

FIȘA DISCIPLINEI

Cercetări de marketing

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	Licență
1.6 Programul de studii	ECTS
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Cercetări de marketing				
2.2 Cod disciplină	ECTSDD3606				
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	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	Ex.
2.8 Regimul disciplinei */**					DD/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. 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	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					64
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					22
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7				100
3.9 Numărul de credite					4

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe de micro și macroeconomie(axate pe cerere, oferta, pret,concurență), cunoașterea aparatului statistico-matematic utilizat în economie, elementele de bază ale teoriei de marketing,cunoștințe de IT,SPSS
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a selecta si combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior pentru a șntelege si aplica cercetarea de marketing

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Dotarea cu CP/laptop,conexiune internet.
5.2. de desfășurare a seminarului	<ul style="list-style-type: none"> Dotarea cu CP/laptop,conexiune internet

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> -Dobândirea, înțelegerea și utilizarea elementelor ce conturează teoria și practica de marketing. -Abilitatea de a organiza și desfășura activitatea de cercetare de marketing pentru fundamentarea deciziilor de marketing la nivelul firmei. -Capacitatea de a efectua principalele tipuri de cercetări de marketing axate pe produs, preț, distribuție, promovare, cercetarea pieței și a concurenței, cercetarea comportamentului de cumpărare și de consum. -Abilitatea de a interpreta și utiliza rezultatele cercetării de marketing în creșterea competitivității firmei.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> -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"> • Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice necesare pentru înțelegerea și aplicarea cercetării de marketing în scopul creșterii competitivității și eficienței activității firmei.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Formarea deprinderilor de a lucra în echipă, de a organiza și desfășura cercetări de marketing, capacitatea de elabora concluzii și interpretări pentru fundamentarea deciziilor la nivelul firmei.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
I. Bazele cercetării de marketing <ul style="list-style-type: none"> - Conținutul cercetărilor de marketing - Etapele procesului de cercetare. 	Prelegere, demonstrații, dezbateri interactive, aplicații	Instruire online / Platformă informatică de video-conferință Zoom	2
II. Metode și tehnici de culegere a informațiilor în cercetarea de marketing <ul style="list-style-type: none"> - Natura informațiilor în cercetarea de marketing - Obținerea informațiilor prin investigarea surselor statistice - Cercetarea directă - Chestionarul - Eșantionul - Experimentul în cercetările de marketing - Simularea 			4
III. Măsurarea și scalarea fenomenelor în cercetările de marketing <ul style="list-style-type: none"> - Măsurarea fenomenelor în cercetările de marketing - Tipuri de scale - Metode de scalare 			4
IV. Analiza informațiilor în cercetarea de marketing <ul style="list-style-type: none"> - Clasificarea metodelor de analiză - Modalități de analiză neparametrică 			4

V.	Cercetarea pieței			
	<ul style="list-style-type: none"> - Importanța și rolul cercetărilor de piață - Cercetarea factorilor pieței - Cercetarea dimensiunilor și structurilor pieței - Studierea cererii de mărfuri - Cercetarea ofertei - Studierea prețurilor 			6
VI.	Studierea consumului			
	<ul style="list-style-type: none"> - Nevoile de consum – obiect al investigațiilor de marketing - Cercetarea consumului - Cercetarea comportamentului consumatorului - Analiza procesului de decizie - Comportamentul de cumpărare al organizațiilor 			4

Bibliografie:

1. Balaure, V. (coord.) - Marketing. Ed. Uranus, București-2000
2. Cătoi, I. ; Bălan, C.; Onete, B; Popescu, C.I.; Vegeș, C. - Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing - Aplicații, Ed Uranus-București, 1999
3. Demetrescu, M.C. - Marketing, Ed. Europa Nova, Lugoj, 1991;
4. Florescu, C. (coord.) - Marketing, Colecția Marketer, Ed. Expert, București 1992;
5. Jugănar, M. – Marketing, Ed. Expert, București 2000 ;
6. Jugănar, M. Teorie și practică în cercetarea de marketing, Ed. Expert, București-1998
7. Kotler Ph - Managementul marketingului, Editura Teora, București 2009;
8. Kotler, Ph.; Armstrong, G. - Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011 Pearson Education (traducere Moise, D.; Plăiaș, I.) ;
9. Malcomete, P. (coord.) - Marketing. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Simularea organizării unei cercetări de marketing- stabilirea principalelor etape de lucru	Aplicații practice. simulare, dezbateri	Instruire online / Platformă informatică de video-conferință Zoom	1
2. Întocmirea unui chestionar			2
3. Alegerea eșantionului			1
4. Rezolvarea aplicațiilor practice ale experimentului în cercetarea de marketing: proiectarea aleatoare, proiectarea factorială, metoda pătratului latin			2
5. Rezolvarea aplicațiilor practice folosind diferite tipuri de scale			2
6. Rezolvarea aplicațiilor practice folosind modalități de analiză neparametrică			2
7. Rezolvarea aplicațiilor practice folosind calculul migrației cererii, gravitația comercială, înnoirea și diversificarea sortimentală, segmentarea pieței, coeficientul de elasticitate a cererii.			2

Bibliografie:

1. Balaure, V. (coord.) - Marketing. Ed. Uranus, București-2000
2. Cătoi, I.; Bălan, C.; Onete, B.; Popescu, C.I.; Vegeș, C. - Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing-Aplicații, Ed. Uranus-București, 1999
3. Demetrescu, M.C. - Marketing, Ed. Europa Nova, Lugoj, 1991;
4. Florescu, C. (coord.) - Marketing, Colecția Marketer, Ed. Expert, București 1992;
5. Jugănar, M. - Marketing, Ed. Expert, București 2000;
6. Jugănar, M. Teorie și practică în cercetarea de marketing, Ed. Expert, București-1998
7. Kotler Ph - Managementul marketingului, Editura Teora, București 2009;
8. Kotler, Ph.; Armstrong, G. - Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011 Pearson Education (traducere Moise, D.; Plăiaș, I.);
9. Malcomete, P. (coord.) - Marketig. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003

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

Absolventul trebuie să-și însușească noțiunile de cercetări de marketing deoarece pe piața muncii își poate găsi diferite ocupații în diferite departamente din organigrama societăților/ companiilor/ organizațiilor (guvernamentale și neguvernamentale), din toate domeniile de activitate.

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	Participarea la dezbaterii, 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.	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea la min. 50% din activitățile de curs și de seminar; obținerea notei 5 la testul grilă			

Data completării,
30.09. 2021

Titular activităților de curs,
Prof. Univ. dr. Jugănar Mariana

Titular aplicații,
Prof. univ. dr. Jugănar Mariana

Data avizării în Departament,
18 10 2021

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

FIȘA DISCIPLINEI (DENUMIREA DISCIPLINEI)

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	Licență
1.6 Programul de studii	Economia comerțului, turismului și serviciilor
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Relații publice				
2.2 Cod disciplină	ECTSDS3607				
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	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	Ex
2.8 Regimul disciplinei					DS/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	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					64
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					0
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	Marketing
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/ laboratorului / proiectului*	Nu este cazul

*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> definirea conceptului de relații publice și a conexiunilor cu alte discipline cunoașterea conceptelor fundamentale cu care operează relațiile publice cunoașterea activităților din sfera relațiilor publice, a instrumentelor și a strategiilor specifice conceperea și operaționalizarea unei campanii de relații publice
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> aplicarea teoriei în practica prin simulări și studii de caz capacitatea de a lucra în echipă capacitatea de formulare a unei problematice specifice, de oferire a soluțiilor alternative și de evaluare a acestora abilitatea de a înțelege importanța relațiilor publice în contextul actual și modalitățile concrete de desfășurare a activității de relații publice

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să ofere studenților cunoștințele necesare utilizării conceptelor fundamentale în relații publice și formarea abilităților de operaționalizare a instrumentelor și metodelor de lucru specifice relațiilor publice.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> cunoașterea unor concepte, instrumente și activități specifice relațiilor publice aplicarea practică a instrumentelor, strategiilor și tacticilor de relații publice

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Relațiile publice – definiții, abordări conceptuale	Prelegere	Instruire online / Predare în direct prin video–conferință / Platformă informatică de video-conferință	2
2. Noțiuni fundamentale în relații publice			2
3. Istoria relațiilor publice			2
4. Modele de comunicare în PR			2
5. Relațiile publice și mixul de marketing			2
6. Departamente și firme de relații publice			2
7. Campania de relații publice			2
8. Relațiile publice și mass-media			2
9. Criza. Comunicarea în situații de criză			2
10. Gestionarea situațiilor de criză			4
11. Etica în relații publice			2

Bibliografie

1.V. Balaure (coord.), Marketing. Editura Uranus, București,2000

2.C. Coman, Relațiile publice – principii și strategii, Editura Polirom, Iași, 2006

3.B. Dagenais, Campania de Relații Publice, Editura Polirom, Iași, 2003

4.G. David, Tehnici de relații publice, Editura Polirom, Iași, 2008

5.A. Gregory, Planificarea și managementul campaniilor de relații publice, Editura Polirom, Iași, 2009

6.P. Kotler,Principiile marketingului, ediția a 2-a, Editura Teora, București, 2003

7.P. Kotler; G. Armstrong, Principles of marketing, 16th Edition, Pearson Education Limited, 2015.

8.J. Marconi, Ghid practic de relații publice, Editura Polirom, Iași, 2007

9.S. Oliver, Strategii de relații publice, Editura Polirom, Iași, 2009

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.PR –definiții și dificultăți în abordarea noțiunii de PR; noțiunile fundamentale abordate în PR	Dezbateri interactive, studii de caz	Instruire online /	1
2.Cele 4 modele fundamentale de comunicare în PR		Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic /	2
3.Interdependența marketing-PR			2
4.Campania de PR			2
5. PR și mass-media			2
6.Comunicarea de criză: tipologia crizelor, gestionarea crizelor, strategii specifice aplicate în comunicarea de criză			2
7. Etica în relații publice			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 în concordanță cu conținutul 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"> - Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Capacitatea de analiza și interpretare a cunoștințelor; - Capacitatea de a utiliza cunoștințele asimilate; - Frecvența la cursuri. 	Examen scris	75%
10.5. Aplicații* (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei ()</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Participarea activă la seminare; - Creativitatea; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea. 	Observația sistematică, proiecte, studii de caz, aplicații	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,

Prof.univ.dr. Andreea-Daniela Moraru

Prof.univ.dr. Andreea-Daniela Moraru

11 10 2021

Data avizării în Departament,

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

18 10 2021

FIȘA DISCIPLINEI MANAGEMENTUL CALITĂȚII

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	ECONOMIE GENERALA
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL CALITĂȚII				
2.2 Cod disciplină	ECTSDD3608				
2.3 Titularul activităților de curs	PROF.UNIV.DR.ANCA CRISTINA STANCIU				
2.4 Titularul activităților aplicative	PROF.UNIV.DR.ANCA CRISTINA STANCIU				
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	C
				2.8 Regimul disciplinei	DD/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	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					
<i>Distribuția fondului de timp</i>					39
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutorial					2
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite	3				

*** 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	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"> • Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor fundamentale și metodelor teoriei managementului calității • Cunoașterea abordărilor, politicilor și metodelor de lucru specifice domeniului managementului calității • Înțelegerea noțiunilor de calitate, sistem de management al calității și familiarizarea cu termenii specifici domeniului asigurării calității • Cunoașterea contribuției marilor calitologi la elaborarea teoriei managementului calității • Înțelegerea principiilor care stau la baza sistemelor de management al calității • Dobândirea de cunoștințe referitoare la sistemele integrate de management calitate-mediu-securitate ocupațională • Dobândirea deprinderii de utilizare a instrumentelor și tehnicilor vizând implementarea sistemelor de management a calității
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. • Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei. • Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Adoptarea unei atitudini bazate pe cunoaștere în legătură cu implementarea sistemelor de management a calității
---------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.2 Obiectivele specifice	Însușirea deprinderilor și competențelor de utilizare a cunoștințelor pentru participare la activitățile de implementare și/sau aplicare a SM integrat la nivelul firmelor
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1.Elemente de teoria calității	Prelegere	Instruire online /Predare în direct prin video–conferință /webex meetings	2
2.Managementul calității totale-principalele teorii			2
3.Principiile TQM			2
4.Sisteme de asigurare a calității			2
5.Metode, tehnici, instrumente tradiționale utilizate în managementul calității			4
6.Metode, tehnici, instrumente moderne utilizate în managementul calității			4
7.Documente utilizate în cadrul sistemului de management a calității			2
8.Manualul calității-concept si aplicabilitate			2
9.Auditul calității-concept si tipologie			2
10.Certificarea calității-consideratii teoretice si tipologie			2

	Bibliografie [1]Condrea,E., Stanciu,A. - <i>Managementul Calității</i> , Colecția <i>Lumina</i> , Editura Libertatea Panciova - Novi Sad, Serbia, Tipărit la SC INFCON SA Constanța, 2008 [2]Drăgulănescu, N., Drăgulănescu, M.- <i>Managementul calității serviciilor</i> , Ed.Agir, 2003 [3]Ghiță, E. – <i>Asigurarea și certificarea calității</i> , Ed.Fundației Universitare "Dunărea de Jos" Galați, 2004 [4]Juran, J.M. – <i>Planificarea calității</i> , Editura Teora, București, 2000 [5]Olaru, M. – <i>Managementul calității</i> , Ed.Economică, 2001 [6]Olaru, M., Isaic-Maniu, Al., Lefter, V., Pop, A.N., Popescu, S., Drăgulănescu, N., Roncea, L., Roncea, C. – <i>Tehnici și instrumente utilizate în managementul calității</i> , Ed.Economică, 2000 [7]Stanciu,A.– <i>Managementul calității serviciilor</i> , Ovidius University Press, Constanța, 2003 [8]SR EN ISO 9001:2015 – <i>Sisteme de management al calității. Principii fundamentale și vocabular</i>		
8.2 Aplicații (seminar/proiect)	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1.Organisme si organizații implicate în problematica asigurării calității	Dezbateri Sinteze tematice interactive Referate și discuții Studii de caz	Instruire online / Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic / webex meetings	1
2.Politica si obiectivele calității la nivelul unei firme			1
3.Etape în aplicarea sistemelor de asigurare a calității			1
4.Utilizarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în managementul modern al calității-exemplificări pe metode grafice,QFD,benchmarking			2
5.Principalele documente utilizate în domeniul asigurării calității la nivelul firmelor			2
6.Manualul calității-format,structură,scop, avantaje			2
7.Auditul calitate-tipologie și principalele etape			2
8.Certificarea sistemelor de management integrat calitate-mediu-securitate ocupatională			1

	Bibliografie <p>[1]Condrea,E., Stanciu,A. - <i>Managementul Calității</i>, Colecția <i>Lumina</i>, Editura Libertatea Panciova - Novi Sad, Serbia, Tipărit la SC INFCON SA Constanța, 2008</p> <p>[2]Drăgulănescu, N., Drăgulănescu, M.- <i>Managementul calității serviciilor</i>, Ed.Agir, 2003</p> <p>[3]Ghiță, E. – <i>Asigurarea și certificarea calității</i>, Ed.Fundației Universitare "Dunărea de Jos" Galați, 2004</p> <p>[4]Juran, J.M. – <i>Planificarea calității</i>, Editura Teora, București, 2000</p> <p>[5]Olaru, M. – <i>Managementul calității</i>, Ed.Economică, 2001</p> <p>[6]Olaru, M., Isaic-Maniu, Al., Lefter, V., Pop, A.N., Popescu, S., Drăgulănescu, N., Roncea, L., Roncea, C. – <i>Tehnici și instrumente utilizate în managementul calității</i>, Ed.Economică, 2000</p> <p>[7]Stanciu,A.– <i>Managementul calității serviciilor</i>, Ovidius University Press, Constanța, 2003</p> <p>[8]SR EN ISO 9001:2015 – <i>Sisteme de management al calității. Principii fundamentale și vocabular</i></p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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	-Nivelul cunostintelor teoretice -Capacitatea de analiză și interpretare a cunostintelor -Frecventa la cursuri	Colocviu oral	40%
10.5 Aplicații	-Calitatea aplicării practice a cunoștințelor teoretice -Participarea activa la seminarii	Proiect	60%
10.6 Standard minim de performanță			

Cerințe minime pentru nota 5 (sau cum se acordă nota 5) Minim nota 5 la examenul oral

Cerințe minime pentru nota 10 (sau cum se acordă nota 10) obtinerea punctajului maxim la ambele probe

Data completării
1.10.2021

Titular activităților de curs,
Stanciu Anca Cristina
Semnătura

Titular aplicații,
Stanciu Anca Cristina
Semnătura

Data avizării în Departament,
18 10 2021

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

FIȘA DISCIPLINEI

MANAGEMENTUL FIRMEI

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	Licență
1.6 Programul de studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul Firmei				
2.2 Cod disciplină	ECTSDD3609				
2.3 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Antohi Ionuț				
2.4 Titularul activităților aplicative	Lect. univ. dr. Antohi Ionuț				
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	E
2.8 Regimul disciplinei */**					DD/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						36	din care: 3.5 curs	12	3.6 aplicații	24
3.7 Total ore de studiu individual										64
Distribuția fondului de timp										[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe										20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren										20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri										22
Tutorial										
Examinări										2
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	Economia Întreprinderii, Management
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/ laboratorului / proiectului*	Nu este cazul

*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea conceptelor utilizate în practica managerială a firmelor • Utilizarea cunoștințelor acumulate pentru analiza și înțelegerea situațiilor apărute la nivelul activității de conducere a firmelor • Soluționarea unor situații concrete apărute în activitatea de gestionare a activităților la nivelul unei firme • Utilizarea instrumentarului specific în vederea gestionării eficiente a domeniilor funcționale din cadrul unei firme • Capacitatea de elaborare a unor proiecte de modernizare în cadrul domeniilor funcționale ale firmei
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitatea de lucru în echipă • Conștientizarea necesității abordării sistemice a domeniilor funcționale ale firmei • Capacitatea de a lua decizii în contextul unor situații concrete apărute la nivelul firmei

7. Obiectivele disciplinei(din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea conceptelor specifice managementului firmei
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea capacității de a opera instrumentarul specific managementului la nivel de firmă

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Managementul firmei. Concepte	Prelegere	Instruire online / Predare în direct prin video-conferință / Platformă informatică de video-conferință	1
2. Organizarea la nivelul firmei			2
3. Conducerea strategică			2
4. Sistemul informațional al firmei			1
5. Managementul resurselor umane practicat în cadrul firmei			2
6. Managementul schimbărilor organizaționale			2
7. Cultura și etica în managementul firmei			2

Bibliografie

- [1]. Lefter, V., Deaconu, A., Manolescu, A. (2012). *Managementul resurselor umane*, Editura Prouniversitaria, București.
- [2]. Nica, P., Neșțian, A., Iftimescu, A. (coordonatori) (2014). *Managementul Organizației. Concepte și Practici*, Editura Sedcom Libris, Iași.
- [3]. Nicolescu O., Verboncu I. (2008). *Fundamentele managementului organizației*, Editura Universitară, București.

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. Factorii de mediu ambiant ce influențează activitatea firmei	Exemple/Discuții/ Studii de caz	Instruire online / Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic/ Platforme de învățare colaborativă online	2
2. Analiza influenței factorilor de mediu asupra diferitelor categorii de firme			2
3. Tipuri de structuri organizatorice ale firmelor			2
4. Tipologia strategiilor firmei			2
5. Instrumente utilizate în procesul de elaborare a strategiei			2
6. Aplicații informatice utilizate în practica firmelor			2
7. Recrutarea și selecția personalului			2
8. Evaluarea și recompensarea personalului			2
9. Rezistența la schimbare la nivelul organizațiilor			2
10. Strategii de implementare a proceselor de schimbare organizațională			2
11. Probleme de natură etică în activitatea firmelor			2
12. Elementele culturii organizaționale			2

Bibliografie

- [1]. Lefter, V., Deaconu, A., Manolescu, A. (2012). *Managementul resurselor umane*, Editura Prouniversitaria, București.
- [2]. Nica, P., Neștian, A., Iftimescu, A. (coordonatori) (2014). *Managementul Organizației. Concepte și Practici*, Editura Sedcom Libris, Iași.
- [3]. Nicolescu O., Verboncu I. (2008). *Fundamentele managementului organizației*, Editura Universitară, București.

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	<ul style="list-style-type: none"> • Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; • Frecvența la cursuri. 	Examen scris	70%
10.5. Aplicații* (seminar/laborator/proiect)* *Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei ()	<ul style="list-style-type: none"> • Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; • Participarea activă la seminarii. 	Proiecte, studii, teste	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea conceptelor specifice managementului firmei 			

Data completării,

 Titular activităților de curs,
Lect. univ. dr. Anțohi Ionuț

 Titular aplicații,
Lect. univ. dr. Anțohi Ionuț

1 10 2021

Data avizării în Departament,

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

18 10 2021

FIȘA DISCIPLINEI

TEHNICA OPERAȚIUNILOR DE COMERȚ EXTERIOR

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	Licență
1.6 Programul de studii	Economia turismului comerțului și serviciilor
1.7 Anul universitar	2021 2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnica operațiunilor de comerț exterior				
2.2 Cod disciplină	ECTSDR3610				
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Botescu Ion				
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof.univ.dr. Botescu Ion				
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	Ex
2.8 Regimul disciplinei					DR/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	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					39
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutorial					
Examinări					4
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite	3				

*** 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 seminarului/ laboratorului / proiectului*	
*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei	

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - dobândirea conceptelor fundamentale cu privire la tranzacțiile comerciale internaționale - cunoașterea și înțelegerea premiselor care stau la baza desfășurării afacerilor internaționale - identificarea și interpretarea corectă a tuturor elementelor ce fac ca tranzacțiile comerciale internaționale să fie tot mai prezente în viața economică actuală - crearea deprinderilor pentru utilizarea instrumentarului de lucru în tranzacțiile comerciale internaționale
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - dezvoltarea atitudinilor necesare sesizării oportunităților și luării unor decizii fundamentale pe criterii de eficiență; - însușirea unui sistem de indicatori economici pentru evaluarea corectă a diferitelor situații întâlnite în afacerile internaționale. - dobândirea abilităților care să permită obținerea de succese în activitățile circumscrise tranzacțiilor comerciale internaționale

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea cursanților cu aspectele teoretice și practice pe care le presupune derularea unei tranzacții comerciale internaționale începând cu contractarea partenerilor străini, continuând cu activitățile de negociere, contractare, logistică, transport, vămuire și încheind cu problematica legată de plata contravalorii mărfii și analiza eficienței operațiunii efectuate.
7.2 Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Deprinderea de către studenți a practicilor comerțului internațional și ale afacerilor internaționale în general, și însușirea de către studenți a tehnicilor și operațiunilor corespunzătoare acestora. • Deprinderea de către studenți a abilităților necesare derulării tranzacțiilor comerciale internaționale și desfășurării unor activități economice specifice operațiunilor comerciale internaționale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și mijloace tehnice	Număr ore alocate
----------	-------------------	--------------------------------------	-------------------

Tranzacții comerciale internaționale: concept, istoric, obiect, factori determinanți	Prelegere Dezbateri Discuții interactive	Inscriere online / Predare în direct prin video-conferință / Platformă informatică de video-conferință	2
Tranzacțiile comerciale internaționale în contextul globalizării			2
Organizarea comerțului exterior			2
Pătrunderea pe piețele externe			2
Negocierea comercială			2
Contractarea în tranzacțiile comerciale internaționale			2
Pregătirea mărfurilor pentru export			4
Vămuirea mărfurilor			2
Plata contravalorii mărfurilor: oportunități, neajunsuri și posibilități de prevenire a riscurilor			2
Acoperirea riscului valutar			2
Tranzacții comerciale în afara comerțului curent			2

Bibliografie

- [1]. Biro Daniel. Relațiile internaționale contemporane, Ed. Polirom, Iasi, 2013
- [2]. Botescu Ion, Tehnica operațiunilor de comerț exterior, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2007;
- [3]. Bugner Nicoleta, Managementul tranzacțiilor internaționale, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2006;
- [4]. Ciobanu Gheorghe, Tranzacții economice internaționale, Ed. Imprimeria Ardealului, Cluj-Napoca, 2004;
- [5]. Ciobanu Gheorghe, Tranzacții economice internaționale, Ed. Imprimeria Ardealului, Cluj-Napoca, 2004;
- [6]. Grzegorz W. Kolodko. Încotro se îndreaptă lumea, Ed. Polirom, 2015
- [7]. Joshua S. Goldstein, Jon C. Pevehouse, Relații internaționale, Ed. Polirom, 2008
- [8]. Miron Dumitru, Cojanu Valentin, coordonatori, Comerț Internațional, vol I, Ed. ASE, București, 2013
- [9]. Popa I., Tehnica operațiunilor de comerț exterior, Ed. Economică, București, 2008
- [10]. Rotariu Ioan, Managementul tranzacțiilor economice internaționale și strategia competitivității, Ed. Mirton, Timișoara, 2002.
- [11]. Popa Ioan, Belu Mihaela Gabriela, Afaceri internaționale. Tehnica operațiunilor de export-import. Ed. ASE, 2018

8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Mod de realizare și mijloace tehnice	Număr ore alocate
Istoricul tranzacțiilor comerciale internaționale	Lucru în echipă Aplicații practice Studiu de caz	Instruire online /	1
Analiza factorilor ce au condus la accentuarea globalizării		Învățare online prin activități colaborative în grup	1
Export-import direct vs. export-import indirect		Platformă/e de învățare colaborativă online	1
Firmele offshore - intermediar cu caracter special			1

Oferta, cererea de ofertă și comanda între intenție și contract			1
Negocierea în context multicultural			1
Obiectul contractului extern de vânzare cumpărare și stabilirea prețului în contractul extern de vânzare cumpărare			1
Operațiuni prelabile vămii mărfurilor			1
Regimurile vamale și procedurile de vămire			1
Protecția împotriva riscului valutar			1
Acreditiv documentar vs. incaso documentar			1
Tipologia tranzacțiilor comerciale internaționale în afara comerțului curent			1

Bibliografie

- [1]. Belu Gabriela Mihaela, Practica operațiunilor de export-import, Ed. ASE, 2017
 [2]. Biro Daniel. Relații internaționale contemporane, Ed. Polirom, 2013
 [3]. Botescu Ion, Tehnica operațiunilor de comerț exterior, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2007;
 [4]. Florescu A.P. Dumitru, Pîrvu Liviu Narcis, Contractele de comerț internațional, Ed. Universul juridic, 2009
 [5]. Grzegorz W. Kolodko. Încotro se îndreaptă lumea, Ed. Polirom, 2015
 [6]. Heeper Astrid, Schmidt Michael, Tehnici de negociere, strategiile folosite și încheierea cu succes a unei negocieri, Ed. ALL, 2011
 [7]. Miron Dumitru, Cojanu Valentin, Comerț internațional, Ed. ASE, 2013
 [8]. Popa Ioan, Belu Mihaela Gabriela, Afaceri internaționale. Tehnica operațiunilor de export-import. Ed. ASE, 2018

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

Discutarea cu factorii implicați în derularea activităților de export-import precum și cu cadrele didactice universitare care predau acest curs la alte universități.

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 acumulate; - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor; - Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - Frecvența la cursuri. 	<ul style="list-style-type: none"> - prezență și participarea activă la cursuri - pregătire continuă și pertinentă pentru activitățile didactice dovedită prin intervențiile de la curs - răspunsurile la testele pe parcursul semestrului - răspunsurile la examenul oral final derulat online pe platforma Zoom Meeting 	70%
10.5 Aplicații (seminar)	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Participarea activă la seminarii; - Creativitatea; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea 	Observația sistematică, implicarea individuală sau în grup în activități ce vizează întocmirea de referate, participarea la studii de caz, realizarea de proiecte etc. (susținute la întâlnirile față în față/online sau trimise prin poșta electronică) <ul style="list-style-type: none"> - prezența la seminarii 	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> - Minim nota 5 la examenul oral - Îndeplinirea cel puțin la un nivel satisfăcător a activităților de la seminarii 			

Data completării,

Titular activități de curs,

Titular aplicații,

1 10 2021

Prof.univ.dr. Botescu Ion

Prof.univ.dr. Botescu Ion

Data avizării în Departament,

18 10 2021

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

FIȘA DISCIPLINEI

EVALUAREA ȘI FINANȚAREA INVESTIȚIILOR

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	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	EVALUAREA ȘI FINANȚAREA INVESTIȚIILOR						
2.2 Cod disciplină	ECTSDD3611						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Ghiță-Mitrescu Silvia						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf.univ.dr. Ghiță-Mitrescu Silvia						
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	Ex	2.8 Regimul disciplinei */**	DD/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. 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	36	din care: 3.5 curs	12	3.6 aplicații	24
3.7 Total ore de studiu individual					64
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutorial					
Examinări					2
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	Bazele contabilității, Contabilitate financiară, Finanțe
4.2 de competențe	Interpretarea datelor din situațiile financiare

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Platformă online de video-conferință
--------------------------------	--------------------------------------

5.2. de desfășurare a seminarului <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	Platformă online de învățare colaborativă
----------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea și înțelegerea conceptelor legate de activitățile de evaluare și finanțare a investițiilor unei firme; Utilizarea cunoștințelor de specialitate în vederea evaluării unui proiect de investiții și identificării surselor de finanțare ale acestora; Utilizarea instrumentarului de calcul privind eficiența proiectelor de investiții; Capacitatea de a lua decizii privind selecția și finanțarea unor proiecte de investiții; Capacitatea de a elabora proiecte de investiții utilizând cunoștințele acumulate.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a lua decizii în contextul unor situații complexe; Capacitatea de a lucra în echipă; Dezvoltarea unei gândiri sistematice și analitice privind aspectele complexe vizate de proiectele investiționale derulate la nivelul unei firme

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Disciplina își propune să prezinte studenților câteva dintre cele mai importante aspect referitoare la luarea deciziilor de selecție și finanțare a investițiilor în active reale și active monetare, precum și privind modul de identificare și evaluare a posibilităților investiționale
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea conceptelor și teoriilor specifice proceselor de evaluare și finanțare a investițiilor; Capacitatea de a evalua un proiect de investiții și de a identifica sursele specifice de finanțare; Dezvoltarea unei gândiri sistematice și analitice privind proiectele de investiții

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Definirea și clasificarea investițiilor	Prelegere și prezentarea de studii de caz	Instruire online / Predare în direct prin video—conferință / Zoom	1
2. Decizii de investiții și decizii de finanțare			1
3. Sursele de finanțare a investițiilor			1
4. Rolul evaluării în identificarea oportunităților de investiții și finanțare			1
5. Etapele evaluării unui proiect de investiții			1
6. Elementele financiare ale unui proiect de investiții			1
7. Criterii de evaluare a proiectelor de investiții			1
8. Metodologia evaluării în economie			1

9. Influența factorului timp asupra procesului investițional			1
10. Actualizarea – element de baza al deciziei de investiții			1
11. Metode specifice de evaluare a proiectelor de investiții			1
12. Metode de selecție a proiectelor de investiții			1

Bibliografie

- [1]. Ghiță-Mitrescu, S. – Evaluarea și finanțarea investițiilor, suport de curs în format electronic
- [2]. Cistelecan I., Economia, eficiența și finanțarea investițiilor, Editura Economică, București, 2002.
- [3]. Dragotă Victor (coordonator) Evaluarea și finanțarea investițiilor directe: culegere de studii de fezabilitate, Ed. ASE, București, 2009.
- [4]. Robu V., Anghel, I., Șerban, C., Tutui, D – Evaluarea întreprinderii, Editura ASE, 2004
- [5]. Stancu, Ion, (coordonator), Finanțe (Vol.II). Investiții directe și finanțarea lor, Ed. Economică, București, 2003.
- [6]. Toma M. – Inițiere în evaluarea întreprinderii, Editura CECCAR, București 2009
- [7]. Vintilă Nicoleta, Evaluarea și finanțarea investițiilor directe, Ed. ASE, București, 2009

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
Criterii de evaluare a unui proiect de investiții	Aplicații, discuții, studii de caz	Instruire online / Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic / Zoom, Microsoft Teams	6
Cash-flow-urile unui proiect de investiții			4
Metode de selecție a unui proiect de investiții			6
Alegerea unei idei de investiții și demararea alcătuirii unui proiect de investiție			2
Prezentarea firmei și a proiectul de investiții			2
Analiza performanțelor firmei			2
Evaluarea investiției și concluzii			2

Bibliografie

- [1]. Idem curs
- [2]. ...

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	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor; - Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate. 	Examen tip grilă cu subiecte teoretice	70%
10.5. Aplicații* (seminar)* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei ()</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea si corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Participarea activă la seminarii; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual. 	Rezolvarea individuală a unui set de aplicații practice	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea și aplicarea metodelor de selecție a unui proiect de investiții, cunoașterea etapelor ce trebuie parcurse pentru întocmirea și selecția unui proiect de investiții. - Nota minimă la examenul final – 5 (cinci) 			

Data completării,

 Titular activităților de curs,
 Conf.univ.dr. Ghiță-Mitrescu Silvia

 Titular aplicații,
 Conf.univ.dr. Ghiță-Mitrescu Silvia

11 10 2021

Data avizării în Departament,

18 10 2021

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

FIȘA DISCIPLINEI**COMUNICARE ȘI CORESPONDENȚĂ COMERCIALĂ ÎN LIMBA ENGLEZĂ****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	LICENTA
1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE ȘI CORESPONDENȚĂ COMERCIALĂ ÎN LIMBA ENGLEZĂ				
2.2 Cod disciplină	ECTSDC3613				
2.3 Titularul activităților de curs					
2.4 Titularul activităților aplicative	CONF. UNIV. DR. ZAMFIR CRISTINA MIHAELA				
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	C
				2.8 Regimul disciplinei	DC/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. Timpul total estimat					
3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	1	din care: 3.2 curs		3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	12	din care: 3.5 curs		3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					38
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					6
Tutorial					6
Examinări					3
Alte activități					3
3.8 Total ore pe semestru	50				
3.9 Numărul de credite	2				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
-------------------	--

4.2 de competențe	Limba engleză, nivel intermediar
-------------------	----------------------------------

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului	Online pe platforma Webex la adresa: https://meetingsemea.webex.com/meet/cristina.zamfir

6. Competențele specific acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Înțelegerea punctelor esențiale în conferințe și discursuri destul de lungi pe teme profesionale referitoare la domeniul de activitate economic în sens larg. - Înțelegerea de articole și rapoarte pe teme contemporane, în care autorii adoptă anumite atitudini și puncte de vedere. - Comunicarea cu un grad de spontaneitate și de fluentă care fac posibilă participarea normală la o conversație cu interlocutori nativi. - Participarea activă la o conversație în situații familiare sau profesionale, exprimând și susținând opiniile - Exprimarea coerentă pentru a descrie experiențe și evenimente, obiectivele profesionale. - Dezvoltarea unui punct de vedere pe o temă de actualitate, arătând avantajele și dezavantajele diferitelor opțiuni. - Redactarea unui eseu sau unui raport, transmițând informații sau argumentând în favoarea sau împotriva unui punct de vedere. - Redactarea unor scrisori adecvate comunicării profesionale în întreprindere
Competențe transversale	<p>Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată</p> <p>Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate</p> <p>Conștientizarea nevoii de formare continuă, utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională.</p>

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	-sa acumuleze cunostinte si competente de comunicare in limba engleza pentru a face fata unei comunicari eficiente in domeniul profesional
7.2 Obiectivele specifice	<p>-Traducerea corecta a terminologiei economice din limba engleza in limba romana si invers</p> <p>-Utilizarea unor structuri semantice si de vocabular adaptate unui text economic scris</p> <p>-Mentinerea coerentei si conexiunii elementelor de vocabular si gramatica in redactarea unui text economic</p> <p>-Alegerea structurii terminologice cea mai potrivita intr-un context economic</p> <p>-Utilizarea corecta a structurilor lingvistice corespunzatoare diferitelor acte de limbaj(oferta, cerere, refuz, invitatie, acceptare etc)</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
----------	-------------------	--------------------------------------	-------------------

8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. COMPLAINTS AND ADJUSTMENTS	Discutii, exercitii interactive Studii de caz, conversație, ascultarea de documente autentice în limba engleză	Predarea se va desfășura sincron online	2
2. CHECK-OUT, MONEY AND PAYMENT			2
3. TOURISM AND TRAVEL CONTRACTS			2
4. THE ART OF NEGOTIATION			2
5. TRAVEL AND HOLIDAY INSURANCE			2
6. HOSPITALITY MARKETS: FRANCHISING	Lectura comentată a unor texte de specialitate	Platforma de învățare colaborativă Webex	1
7. TOURISM FAIRS AND EXHIBITIONS			1

Bibliografie

- BAILEY, A. and STRUTT, Peter, *English for International Tourism*, Longman: Pearson Education Limited, 2003.
- BRUCE, Kay; PARRISH, Betsy; WOOD, Allan – *Business Review*, Longman, Harlow, 1992
- COOPER, Chris, *Tourism: Principles and Practice*, Longman: Prentice Hall, 2008.
- GRANT, David and MCLARTY, Robert – *Business Basics*, Oxford University Press, Oxford, 1995
- HOLLOWAY, J. Christopher *The Business of Tourism*, Longman: Pearson Education Limited, 2006.
- JONES, Leo and ALEXANDER, Richard – *International Business English. A Course in communication skills*, Cambridge University Press, Cambridge, 1989 (Student's Book)
- LANNON, Michael; TULLIS, Graham; TRAPPE, Tonya – *Insights into Business*, Longman, Harlow, 1993
- LITTLEJOHN, Andrew – *Company to Company. A new approach to business correspondence in English* (second edition), Cambridge University Press, Cambridge, 1994
- Matthews, Candace – *Business Interactions*, Prentice Hall, New Jersey, 1987
- PAGE, Stephen and CONNEL, Joanne, *Tourism – A Modern Synthesis*, Cengage Learning EMEA, Cheriton House, Hampshire, UK, 2009.
- STANTON, A. J. and WOOD, L. R. – Longman Commercial Communication. An intermediate course in English commercial correspondence and practice, Longman, Harlow, 1988
- WALL, Geoffrey and MATHIESON, Alister – *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Longman: Pearson Education Limited, 2006.

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

Continuturile propuse sunt în coerență cu teoriile cele mai recente din domeniul predării limbilor pentru studenții nefilologi (engleza pentru scopuri specifice) și propun parcurgerea unei bibliografii diversificate și pertinente. În același timp, elementele de practică limbii vizate la seminarii și în timpul de lucru individual pregătesc absolvenții pentru o integrare reușită pe piața muncii.

10. Evaluare

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

10.4 Finală colocviu	<ul style="list-style-type: none"> - utilizarea logică și creativă a notiunilor teoretice; - sistematizare și reproducere coerentă a informațiilor; - formarea opiniilor proprii și susținerea prin argumente etc. 	Probă orală sincron online pe platforma Webex prin prezentare de referate. Pentru prezentarea la colocviu este necesară prezența la seminarii (90%) și obținerea unei note de promovare (min. 5,00) în cadrul activității de seminar.	70%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea și corectitudinea cunostintelor acumulate; - Participarea activă la seminarii; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; 	Verificare pe parcurs - observația sistematică, proiecte, studii, teste, aplicarea corectă a noțiunilor de vocabular sau de gramatică însușite.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Cerințe minime pentru nota 5. Cunoașterea terminologiei specifice domeniului economic pe plan internațional.			

Data completării,

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume/Semnătura

Titular aplicații,

1.10.2021

Conf.univ.dr. Zamfir Cristina Mihaela

Data avizării în Departament,

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

18 10 2021

FIȘA DISCIPLINEI METODOLOGIA ELABORĂRII LUCRĂRII DE LICENȚĂ

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	Licență
1.6 Programul de studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor
1.7 Anul universitar	2021 - 2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Metodologia elaborării lucrării de licență		
2.2 Cod disciplină	ECTSDD3614		
2.3 Titularul activităților de curs	Coordonator științific al lucrării de licență		
2.4 Titularul activităților aplicative			
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6
2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei	DD/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	30	din care: 3.2 curs		3.3 aplicații***	30
3.4 Total ore activități directe pe semestru	60	din care: 3.5 curs		3.6 aplicații	60
3.7 Total ore de studiu individual					
<i>Distribuția fondului de timp</i>					<i>[ore]</i>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	60				
3.9 Numărul de credite	2				

*** 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	
5.2. de desfășurare a laboratorului /proiectului	Sediul entitatii aleasă ca bază de practică

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; • Comercializarea produselor/serviciilor; • Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; • Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare; • Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii; • Asistență în managementul resurselor umane
-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; • Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; • Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.
--------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<p>Pregătirea universitară, în domeniul administrării afacerilor. Pentru a putea îndeplini această obiectiv, au fost create premisele necesare acumulării de cunoștințe teoretice și abilități practice menite să le înlesnească studenților rezolvarea cu succes a problemelor complexe cu care se vor confrunta în activitatea lor profesională. Prin parcurgerea disciplinelor prevăzute în planul de învățământ al programului de licență Economia comerțului, turismului și serviciilor, se urmărește dobândirea de către absolvenți a unei serii de competențe generale și de specialitate.</p>
7.2 Obiectivele specifice	<p>➤ Lucrarea de licență trebuie să :</p> <ul style="list-style-type: none"> • reprezinte o lucrare cu caracter științific pe care absolventul o realizează și o susține în fața comisiei în vederea obținerii diplomei de licență; • conțină rezultate ale propriilor cercetări și investigații în domeniul temei alese, care vor deține ponderea principală în volumul lucrării; • să demonstreze familiarizarea cu literatura relevantă, rigoare științifică și metodologică; • să aibă o structură logică și să fie redactată coerent, în stil științific, iar forma grafică să respecte normele academice specifice domeniului. <p>➤ Suportul bibliografic al lucrării de licență trebuie să facă dovada că autorul acesteia a parcurs principalele lucrări de referință ale domeniului, din ultimii ani, atât din literatura de specialitate internațională cât și din cea autohtonă;</p> <p>➤ În cazul licenței un absolvent de studii de licență trebuie să:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aibă în vedere o rezolvare a unei teme de cercetare propriuzisă; • probeze capacitatea de a desfășura independent o cercetare de birou și /sau o cercetare de teren; • probeze capacitatea de implementare practică a soluțiilor proprii, rezultate din cercetarea întreprinsă; • cuprindă două componente finale legate de limitele cercetării și, respectiv direcții viitoare de cercetare.

8. Conținuturi

8.1 CURS	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
8.2. Seminar			
Stabilirea și discutarea conținutului tematic propus al lucrărilor de licență	<p>Discuții ale coordonatorului științific cu studenții, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice;</p> <p>Prezentarea metodelor de cercetare/documentare generale</p>	Discuții prin	5

Stabilirea literaturii de specialitate recomandate de către coordonatorul științific și identificarea acestora de către student în funcție de tema aleasă	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții pe tema bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice, seminarii aplicative în bibliotecă	video conferință	10
Identificarea entității economice unde urmează să se realizeze studiul de caz al lucrării în funcție de tema și de disciplina aleasă de către student	Recomandări și sugestii ale coordonatorului științific în strânsă corelație cu cele venite din partea studenților		10
Culegerea setului de date/informații necesare din teren, la societatea comercială, unde urmează să fie realizată analiza/studiul de caz	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții privind sursele de date, utilizarea bibliografiei, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice		10
Realizarea primelor monografii/analize/studii de caz pe baza datelor/informațiilor colectate de la entitatea ce reprezintă studiul de caz	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții despre problemele punctuale întâmpinate în derivarea rezultatelor și normele de redactare.		10
Discutarea principalelor analize și rezultate ale cercetării. Redactarea propriu-zisă a lucrărilor științifice.	Recomandări și sugestii ale coordonatorului științific cu privire la completitudinea și corectitudinea analizelor și rezultatelor		5
Pregătirea prezentărilor pentru susținerea publică a lucrărilor de licență	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții despre conținutul prezentării și organizarea timpului de prezentare. Simulări ale susținerii publice a lucrărilor științifice		10

8.2 Bibliografie

Aceasta va fi specifică temei/disciplinei alese de către student, la recomandarea și sugestia coordonatorului științific. Pe lângă această bibliografie specifică temei alese, studentul trebuie să consulte și o bibliografie specifică Metodologiei cercetării pentru o corectă elaborare și prezentare a unei lucrări științifice cu respectarea tuturor normelor de etică și deontologie.

- [1]. Chelcea, S., Cum redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane, București, comunicare.ro, 2007
- [2]. Dragomir(Ștefănescu), C., Metodologia cercetării științifice economice în management, Ed. Fundației România de Măine, București, 2009
- [3]. Rădulescu Mihaela – Metodologia cercetării științifice – Elaborarea lucrărilor de licență, masterat, doctorat, ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2011
- [4]. Răboacă, Gh., Ciucur, D., Comșa, M., Metodologia cercetării științifice economice, Ed. Fundației România de Măine, București, 2007
- [5]. Zaiț, D., Spalanzani, A., Cercetarea în economie și management. Repere epistemologice și metodologice, București, Ed.Economică, 2006.
- [6]. Vataman D, Metodologia cercetării științifice, Editura Pro Universitaria, 2019.
- [7]. <http://www.stec.univ-ovidius.ro/images/2020/regulamente/Pt%20site%20Metodologie%20examen%20finalizare%20licență%202019-2020.pdf>
- [8]. <http://www.stec.univ-ovidius.ro/images/2020/regulamente/Procedura%20antiplagiat%20FSE.pdf>

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

Disciplina asigură suportul metodologic pentru studenți în vederea pregătirii și susținerii lucrărilor de licență. În perspectivă reprezintă punctul de pornire pentru cei care doresc să se implice în studiile masterale, doctorale, în cercetarea științifică avansată, în cunoașterea literaturii metodologice pentru elaborarea unor studii, rapoarte, lucrări, sinteze științifice. Reprezintă un prim pas pentru cercetarea științifică individuală și în echipă, pentru formarea și implicarea capitalului uman în proiecte științifice viitoare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Nu este cazul		
10.5 Aplicații	<ul style="list-style-type: none"> • Completitudinea și sinteza rezultatelor din literatura relevantă studiată pentru tema aleasă; • Abilitatea de a identifica, colecta și analiza date și informații necesare pentru a răspunde temei alese în lucrarea de licență; • Capacitatea de a concluziona și de a lua decizii pe baza rezultatelor analizelor efectuate • Creativitatea și originalitatea. 	Colocviu oral on-line pe platforme electronice – Sustinere la date fixate de coordonatorul științific a unor capitole și versiuni intermediare ale lucrărilor de licență	100%
10.6 Standard minim de performanță			
Minim nota 5 la susținerea lucrării/capitolelor din lucrarea de licență.			
Studenții trebuie să realizeze cel puțin următoarele activități: elaborarea unei fundamentări teoretice, pe baza literaturii pertinente, a temei cercetării; derularea unei cercetări autentice și/sau dezvoltarea unui studiu de caz, pornind de la informațiile culese; delimitarea unor concluzii și definirea unor propuneri coerente în raport cu cercetarea desfășurată			

Data completării,

Titular activităților de curs,

Titular aplicații,

11 10 2021

Semnătura

Semnătura

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

FIȘA DISCIPLINEI RESURSE ȘI DESTINAȚII 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 Ciclu de studii	Licenta
1.6 Programul de studii	Economia Comertului, Turismului și Serviciilor
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Resurse și destinații turistice						
2.2 Cod disciplină	ECTSDS3615						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Ionel Marian						
2.4 Titularul activităților aplicative	Ec. Dr. Popa Alexandra						
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**	DS/DO

* 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. 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	48	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	24
3.7 Total ore de studiu individual					52
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					0
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	-
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, înțelegerea și utilizarea conceptelor și ideilor specifice resurselor și destinațiilor turistice; implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina resurse și destinații turistice; descrierea unor stări, sisteme, procese, fenomene specifice destinațiilor turistice la nivel intern și internațional; capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite în cadrul cursurilor, a dezbaterilor și a studiilor de caz analizate la seminar, privind resursele și destinațiile turistice; capacitatea de a concepe proiecte și de a le derula privind dezvoltarea destinațiilor turistice și valorificarea resurselor turistice la nivel internațional, național, regional; capacitatea de analiză și sinteză a fenomenelor generate de activitatea de turism și de interconexiunea dintre turismul intern și internațional; abilitatea de a rezolva diferitele probleme legate de resursele turistice și de destinațiile turistice;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> capacitatea de a lucra în echipă, pentru rezolvarea de probleme, în contexte profesionale diferite; capacitatea de a avea un comportament etic în fața turiștilor, consumatorilor de turism, partenerilor de afaceri, angajaților; capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea analizei fenomenelor de piață, activității de turism intern și internațional; abilitatea de a colabora cu specialiștii din alte domenii capacitatea de asimilare a noilor cunoștințe în vederea dezvoltării personale și profesionale; dezvoltarea și aplicarea unor idei de afaceri bazate pe responsabilitate;

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> pregătirea studenților cu un ansamblu de cunoștințe teoretice și practice, cu un sistem de instrumente capabil să le permită implicarea nemijlocită în soluționarea problemelor cu care se confruntă activitatea de turism la nivel național și internațional
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> capacitatea de analiză și sinteză a fenomenelor generate de activitatea de turism la nivelul destinației turistice și al valorificării resurselor turistice;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Sistemul turistic și componentele sale: potențialul turistic, patrimoniul turistic și oferta turistică	Prelegere participativă	Față în față sau în mediul online Webex	2
2. Resursele turistice: delimitări conceptuale			2

3. Resursele naturale ale turismului			2
4. Resursele antropice turistice			2
5. Atracțiile turistice și rolul lor în dezvoltarea destinațiilor turistice			2
6. Destinațiile turistice: delimitări conceptuale; clasificare			2
7. Criteriile de alegere a destinațiilor turistice			2
8. Piața destinațiilor turistice			2
9. Stațiunile turistice și rolul lor în satisfacerea motivațiilor turiștilor			2
10. Resursele și destinațiile turistice din România			2
11. Parcurile tematice și importanța lor ca destinații turistice			2
12. Strategii utilizate pentru promovarea și dezvoltarea destinațiilor turistice			2

Bibliografie

- [1]. Căndea M., Erdeli G. - România, potențial turistic și turism, Editura Universitară, București, 2000;
- [2]. Glăvan V. - Resurse turistice pe Terra, Editura Economică, București, 2000;
- [3]. Ionel M. – Resurse si destinatii turistice, Note de curs, 2021;
- [4]. Neacșu Nicolae, Neacșu M., Drăghilă M. - Resurse și destinații turistice interne și internaționale, Editura Universitară, București, 2011;
- [5]. Țigu G. (coord.) - Resurse și destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București, 2003;

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnic	Număr ore alocate
Relația dintre atracțiile turistice și destinațiile turistice	Expunere-dezbateri Studii de caz Aplicații	Față în față sau în mediul online: Instruire online /	2
Resursele și destinațiile turistice din România		Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic	2
Analiza circulației turistice în România, ca destinație turistică			2
Parcurile tematice și importanța lor ca destinații turistice		Platformă de învățare colaborativă online Webex Teams	3
Resursele și principalele destinații turistice din Europa			3
Resursele și principalele destinații turistice din Regiunea Asia și Pacific			3
Resursele și principalele destinații turistice din Africa			2

Resursele și principalele destinații turistice din America			3
Stațiunile turistice ca destinații turistice pentru turismul montan, de litoral și balneo-medical			2
Valorificarea resurselor turistice dintr-o anumită destinație turistică			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 - Susținere Proiect de cercetare + întrebări în strânsă corelație cu tematica cursului Față în față sau în mediul online	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; - 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,

Titularul activităților de curs,

Titular aplicații,

Ec. Dr. Popa Alexandra

1 10 2021

Conf.univ. dr. Ionel Marian

Semnătura

Semnătura

Director de Departament,

Data avizării în Departament,

Conf.univ.dr Cosma Sorinel

18 10 2021

Semnătura

FIȘA DISCIPLINEI COMUNICARE COMERCIALA

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	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		COMUNICARE COMERCIALĂ					
2.2 Cod disciplină		ECTSDS3616					
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	III	2.6 Semestrul	6	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei DS/DO	

* 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						4	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații***	2
3.4 Total ore activități directe pe semestru						48	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	24
3.7 Total ore de studiu individual										52
Distribuția fondului de timp										[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe										18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren										10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri										10
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	• 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"> Cunoasterea și înțelegerea din punct de vedere științific a conceptelor și ideilor ce țin 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"> Cunoasterea 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/ Platformă informatică de video-conferință	2 h
1.1. Elemente ale activității de conducere a unei afaceri			
1.2. Viziunea modernă a conducerii			2 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			4h
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			2h
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			4h
Capitol 6. Tehnici de comunicare orală 6.1. Contextul general al comunicării orale de afaceri 6.2. Interviu 6.3. Ședința			4h
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			2h
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			2h

Capitol 9. Negocierea comercială				
9.1. Trăsături specifice ale negocierii comerciale			2h	
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 Universitara, 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 autodiagnosticare, 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	2
2. Etapele specifice procesului de comunicare și disfuncționalități ale procesului de comunicare				4
3. Avantajele și limitele formelor de comunicare utilizate în afaceri				2
4. Avantajele și limitele modelelor de comunicare manageriale utilizate în afaceri				2
5. Tactici de comunicare				2
6. Stil și strategie de negociere				2
7. Tehnici si tactici de negociere				2
8. Discursul				2
9. Exerciții de comunicare non-verbală				2
10. Interviu de angajare - simulare				2
11. Întocmirea unui raport scris și redactarea unui CV				2
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 și corectitudinea cunostintelor acumulate; - Capacitatea de analiza și interpretare a cunostintelor; - Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate; - Frecvența la cursuri.	Examen scris	70%
10.5 Aplicații	- Completitudinea și corectitudinea cunostintelor acumulate; - Participarea activă la seminarii; - Creativitatea; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea.	Observația sistematică, studii de caz, teste grila și exercitii, aplicații	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 și activitate la seminar 3 puncte.			

Data completării,

Titular activităților de curs,

Titular aplicații,

11.10.2021

PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA

PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA

Data avizării în Departament,

Director de Departament,

18.10.2021

CONF. UNIV. DR. COSMA SORINEL

FIȘA DISCIPLINEI TEHNICI PROMOTIONALE

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	ȘTIINTE ECONOMICE
1.3 Departamentul	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	LICENTA
1.6 Programul de studii	ECTS
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici promotionale		
2.2 Cod disciplină	ECTSDS3517		
2.3 Titularul activităților de curs	Lector universitar dr Serban Comanescu Adrian		
2.4 Titularul activităților aplicative	Lector universitar dr Serban Comanescu Adrian		
2.5 Anul de studii	III	2.6 Semestrul	6
2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei	DS/DO
*/**			

* 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. 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					69
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					17
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7 SAU (nr. credite x 25 ore) = 4x 25 = 125				
3.9 Numărul de credite	5				

*** 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	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"> cunoasterea conceptelor fundamentale specifice tehnicilor promotionale cunosterea abordarilor și metodelor de lucru specifice marketingului in domeniul tehnicilor promotionale. cunoasterea mijloacelor de obtinere si valorificarea corecta a tuturor tipurilor de informatii necesare cercetarii in vederea insusirii principalelor principii fundamentale ce stau la baza tehnicilor promotionale.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Asumarea responsabilitatii realizarii unui anumit proiect Capacitatea de a lucra in echipa Participarea activa la dezbateri si discutii

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Adoptarea unei viziuni strategice, dezvoltarea gandirii analitice si abordarea unei viziuni sistemice asupra abordarii de marketing a activitatii din sfera tehnicilor promotionale.
7.2 Obiectivele specifice	Utilizarea tehnicilor promotionale in sfera activitatii de marketing a unei firme.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Structura conceptuala a sistemului comunicatiilor de marketing	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
2. Delimitarea activitatii de relatii publice de marketing	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
3. Tehnici de relatii publice	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
4. Tehnici de promovare a vanzarilor	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	2
5. Promovarea prin reclama	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	2

6. Decizii privind actiunile publicitare	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	2
7. Promovarea prin marca(brand)	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	2
8. Alegerea canalului de comunicarea a mesajului promotional	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
9. Promovarea prin internet	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Olimpia Ban, Tehnici Promotionale, Presa Universitara Clujeana, Ed Revizuita, 2020 2. Grigoriu C ,Serban Comanescu A , Elemente de marketing, Ed Bren 2007, Bucuresti). 3. Kotler, Managementul Marketingului, Ed Teora, 2002, Bucuresti 4. Michael J Thomas, Manual de Marketing, Ed Codecs, 1998, Bucuresti 5. Gheorghe Meghisan, Tudor Nistorescu, Adrian Serban Comanescu, Marketing- Teorie si Practica, Editura Universitaria, 2008, Craiova 			
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1 . Procesul comunicational	Discutii	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
2. Analizarea relatiei dintre comunicare si promovare Analizarea strategiei de promovare Analizarea organizarii activitatii promotionale	Discutii	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
3. Discutii si analiza referitoare la etapele unei campanii de relatii publice. Analiza, interpretarea si gestionarea situatiilor de criza	Discutii	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4

4. Analizarea tehnicilor de relatii publice utilizate in relatia cu mass-media	Aplicatii	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
5. Sponsorizarera si mecenatul- studii de caz	Discutii si dezbateri	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
6. Realizarea unei baze de date de marketing Analizarea principalelor decizii de publicitate directa-fundament si aplicabilitate	Aplicatii	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
7. Modele de construire a mesajului publicitar Strategia subiectului publicitar – studii de caz Strategia creativa a mesajului publicitar- stufii de caz	Aplicatii	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	4
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 acumulate; - Capacitatea de analiza si interpretare a cunostintelor; - Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate; - Frecventa la cursuri.	Examen scris Microsoft Forms, grila Platforma on-line	70%
10.5 Aplicații	- Completitudinea si corectitudinea cunostintelor acumulate; - Participarea activa la seminarii; - Creativitatea; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea.	Observatia sistematica, proiecte, studii, teste	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Minim nota 5 la examenul scris			

Data completării,

1 Oct 2021

Titular activităților de curs,

Lector univ dr Serban

Comanescu Adrian

Semnătura

Titular aplicații,

Lector univ dr Serban

Comanescu Adrian

Semnătura

Data avizării în Departament,

18.10.2021

Director de Departament,

Conf univ dr Cosma Sorinel

semnătura