO-FINANCIARĂ APROFUNDATĂ						
2.2 Cod disciplină	MAATCS2305						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. SPĂTARIU ELENA CERASELA						
2.4 Titularul activităților aplicative	Ec.dr. LIPARĂ DANIEL						
2.5 Anul de studii	II	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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					117
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					40
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutorial					0
Examinări					2
Alte activități					0
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

*** 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	Laptop, conexiune internet funcțională, aplicația Webex Meetings instalată
5.2. de desfășurare a seminarului	Laptop, conexiune internet funcțională, aplicația Webex Meetings instalată

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea rezultatelor și fenomenelor economice și a interdependențelor dintre ele; • Cunoașterea categoriilor instrumentelor de analiză diagnostic a întreprinderii; • Înțelegerea și interpretarea concluziilor rezultate din analiza diagnostic a întreprinderii; • Explicarea mecanismelor de lucru cu instrumentele specifice analizei diagnostic a întreprinderii; • Explicarea desfășurării rezultatelor și fenomenelor economice; • Exemplificarea metodelor de analiză pe date concrete.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Asumarea responsabilității realizării unui anumit proiect; • Capacitatea de a lucra în echipă; • Formarea unor capacități de analiză și sinteză; • Participarea activă la dezbateri și discuții.

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea unor concepte, teorii, modele specifice de analiză diagnostic a întreprinderii.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și interpretarea rezultatelor și fenomenelor economice și a interdependențelor dintre ele cu ajutorul instrumentelor specifice analizei diagnostic.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Capitolul I - NOȚIUNI TEORETICE PRIVIND MEDIUL CONCURENȚIAL AL FIRMEI 1.1. Mediul concurențial al firmei 1.2. Poziționarea unei firme în sectorul de activitate	Prelegere	Predare în direct prin video—conferință cu ajutorul aplicației Webex Meetings	3
Capitolul II - MODELE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A MEDIULUI CONCURENȚIAL 2.1 Modelul BCG (Boston Consulting Group) 2.2 Modelul societății Arthur D. Little 2.3 Modelul McKinsey 2.4 Metoda PIMS (Profit Impact of Market Strategy)			3

Capitolul III – ANALIZA POTENȚIALULUI UMAN AL FIRMEI 3.1. Analiza asigurării cantitative cu forță de muncă 3.2. Analiza mișcării personalului 3.3. Analiza calificării forței de muncă 3.4. Analiza eficienței utilizării resurselor umane și a posibilității de sporire a acestora			3
Capitolul IV – ANALIZA POTENȚIALULUI MATERIAL AL FIRMEI 4.1. Analiza gestiunii mijloacelor fixe 4.2. Analiza gestiunii activelor circulante			3
Capitolul V – ELEMENTE DE ANALIZĂ FINANCIARĂ A FIRMEI 5.1. Diagnosticul financiar 5.2. Analiza bilanțului contabil 5.3. Analiza structurii bilanțiere			3
Capitolul VI – ANALIZA SITUAȚIEI FINANCIARE A FIRMEI 6.1. Utilizarea altor tipuri de rate în analiza financiară 6.2. Analiza situației financiare prin metoda scorurilor			4
Capitolul VII – ANALIZA PERFORMANȚEI FIRMEI ÎN CONDIȚII DE RISC ȘI INCERTITUDINE 7.1. Diagnosticul riscului. Tipologia riscului 7.2. Identificarea surselor riscului 7.3. Modalități de măsurare a riscului 7.4. Influența riscului economic și financiar asupra performanței firmei			3

Bibliografie

- [1]. Anghel, I. (coord.) - Analiza si evaluare economico-financiara. Studii de caz, Ed. ASE, 2016
- [2]. Brezeanu, P. (coord.) – Analiză financiară, Ed Meteor Press, București, 2007;
- [3]. Ceocea, C. – Riscul în activitatea de management, Ed. Economică, București, 2010;
- [4]. Doltu, D. – Abordări în economia riscului și incertitudinii, Ed. Economică, București, 2006;
- [5]. Hristea, A. M. - Analiza economică și financiară a activității întreprinderii. De la intuiție la știință, volumul 2 (editia a doua), Ed. Economică, București, 2015;
- [6]. Păvăloaia, W., Păvăloaia, D. – Diagnosticul și evaluarea întreprinderii, Ed. Tehnopress, Iași, 2006
- [7]. Păvăloaia, W., Paraschivescu, M.D., Olaru, G.D., Radu, F. Analiza financiară. Studii de caz, Ed. Economică, București, 2006;
- [8]. Păvăloaia, W., Bordeianu, G.D. - Analiză economico-financiară. Studii de caz, Ed. Tehnopress, Iași, 2011;
- [9]. Petrescu, S. – Diagnostic economic financiar. Metodologie. Studii de caz, Ed. Sedcom Libris, Iași, 2004;
- [10]. Popescu, A.M. – Analiza și evaluarea întreprinderii, Ed. Economică, București, 2015;
- [11]. Prunea, P. – Riscul în activitatea economică. Ipoteze. Factori. Modalități de reducere, Ed. Economică, București, 2003;
- [12]. Robu, V., Anghel, I., Șerban, E.C. - Analiză economico-financiară a firmei, Ed. Economică, București, 2014;
- [13]. Sobolesvchi-David, M.I., Robu, V, Petcu, M.A., Cureau, S.C. - Ghid practic de analiza economico-financiara, Ed. ASE, Bucureti, 2020
- [14]. Spătaru, E.C. - Noțiuni de analiză economico-financiară la nivel microeconomic. Teorie, teste grilă și probleme, Ed. Ex Ponto, Constanța, 2007;
- [15]. Spătaru, L. – Analiza economico-financiară, instrument al managementului întreprinderilor, Ed. Economică, București, 2011;
- [16]. Valceanu, Ghe. - Analiză economico-financiară, Editia a II-a, Ed. Economică, 2010.

8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
• ELEMENTELE MEDIULUI CONCURENȚIAL AL FIRMEI	Studii de caz, aplicații	Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic în direct prin video–conferință cu ajutorul aplicației Webex Meetings	1
• MODELE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A MEDIULUI CONCURENȚIAL			1
• ANALIZA ASIGURĂRII FIRMEI CU RESURSE UMANE			1
• ANALIZA GESTIUNII MIJLOACELOR FIXE ȘI CIRCULANTE			2
• ANALIZA SITUAȚIEI PATRIMONIALE A FIRMEI			2
• ANALIZA SITUAȚIEI FINANCIARE A FIRMEI			2
• ANALIZA RISCULUI LA NIVEL DE FIRMĂ			2

Bibliografie

Idem bibliografie curs

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

- Temele abordate la curs și seminar sunt adaptate în permanență la nevoile reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului de studii, pe baza consultărilor periodice desfășurate împreună cu aceștia.

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 și corectitudinea cunoștințelor teoretice acumulate; • Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor teoretice acumulate. 	Examen final oral sub formă de discuții libere pe subiecte din tematica cursului, susținut cu ajutorul platformei Webex Meetings	60%
10.5. Aplicații (seminar)	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea practică a cunoștințelor teoretice acumulate. 	Evaluare pe parcurs pe bază de proiect realizat individual din tematica cursului și transmis prin intermediul poștei electronice	40%
10.6 Standard minim de performanță			
Cerințe minime pentru nota 5 (sau cum se acordă nota 5)			
<ul style="list-style-type: none"> • Minim nota 5 la examenul final oral. 			
Cerințe minime pentru nota 10 (sau cum se acordă nota 10)			
<ul style="list-style-type: none"> • Nota 10 la examenul final oral și evaluarea pe parcurs pe bază de proiect. 			

Data completării,
11.10.2021

Titular activitate de curs,
Prof.univ.dr. SPĂTARIU ELENA CERASELA

Titular aplicații,
Ec.dr. LIPARĂ DANIEL

Data avizării în Departament,

18.10.2021

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

FIȘA DISCIPLINEI

PRACTICĂ ECONOMICĂ

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	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Administrarea Afacerilor în Turism, Comerț și Servicii
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Practică economică						
2.2 Cod disciplină	MAATCS2312						
2.3 Titularul activităților de curs							
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf. Univ. dr. Ionel Marian						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	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 (ore pe semestru alocate disciplinei)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână (3 săpt x 5 zile x 6 ore/zi)		din care: 3.2 curs	-	3.3 aplicații	
3.4 Total ore activități directe pe semestru	90	din care: 3.5 curs	-	3.6 aplicații	90
3.7 Total ore de studiu individual					
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutorial					
Examinări					
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	90				
3.9 Numărul de credite	3				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Discipline de parcurs din semestrele anterioare
4.2 de competențe	Competențele oferite de disciplinele studiate

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurare practicii economice	Condiții specifice domeniului în care se derulează activitatea practică.

	<p>Practica de specialitate se va desfășura (pe parcursul celor 90 de ore) în cadrul unor societăți/instituții cu activitate în domeniul economic și va fi finalizată prin Caietul de practică realizat de către fiecare student; Caietul de practică trebuie să reflecte capacitatea studenților de cunoaștere și înțelegere a modului de organizare și funcționare a unei afaceri, explicarea și interpretarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în afaceri, utilizarea unor metode și instrumente pentru investigarea rezultatelor obținute în afaceri, precum și fundamentarea de soluții la probleme de natură economică.</p>
--	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> capacitatea de a cunoaște și înțelege fundamentele și importanța derulării activității la nivel microeconomic, mezeconomic și macroeconomic (de a alege, utiliza și analiza rezultatele obținute prin aplicarea diverselor metode); capacitatea de a identifica particularitățile activității practice în observarea, analizarea și diagnosticarea fenomenelor și proceselor economice, observate la nivelul unităților economice; capacitatea de a utiliza cele mai adecvate tehnici și proceduri de investigare a fenomenelor economice din domeniul economic; capacitatea de a participa ca membri în echipe de cercetare din cadrul firmelor; capacitatea de a elabora, redacta și susține o lucrare întocmită în urma desfășurării activității practice în cadrul unui agent economic;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme economice specifice mediului economic; capacitatea de a valorifica eficient resursele și tehnicile de învățare pentru propria dezvoltare.

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Practica economică are ca obiectiv completarea și adâncirea cunoștințelor dobândite, familiarizarea masteranzilor cu modul de aplicare în cadrul instituțiilor/organizațiilor a cunoștințelor teoretice însușite prin procesul de învățământ și formarea de noi deprinderi practice în domeniul identificării nevoilor organizaționale. ✓ De asemenea, sunt urmărite următoarele aspecte: <ul style="list-style-type: none"> cunoașterea și înțelegerea conținutului și modului de realizare a unui portofoliu de practică la unități economice; explicarea unor fenomene economice, analizând cauze și efecte; interpretarea unor date statistice, a unor indicatori de performanță a firmelor;
---------------------------------------	---

7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • dobândirea de cunoștințe de specialitate necesare pentru desfășurarea unei activități în domeniul economic; • proiectarea, conducerea și evaluarea activităților specifice firmelor studiate; • formarea unor specialiști cu abilități complexe de conducere și administrare a unor departamente sau firme ce activează în economie; • formarea ca și profesioniști capabili să elaboreze și gestioneze proiecte viabile în domeniul economic; • pregătirea unor cadre polivalente conștiente de cerințele și tendințele mediului de afaceri specific, capabile să sesizeze cele mai bune oportunități, capabile să găsească și să implementeze soluții adecvate; • participarea în cadrul procesului de organizare și conducere a unei societăți/instituții cu activitate în domeniul economic; • realizarea unor modalități de promovare a unităților la care s-a efectuat stagiul de practică; • identificarea punctelor forte și a punctelor slabe ale activității unei firme; • elaborarea de strategii pentru firmele studiate; • dezvoltarea lucrului în echipă, crearea de parteneriate.
---------------------------------	---

8. Conținuturi

8.1 Aplicații	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Prezentarea de ansamblu a unității economice 1.1. Profilul de activitate, statutul juridic, dimensiunea și complexitatea activității (număr de salariați, capacitatea de producție/desfacere, unități proprii, activități desfășurate, venituri realizate) 1.2. Obiectivele de dezvoltare și modernizare a unității economice 1.3. Studiul sistemului actual de management 1.4. Fluxul tehnologic pentru produsele obținute sau comercializate, respectiv serviciile prestate (după caz) 1.5. Tendințele evolutive ale activității de ansamblu a unității economice		12
2. Cunoașterea și studiul principalelor activități și unități componente 2.1. Structura organizatorică de ansamblu a unității economice. Organigrama 2.2. Principalele organe și posturi de conducere 2.3. Principalele interdependențe dintre activități, compartimente și posturi 2.4. Rolul funcțional al fiecărui compartiment și post de conducere, obiectivele și limitele sale 2.5. Principalii indicatori de performanță ai unității economice (cifra de afaceri, număr de angajați, productivitatea muncii, rentabilitatea comercială, profit, câștigul salarial mediu) în ultimii 3 ani 2.6. Măsuri propuse pentru îmbunătățirea activității unității economice		30
3. Studiarea principalelor domenii și problemele de specialitate 3.1. Oferta unității economice (prezentarea produselor/serviciilor oferite și aprecierea conformității acestora cu normele de clasificare, după caz) 3.2. Analiza activității de management în cadrul unității economice (previziunea și planificarea, coordonarea, controlul și adoptarea deciziilor, managementul resurselor umane, managementul calității, strategii specifice unității economice) 3.3. Analiza activității de marketing în cadrul unității economice (analiza mediului de marketing și a mixului de marketing - politica de produs, politica de preț, politica de distribuție și politica promoțională) 3.4. Tehnicile de comunicare și de negociere utilizate în cadrul firmei de turism, comerț și servicii		24

3.5 Documente utilizate în cadrul unității de turism/comerț/servicii (vouchere, cecuri de călătorie, contracte încheiate) și implicațiile pe care le generează în relația cu clienții 3.6. Principii strategice utilizate la amenajarea unității turistice/de comerț/servicii 3.7. Operațiunile specifice tehnologiei restaurantelor în servirea clienților 3.8. Organizarea și derularea evenimentelor turistice în cadrul unităților economice din care operează în domeniu 3.9. Strategiile utilizate în dezvoltarea activității unității economice 3.10. Analiza altor operațiuni și activități specifice unității turistice/de comerț/servicii în care se desfășoară practica de specialitate		24
Bibliografie Fiecare masterand va studia o bibliografie specifică domeniului de activitate a firmei unde va realiza Practica.		

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

Conform cerințelor impuse de piața muncii, stagiul de practică va oferi masteranzilor posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a realiza analiza și interpretarea fenomenelor și proceselor economice desfășurate în firme.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.1 Aplicații Forma de evaluare: colocviu - evaluare orală	Evaluarea de către tutorele de practică și de către cadrul didactic supervisor	În timpul derulării stagiului de practică, tutorele împreună cu cadrul didactic supervisor vor evalua practicantul în permanență, pe baza unei fișe de observație/evaluare, apreciind modul în care masterandul a respectat clauzele portofoliului de practică. Vor fi evaluate atât nivelul de dobândire a competențelor profesionale, cât și comportamentul și modalitatea de integrare a practicantului în activitatea partenerului de practică (disciplină, punctualitate, responsabilitate în rezolvarea sarcinilor, respectarea regulamentului de ordine interioară al întreprinderii/instituției publice etc.).	Calificative acordate: Nesatisfăcător, Satisfăcător, Bine, Foarte bine 50%

	Evaluarea conținutului Caietului de practică	Întocmirea Caietului de practică conform cerințelor referitoare la conținut, structură, număr de pagini, însușirea, integrarea cunoștințelor practice de bază în caietul de practică realizat, precum și expunerea acestora în caietul realizat, folosind un limbaj de bază de specialitate specific economic.	
	Evaluarea prezentării Caietului de practică	Colocviul de practică va consta în susținerea și argumentarea informațiilor cuprinse în Caietul de practică și prezentarea convenției-cadru privind efectuarea stagiului de practică și a portofoliului de practică semnate și completate. Se va aprecia modul în care studentul a reușit să se integreze în mediul firmei și capacitatea acestuia de a pune în practică cunoștințele teoretice dobândite în cadrul cursurilor de specialitate, precum și cunoștințele practice însușite.	50%
10.2 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Calificativul acordat de tutorele din partea firmei și de cadrul didactic supervisor trebuie să fie minim Satisfăcător și minim nota 5 la colocviu 			

Data completării,

11.10.2021

Titular aplicații,
Nume/PrenumeConf. Univ. dr. Ionel Marian
SemnăturaData avizării în Departament,
18.10.2021Director de Departament,
Nume/Prenume
Conf. univ. dr. Cosma Sorinel

Semnătura

