

**FIȘA DISCIPLINEI*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Economie Mondială			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
uismp4r	DR	3	1	5
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen scris	DR			
Titular activități curs	Prof. Univ. Dr. Sorin Burnete			
Titular activități seminar	As. Univ. Dr. Cristina Popa			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri		20
Tutoriat:		5
Examinări:		10
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		42
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem}) = nr. credite x 25		125

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Macroeconomie
--	---------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Competențe	Cunoașterea conceptelor fundamentale și a teoriilor la nivel macroeconomic
------------	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Studentii vor trebui să își mențină camera pornită pe tot parcursul cursului
De desfășurare a seminarului	Studentii vor trebui să își mențină camera pornită pe tot parcursul seminarului

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- Definierea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor- Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate comerțului, turismului și serviciilor- Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorilor- Explicarea și interpretarea de situații/procese concrete din domeniul administrării afacerilor pentru interpretarea corectă a evoluțiilor pieței muncii și a evoluțiilor din interiorul firmelor în ceea ce privește angajații.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">- Generarea de analize economice pertinente având un fundament teoretic solid- Analiza pertinentă a activității instituțiilor economice internaționale în contextul globalizării

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

Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea de către studenți a proceselor și mecanismelor dezvoltării economice la scară mondială.
Obiectivele specifice	<p>Analizarea și explicarea dezvoltării și funcționării organismului monoeconomic ca sistem global integrat, bazat pe interacțiunea dinamică a economiilor naționale, la nivel intra- și inter-regional.</p> <p>Înțelegerea corectă a locului României în concertul economic al națiunilor, a perspectivelor economice ale țării noastre în context regional și global.</p> <p>Generarea de analize economice consistente</p> <p>Formarea unui mod propriu de gândire economică</p>



8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Sistemul economiei mondiale. Măsurarea performanțelor economice. Conturile naționale	2
Curs 2	Potențialul nivelul și ritmul dezvoltării economice a națiunilor	2
Curs 3	Tipologii mondo-economice: țările dezvoltate	2
Curs 4	Tipologii mondo-economice: țările în curs de dezvoltare	2
Curs 5	Dezvoltarea istorică a economiei mondiale. Revoluțiile industriale	2
Curs 6	Specializarea internațională. Diviziunea internațională a muncii	2
Curs 7	Modificarea ordinii mondiale sub impactul globalizării. Premisele și dimensiunile globalizării	2
Curs 8	Principalele direcții ale globalizării: globalizarea piețelor și globalizarea producției	2
Curs 9	Noua diviziune internațională a muncii în condițiile globalizării	2
Curs 10	Investițiile internaționale: elemente definitorii, clasificare, forme specifice	2
Curs 11	Factori care influențează investițiile externe	2
Curs 12	Integrarea economică regională: premise, obiective, caracteristici, căi și mijloace	2
Curs 13	Integrarea europeană: principii fundamentale, instituții, politici	2
Curs 14	Obstacole în calea integrării europene: bariere fizice, tehnice și fiscale	2
Total ore curs:		28
Seminar		Nr. ore
Sem 1	Sistemul economiei mondiale	2
Sem 2	Dezvoltarea istorică a economiei mondiale	2
Sem 3	Măsurarea performanțelor economice ale națiunilor	2
Sem 4	Teoria parității puterilor de cumpărare (PPC)	2
Sem 5	Analiza investițiilor internaționale	2
Sem 6	Multinaționalitate vs. transnaționalitate în economia globală	2
Sem 7	Analiza diferitelor organizații economice și financiare internaționale	2
Total ore seminar		14

Metode de predare

- Expunere euristică
- Explicarea conceptelor, principiilor, instrumentelor etc pe bază de:
 - discuții (întrebări, schimburi de opinii etc.);
 - exemple;
 - analize de caz etc.
- Analizarea legăturilor cauzale;
- Formularea de concluzii și predicții
- Analizarea tematicii prezentate pe bază de:
 - dezbateri;
 - prezentare de proiecte;
 - alte activități



Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> • Burnete S. – <i>Economie internațională: teorii și politici</i>, Ed. Univ."Lucian Blaga", 2016 • Gilpin R. – <i>Economia mondială în secolul XXI</i>, Polirom 2001 • Miron D., Cojanu V. (coord.) – <i>Comerț internațional – Specializarea țărilor și sistemul comercial internațional</i>, ASE București, 2013 • Pelkmans J. – <i>European Integration</i>, 3rd ed. Prentice Hall, 2006 • Krugman P., Obstfeld M. – <i>International Economics</i>, 7th ed., Pearson/Addison Wesley, 2005 • Burnete S. – <i>Elemente de economia și politica comerțului internațional</i>, Ed. ASE București, 2007
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> • Rodrik D. – <i>The Globalization Paradox: Democracy and the Future of World Economy</i>, Norton & Co., 2012 • Tache I. – <i>Politici economice europene</i>, Ed. Economică, 2014 • Burnete S. – "Multinationals from Emerging Economies Will Increasing Influence on the Global Economy", <i>Revista economica</i>, nr. 3 (57)/ 2011, pp.68-73 • Burnete S. – "On the competitiveness issue in the globalization context", <i>Revista economica</i>, supl.1/ 2012, pp.121-127 • Burnete S. – "Structural changes in international trade: inter-industry shifts in comparative advantage", <i>Studies in Business and Economics</i>, 2012, vol 7, issue 1 • Burnete S. - <i>Schimbul monetar, circuitul internațional al banilor și finanțarea tranzacțiilor comerciale (teorii, politici, uzanțe, reglementări)</i>, 2017 Ed. Univ. Lucian Blaga din Sibiu, 245 p.

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

Conținutul disciplinei răspunde exigențelor academice și profesionale prin faptul că dezvoltă capacitatea studenților de a înțelege problemele comerciale în interconexiune cu fenomenele și procesele economice ce au loc pe plan global.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	- răspuns corect la întrebările de examen - înțelegerea și însușirea problematicei tratate la curs	Examen final scris	50%	nCPE
Seminar	- implicarea activă în discuții - calitatea comentariilor din clasă - rezolvarea corectă și completă a aplicațiilor	Activitate la seminar	10%	nCPE
	- rezolvarea corectă și completă a testului - înțelegerea și însușirea problematicei tratate la seminar.	Examen parțial scris	20%	nCPE



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	- respectarea cerintelor proiectului - interes față de problemele analizate, atitudine critică și autocritică	Proiect individual	20%	nCPE
Standard minim de performanță				

(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(**) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen;
CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 25.09.2020

Data avizării în Departament: 28.09.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof. Univ. Dr. Sorin Burnete	
Titular seminar	As. Univ. Dr. Cristina Popa	
Director de departament	Conf. univ. dr. Camelia Budac	

**FIȘA DISCIPLINEI*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA LUCIAN BLAGA DIN SIBIU
Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
Departament	DEPARTAMENTUL I - MANAGEMENT, MARKETING, ADMINISTRAREA AFACERILOR
Domeniul de studiu	ADMINISTRAREA AFACERILOR
Ciclul de studii	3 ani
Specializarea	ECTS

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei				
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DD	III	I	5
Tipul de evaluare	Categoria formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Titular activități curs	Prof.univ.dr. Ioan Cindrea			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Asist.univ.dr. Anca Șerban			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	0	0	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (<i>NOAD_{sem}</i>)
28	14	0	0	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		25
Tutoriat:		
Examinări:		3
Total ore alocate studiului individual (<i>NOSI_{sem}</i>)		83
Total ore pe semestru (<i>NOAD_{sem}</i> + <i>NOSI_{sem}</i>) = nr. credite x 25		125

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Bazele managementului Macroeconomie
--	--



Competențe	Cunoștințe de bază despre management
------------	--------------------------------------

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Online/ platforma Google classroom/ Google meet/ microfon/cameră video
De desfășurare a sem/lab/pr	Online/ platforma Google classroom/ Google meet/ microfon/cameră video

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Identifică și interpretează informații privind managementul resurselor umane; Elaborează strategii în domeniu; Folosesc cu succes instrumentele specifice domeniului resurselor umane.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Analizează critic informațiile disponibile prin raportare la dovezi științifice prezente în literatura de specialitate din domeniu (inclusiv într-o limbă străină); Utilizează instrumente digitale pentru parcurgerea sau crearea conținutului (videoconferințe, baze de date, prezentări PowerPoint, etc.).

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

Obiectivul general al disciplinei	✓ Însușirea științifică a managementului resurselor umane
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Înțelegerea rolului resurselor umane în organizație Capacitatea de identificare a elementelor cheie în planificarea resurselor umane. Cunoașterea specificităților proceselor de recrutare și selecție a resurselor umane. Determinarea nivelului de salarizare. Elaborarea unei plan de formare și evaluare a resurselor umane. Explicarea importanței și a componentelor dialogului social. Elaborarea corectă a unei analize SWOT privind managementul resurselor umane într-o organizație

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	RESURSELE UMANE - ROLUL ȘI IMPORTANȚA LOR	2
Curs 2	FUNDAMENTELE MANAGEMENTULUI RESURSELOR UMANE	2
Curs 3	PROGNOZA ȘI PLANIFICAREA RESURSELOR UMANE	2
Curs 4	ORIENTAREA PROFESIONALĂ A RESURSELOR UMANE	2
Curs 5	RECRUTAREA RESURSELOR UMANE	2
Curs 6	SELECȚIA RESURSELOR UMANE	2
Curs 7	ASIMILAREA ȘI INTEGRAREA NOILOR SALARIAȚI	2
Curs 8	FORMAREA PROFESIONALĂ RESURSELOR UMANE	2
Curs 9	EVALUAREA ȘI APRECIEREA RESURSELOR UMANE	2
Curs 10	PROMOVAREA RESURSELOR UMANE	2



Curs 11	SALARIZAREA RESURSELOR UMANE	2
Curs 12	MANAGEMENTUL DIALOGULUI SOCIAL ȘI A CONFLICTELOR DE MUNCĂ	2
Curs 13	EFICIENȚA UTILIZĂRII RESURSELOR UMANE	2
Curs 14	RECAPITULARE	2
Total ore curs:		28
Seminar		Nr. ore
Sem 1	FUNDAMENTELE MRU ȘI ROLUL RESURSELOR UMANE	2
Sem 2	PLANIFICAREA ȘI ORIENTAREA RESURSELOR UMANE	2
Sem 3	RECRURAREA ȘI SELECȚIA RESURSELOR UMANE	2
Sem 4	PROCESUL DE INDUCTION ȘI FORMAREA RESURSELOR UMANE	2
Sem 5	SALARIZAREA, MOTIVAREA, EVALUAREA ȘI PROMOVAREA RESURSELOR UMANE	2
Sem 6	MANAGEMENTUL CONFLICTELOR DE MUNCĂ	2
Sem 7	RECAPITULARE FINALĂ	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

CURS:	Prelegerea, conversația, exemplificarea	Prezentări power point/ material curs/ studii de caz
SEMINAR:	Conversația, exemplificarea, exercițiul, studiul de caz	Studii de caz/ exerciții/ fișe de seminar/ video-uri

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Ioan CINDREA, MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE, Editia a-2-a, Ed. Univ. Lucian Blaga Sibiu, 2018;
	Ion PETRESCU, Ioan CINDREA, TEORIE ȘI PRACTICĂ ÎN M.R.U., Ed. Lux Libri Brașov, 1998
	Panainte NICA, Adriana PRODAN, MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE, Ed. Online, 2011
	Emilia NOVAC, Denisa ABRUDAN, MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE, Ed. 2013
Referințe bibliografice suplimentare	Ioan CINDREA, MANAGEMENTUL ASIGURARILOR SI PROTECTIEI SOCIALE ,Editia a-2-a , Editura Univ L Blaga , Sibiu , 2017
	Armstrong, M., Armstrong's handbook of human resource management practice, Kogan Page Limited, London 2014.
	Nkomo, S., Fottler, M., McAfee, R.B., Human Resource Management Applications, South Western Cengage Learning, Mason, Oh., 2011.
	Rampersad, H.K., Total Performance Scorecard; Redefining Management to Achieve Performance with Integrity, Butterworth-Heinemann Business Books, Elsevier Science, Massachusetts, 2003.

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.



10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Baremul de corectare	Evaluare finală prin verificare scrisă online	50%	
	Gradul de realizare a cerințelor	Evaluare online continuă pe parcursul semestrului	10%	
	Baremul de corectare aferent referatului	Referat	30%	
Seminar/ Laborator	Gradul de realizare a cerințelor	Teme/studii de caz	10%	
Standard minim de performanță				

(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(**) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 24.09.2020

Data avizării în Departament: 28.09.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof.univ.dr. Ioan Cindrea	
Titular seminar/laborator	Asist.univ.dr. Anca Șerban	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor/Economist Licențiat

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Cercetări de marketing		
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Univ. Dr. Mihai Țichindelean		
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. Univ. Dr. Simona Vinerean		
2.4 Anul de studio	III	2.5 Semestrul	1
2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DD

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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					25
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	● Marketing, Statistică
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențele specifice acumulate

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Ministerul Educației Naționale și Cercetării Științifice

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Economice

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate comerțului, turismului și serviciilor; • Rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate: concepției, planificării și executării de activități în cadrul firmelor de comerț, turism și servicii; • Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii; • Elaborarea unei lucrări de fundamentare a acordării de asistență unei firme din domeniul comerț, turism sau servicii.
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.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Să desfășoare o cercetare de marketing adaptată atât necesităților informaționale, financiare și temporale ale solicitantului cercetării, cât și resurselor proprii.
7.2 Obiectivele specifice	<p>OS1 - Să determine scopul cercetării de marketing prin asocierea cunoștințelor dobândite cu situații decizionale reale</p> <p>OS2 - Să clasifice tipurile de cercetare de marketing în funcție de scopul acestora în cercetări exploratorii și cercetări descriptive</p> <p>OS3 - Să clasifice tipurile de cercetare de marketing în funcție de tipul informației atrase în cercetări calitative și cercetări cantitative</p> <p>OS4 - Să planifice etapele unei cercetări de marketing</p> <p>OS5 - Să compare sondajul și observarea ca metode de cercetare prin prisma avantajelor și dezavantajelor celor două metode</p> <p>OS6 - Să aplice corect metode de analiză uni- și bivariată în MicrosoftExcel</p> <p>OS7 – Să argumenteze alegerea unei alternative decizionale în detrimentul altora având în vedere un context decizional colectiv</p> <p>OS8 - Să respecte principiile eticii în cercetarea de marketing așa cum sunt ele prezentate în cadrul codului ESOMAR</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Introducere – structura și bibliografia cursului	Prelegere/Dezbateri	2
Cercetarea de marketing – definiție și scop	Prelegere/Dezbateri	2
Tipologia cercetărilor de marketing	Prelegere/Dezbateri	4
Procesul cercetării de marketing	Prelegere/Dezbateri	2
Măsurarea fenomenelor de marketing	Prelegere/Dezbateri	4
Observarea	Prelegere/Dezbateri	2

Sondajul	Prelegere/Dezbateri	2
Determinarea mărimii eșantionului	Prelegere/Dezbateri	2
Metode de eșantionare	Prelegere/Dezbateri	2
Metode de analiză a datelor – variabile nominale	Prelegere/Dezbateri	2
Metode de analiză a datelor – variabile ordinale	Prelegere/Dezbateri	2
Tendențe în cercetarea de marketing	Prelegere/Dezbateri	2
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none"> Cătoi, I. (coord) – Tratat de cercetări de marketing , Ed. Uranus, București , 2009 Malhotra, N.K., 2018. Essentials of Marketing Research A Hands-On Orientation. New Jersey, USA: Pearson 		
<ol style="list-style-type: none"> https://www.esomar.org/ https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0309-0566 		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Structura seminarului. Cercetare de marketing – Definiere. Concepte introductive.	Dezbateri. Conversație	2 ore
2. Studiu de caz: Rolul cercetării de marketing	Studiu de caz. Dezbateri. Conversație	2 ore
3. Studiu de caz: Tipologia cercetării de marketing. Scop. Metode. Utilizarea rezultatelor cercetării de marketing în planuri de marketing.	Studiu de caz. Dezbateri. Conversație	2 ore
4. Studiu de caz: Tipologia cercetării de marketing.	Studiu de caz. Dezbateri. Conversație	2 ore
5. Studiu de caz: Analiza procesului cercetării de marketing.	Studiu de caz. Dezbateri. Conversație	2 ore
6. Aplicații privind măsurarea fenomenelor în cercetările de marketing	Aplicații.Dezbateri. Conversație	2 ore
7. Măsurarea fenomenelor în cercetările de marketing în mediul online. Studiu de caz aplicativ în mediul online.	Studiu de caz. Dezbateri. Conversație	2 ore
8. Utilizarea datelor secundare interne și externe în cercetările de marketing	Studiu de caz. Dezbateri. Conversație	2 ore
9. Analiza datelor calitative. Interviu, focus group, tehnici proiective.	Studiu de caz. Dezbateri. Conversație	2 ore
10. Realizarea unei cercetări de marketing.	Studiu de caz. Dezbateri.	2 ore
11. Cercetare de marketing aplicativă în mediul online	Studiu de caz. Dezbateri.	2 ore
12. Analiza univariată a datelor. Aplicații pe variabile nominale.	Aplicații.Dezbateri. Conversație	2 ore
13. Analiza bivariată a datelor. Aplicații pe variabile nominale.	Aplicații.Dezbateri. Conversație	2 ore
14. Testarea cunoștințelor	Dezbateri. Conversație	2 ore
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> Malhotra N.K., Marketing Research. An Applied Orientation, 7th Edition, Pearson Education, 2018. Naresh K. Malhotra, 2015. Essentials of Marketing Research: A Hands-On Orientation. 1st Edition. Pearson. Field, A. – Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics, Fourth Edition, Sage Publishing, 2013; Cătoi, I. (coord) – Tratat de cercetări de marketing , Ed. Uranus, București , 2009. 		

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

În vederea stabilirii conținuturilor și a metodelor de predare au fost consultate platformele altor universități de profil din țară și din străinătate, iar pe de altă parte s-a ținut cont de așteptările angajatorilor după cum au fost ele formulate în dialogurile dintre reprezentanții mediului de afaceri și universitate.

10. Evaluare



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Ministerul Educației Naționale și Cercetării Științifice

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Economice

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Înșușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs	Test grilă	35%
	Participarea activă la curs Răspunsul corect la întrebările/exercițiile propuse pe parcursul semestrului în cadrul cursurilor.	Evaluare individuală	15%
10.5 Seminar/laborator	Participarea activă la seminar	Evaluare individuală	10%
	Realizarea proiectului de seminar	Evaluare a echipei	20%
	Teme pe parcursul semestrului	Evaluare individuală	20%
10.6 Standard minim de performanță: <ul style="list-style-type: none">• Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci);• Studentul trebuie să cunoască conceptele cheie cu care operează disciplina verificate prin examenul final de tip grilă; examenul final este considerat trecut dacă studentul obține minim nota 5 (cinci);• Studentul trebuie să aibă capacitatea de a transpune în lucrări practice conceptele teoretice - participare activități practice, test de seminar, proiect de semestru.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

25.09.2020

Data avizării în departament

Semnătura șefului departamentului

28.09.2020

**FIȘA DISCIPLINEI*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DD	Obligativu	3	1	5
Tipul de evaluare	Categorhia formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	DD=domeniu			
Titular activități curs	Conf.dr. Oana Duralia			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.dr. Oana Duralia			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	2	-	-	4
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
28	28	-	-	56

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		32
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		19
Tutoriat:		2
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		69
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem}) = nr. credite x 25		125

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate	- Marketing
-----------------------------------	-------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

anterior	
Competențe	Cunoașterea, explicarea și utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	facilități tehnice: laptop/tabletă/PC cu cameră video și microfon, conexiune internet
De desfășurare a sem/lab/pr	facilități tehnice: laptop/tabletă/PC cu cameră video și microfon, conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">Cunoașterea, explicarea și utilizarea specializată a conceptelor, abordărilor, teoriilor și modelelor comportamentului consumatorului;Capacitatea de sinteză, evaluare și anticipare a tendințelor ce vizează comportamentul consumatorului.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de munca riguroasă, eficientă și responsabilă;Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei, valorificând diversitatea și multiculturalitatea.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">Înțelegerea importanței studierii comportamentului consumatorului și a influenței acestuia asupra activității firmei în contextul în care orientarea către nevoile de consum, către cerințele pieței, necesită ca punct de plecare și de referință cunoașterea temeinică a acestor cerințe, urmărirea sistematică și chiar anticiparea lor pe baze științifice.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">Dezvoltarea capacității studenților de a identifica, explica și utiliza conceptele și noțiunile particulare studierii comportamentului consumatorului la nivelul organizațiilor;Deprinderea cunoștințelor necesare analizei și evaluării factorilor ce influențează comportamentul consumatorului;Dobândirea unor cunoștințe necesare înțelegerii și explicării procesului decizional de achiziție.Dobândirea unor cunoștințe necesare fundamentării deciziilor de marketing prin rezultate ale studierii comportamentului consumatorului.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Conceptul de comportament al consumatorului;	2
Curs 2	Dimensiunile comportamentului consumatorului; Procese elementare utilizate în studierea comportamentului consumatorului;	2



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 3-4	Procesul decizional de cumparare;	4
Curs 5-6	Influențe direct observabile asupra comportamentului consumatorului de servicii ;	4
Curs 7	Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului - Percepția ;	2
Curs 8	Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului – Informația/Învățarea/Personalitatea, Motivația;	2
Curs 9	Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului – Atitudinea, Comportamentul efectiv;	2
Curs 10-11	Influențe de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului;	4
Curs 12	Studierea stilului de viață al consumatorului;	2
Curs 13	Abordări calitative și cantitative ale studierii comportamentului consumatorului;	2
Curs 14	Fundamentarea deciziilor de marketing prin rezultate ale studierii comportamentului consumatorului; Posibilități și limite ale studierii comportamentului consumatorului;	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Introducere, cerințe, structură	2
Sem 2	Comportamentul Consumatorului. Concept. Definiție. Evoluție.	2
Sem 3	Segmentarea pieței, ca element fundamental în studiul comportamentului consumatorului.	2
Sem 4	Procesul decizional de cumpărare- particularizări	2
Sem 5	Influențe direct observabile asupra comportamentului consumatorului;	2
Sem 6	Influență de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului. Percepția.	2
Sem 7	Influență de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului. Percepția – harta perceptuală	2
Sem 8	Influență de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului. Informația/Învățarea/Personalitatea/ personalitatea marcii	2



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Sem 9	Influență de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului. Motivația.	2
Sem 10	Influență de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului. Atitudinea, Comportamentul efectiv;	2
Sem 11	Influențe de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului;	2
Sem 12	Comportamentul consumatorului – o perspectiva internaționala	2
Sem 13	Prezentare proiect în online	2
Sem 14	Prezentare proiect în online	2
Total ore seminar/laborator		28

Metode de predare

Prelegere Dezbateri Expunere interactivă Studii de caz Conversația euristică Rezolvarea de aplicații, dezbateri, cercetarea și comentarea de texte/imagini		
---	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none">Catoiu, I., Teodorescu, N.- Comportamentul consumatorului, Ed. Uranus, București, 2004
	<ul style="list-style-type: none">Kotler, P., Keller K.L. – A Framework for Marketing Management, Ed. Pearson, 2016;
	<ul style="list-style-type: none">Kotler, P., Armstrong, G. – Principles of Marketing, Ed. Pearson, 2015;
	<ul style="list-style-type: none">Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk – Consumer Behavior, 9th edition, Pearson Education (US)
	<ul style="list-style-type: none">Solomon, M., -"Consumer Behavior. Global Edition"-, Ed. Pearson Education Limited, 2014;
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none">Palmer, A. – Principles of Services Marketing, Ed. McGraw-Hill Education Europe, 2014;
	<ul style="list-style-type: none">Schiffman, L., Wisenblit, J. - Consumer behavior, Ed. Pearson Education Limited, 2013;



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

Elaborarea conținutului disciplinei urmărește un grad înalt de compatibilizare cu programe din străinătate. De asemenea, în elaborarea acestuia au fost implicați reprezentanți ai mediului de afaceri. Conținutul disciplinei se actualizează în permanență, în concordanță cu noutățile din domeniu.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Prezența la curs;	Evidență în format electronic	10%	nCPE
	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Examen grilă online	50%	CEF
Seminar/ Laborator	Evaluare pe parcursul semestrului în baza temelor/studiilor de caz	Evaluare în baza termenelor de predare anunțate pe contul de classroom	10%	nCPE
	Proiect prezentat la finalul semestrului;	Prezentare online proiect	20%	CEF
	Prezența la seminar;	Evidență în format electronic	10%	nCPE

Standard minim de performanță

- Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5 (cinci);
- Studentul trebuie să cunoască conceptele cheie cu care operează disciplina verificate prin examen final;
- Studentul trebuie să aibă capacitatea de a transpune în lucrări practice conceptele teoretice – soluționarea studiilor de caz și realizarea proiectului.

(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(**) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: **22.09.2020**

Data avizării în Departament: 28.09.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Oana DURALIA	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Oana DURALIA	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**FIȘA DISCIPLINEI*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Sisteme ERP			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	Obligatoriu	III	1	5
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	DR			
Titular activități curs	Conf. univ. dr. Eduard Stoica			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Roxana Roșu			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	0	1	0	4
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
28	0	14	0	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		26
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		25
Tutoriat:		4
Examinări:		8
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		69
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem}) = nr. credite x 25		125

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Informatică, Management
Competențe	Noțiuni de utilizare a calculatoarelor

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Acces platforma G Suite for Education (Google Classroom, Google Meet); Nu se acceptă comportamentul agresiv, insultarea persoanelor și alte forme de agresiuni verbale sau fizice; Cursul se desfășoară online în condiții de ascultare și participare activă la discuții.
De desfășurare a sem/lab/pr	<ul style="list-style-type: none"> Sală de laborator dotată corespunzător: calculatoare, rețea,



	<p>conexiune la Internet, software specializat ERP;</p> <ul style="list-style-type: none">• Termenul predării proiectului de laborator este stabilit de cadrul didactic titular, de comun acord cu studenții. Nu se vor accepta cererile de amânare a acestuia pe motive, altfel decât obiectiv întemeiate.
--	---

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea structurii și funcționalității sistemului informațional din întreprinderi;• Însușirea cunoștințelor referitoare la sistemele informatice pentru conducere;• Cunoașterea locului sistemului informațional în activitatea economico-financiară;• Capacitatea de analiză și interpretare a datelor de sinteză specifice sistemelor ERP și CRM.• Folosirea noțiunilor economice în soluționarea de probleme prin dezvoltarea și implementarea de subsisteme informatice noi / sisteme informatice în organizație• Capacitatea de a realiza analiza avansată a datelor și a prezenta rezultatele în vederea sprijinirii proceselor decizionale• Descrierea transformărilor organizaționale generate de reproiectarea informațională impusă de integrarea informațională.• Familiarizarea cu structura și modul de utilizare al unei platforme integrate pentru afaceri cu aplicații pentru acumularea de abilități practice privind exploatarea ERP-urilor
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de a comunica verbal și în scris pe teme profesionale cu informaticieni, și economiști și de a elabora rapoarte tehnice.• Îndeplinirea la termen, cu sârguință, eficiență și responsabilitate a sarcinilor profesionale;• dezvoltarea deprinderilor de a lucra individual și în echipă (cu tot ceea ce presupune implicit aceasta – asumarea de roluri și responsabilități, colaborare, cooperare și întrajutorare, influența stilurilor de învățare asupra rezultatelor muncii în echipă, învățarea de la colegii de birou sau de specialitate);• Realizarea unor proiecte de mici dimensiuni pentru organizarea și analiza datelor.• Să selecteze corect soluții și planul de implementare; dezvoltarea capacității de cercetare și de creație;• Capacitate de lucru în echipă.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea caracteristicilor, componentelor și utilității sistemelor informatice integrate de tip ERP.• Cursul prezintă tipuri de sisteme informatice, principii de proiectare și tipurile corespunzătoare de instrumente de implementare ale acestor sisteme.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Motivația pentru proiectarea/achiziția și utilizarea sistemelor informatice integrate în carul IMM-urilor (performanțe, costuri, amortizare). Studii de caz. ERP-uri utilizate în România.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore
Curs 1	2

Locul și rolul sistemului informațional în conducerea organizațiilor economice. Componentele și resursele sistemului informatic. Clasificarea sistemelor informatice



Curs 2	Resurse, motivații și avantaje ale implementării unui sistem ERP	2
Curs 3	Sisteme informatice integrate de afaceri ERP Noțiuni generale. Notiunea de sistem ERP. Clasificarea sistemelor ERP. Metode de structurare și de utilizare a soluțiilor ERP	10
Curs 4	CRM (CustomerRelationship Management). Acoperirea celor 4 componente de business. (Operațiuni de Front-Office, Operațiuni de Back-Office, Managementul relațiilor de business, Analiza)	4
Curs 5	Implementarea unui ERP – structura unui proiect, strategii și metodologii de implementare. Rolul consultanței în succesul unui proiect ERP	4
Curs 6	Studii de caz: 1. Domeniul bancar 2. Domeniul retail 3. Domeniul de producție	4
Curs 7	Evoluții și tendințe pe piața aplicațiilor ERP din Romania	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Lab 1	Lucrul cu sistemul SAP / Versiuni ale SAP	1
Lab 2	Module SAP (FI, CO, MM, SD, PP, HR)	1
Lab 3	FI – Contabilitate financiara	2
Lab 4	CO – Contabilitatea costurilor (Controlling)	2
Lab 5	MM – Gestiunea materialelor	2
Lab 6	SD – Vanzari si distributie	2
Lab 7	PP – Planificarea productiei	2
Lab 8	Aplicarea și prezentarea cunoștințelor prin crearea unui proiect	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Curs 1 – Curs 7	Prezentarea online orală și multimedia, dezbaterea, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz.	28
Laborator 1 – Laborator 11	<ul style="list-style-type: none">• experimentul pe calculator;• exercițiul pe calculator;• efectuarea de exerciții și aplicații;• întrebări de judecată profesională;• conversația;• reflecția personală;• prelegerea participativă.	12
Laborator 12	<ul style="list-style-type: none">• proiectul;• dezbaterea;• explorarea realității;• reflecția personală.	2

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Hurbean, L., Fotache, D., Păvăloaia, D., Dospinescu, O., Platforme integrate pentru afaceri. ERP, Editura Economica, București, 2013
	Fotache D., Hurbean L., Dospinescu O., Păvăloaia V.D., "Procese organizaționale și integrare informațională: Enterprise ResourcePlanning", Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2010
	Eduard Stoica, "Mod de utilizare Social Media în afacerile electronice", Editura Universității Lucian Blaga din Sibiu, 2013
	Eduard Stoica, "Cercetări privind utilizarea Social Media pentru creșterea IQ-ului digital al companiilor, Editura Universității Lucian Blaga din Sibiu, 2015
	Monk, E., Wagner, B., Concepts in Enterprise Resource Planning, Thompson Course Technology, 2006



	Kumar Srinivasan, Sridhar Srinivasan, SAP Business Planning and Consolidation, ISBN-13: 9781493212064, 2015
	Soham Ray, Sisteme Enterprise Resource Planning (ERP), Editura: Rheinwerk Verlag GmbH, ISBN-13: 9781493213276, 2016
	Razvan Bologa, Ana Ramona Lupu, Sisteme Enterprise Resource Planning (ERP). Elemente introductive, Editura ASE, 2012
	https://open.sap.com
Referințe bibliografice suplimentare	http://www.senioreerp.ro/descopera-4-metode-simple-de-crestere-a-vanzarilor-cu-un-CRM

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

- Prin însușirea conceptelor teoretico-metodologice și abordarea aspectelor practice incluse în disciplina Sisteme informatice financiar-bancare, studenții dobândesc un bagaj de cunoștințe consistent și dezvoltarea unei gândiri și a unui limbaj care să le permită comunicarea cu profesioniștii din companii
- Cursul există în programa de studii a universităților și facultăților de profil din România
- Conținutul cursului este foarte bine apreciat de către companiile care au ca și angajați absolvenți ai acestui curs

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea conceptelor și principiilor sistemelor informatice financiar-bancare predate la curs	Evaluare online	60%	CEF
Seminar/ Laborator	Elaborarea și susținerea proiectului final	Se evaluează online corectitudinea și completitudinea modului de rezolvare, respectiv argumentarea în momentul susținerii proiectului final.	30%	CPE
	Test și teme laborator	Se înregistrează frecvența și interacțiunea la orele de laborator, precum și corectitudinea rezolvării studiilor de caz / lucrărilor aplicative.	10%	nCPE
Standard minim de performanță				



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Activități aplicative

- participare activă la laboratorul online;
- realizarea unui proiect coerent, documentat și funcțional care să cuprindă în totalitate (100%) cerințele de întocmire;
- prezentarea proiectului cu scopul de a demonstra stăpânirea conținutului și calitatea de autor;
- o bună cunoaștere a terminologiei, a principiilor și instrumentelor de lucru specifice disciplinei;
- utilizarea logică și creativă a noțiunilor predate în cadrul disciplinei.

Proiect

(condiționează participarea la examen) - *obținerea minim a notei 5 la evaluarea proiectului.*

Cerințe minime pentru nota 5	Cerințe pentru nota 10
<ul style="list-style-type: none">• Interes constant manifestat pentru însușirea disciplinei;• Cunoașterea elementelor fundamentale specifice domeniului;• Utilizarea unor aplicații simple din domeniul disciplinei;• Obținerea minim a notei 5 la examenul oral;• Să realizeze singur 60% din cerințele de întocmire a proiectului de disciplină.	<ul style="list-style-type: none">• Participare online activă la curs-laborator;• Realizarea unui proiect coerent, documentat și funcțional care să cuprindă în totalitate (100%) cerințele de întocmire;• Prezentarea proiectului demonstrând stăpânirea conținutului și calitatea de autor;• bună cunoaștere a terminologiei, a principiilor și instrumentelor de lucru specifice disciplinei.• Utilizarea logică și creativă a noțiunilor predate în cadrul disciplinei.

(* **Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.**

(**) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 25.09.2020

Data avizării în Departament: 28.09.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf. univ. dr. Eduard Stoica	
Titular seminar/laborator	Roxana Roșu	
Director de departament	Lect. univ. dr. Diana Mihaiu	

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	de Științe Economice
Departamentul	Management, Marketing, Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor (ECTS)

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	TEHNICI COMERCIALE			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	III	I	5
Tipul de evaluare	Categoria formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
V	DD			
Titular activități curs	Prof. univ. dr. Lucian Aron Belășcu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Alma Pentescu			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	2	-	-	4
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (<i>NOAD_{sem}</i>)
28	28	-	-	56

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual	Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	28
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
Tutoriat:	0
Examinări:	1
Total ore alocate studiului individual (<i>NOSI_{sem}</i>)	69
Total ore pe semestru (<i>NOAD_{sem}</i> + <i>NOSI_{sem}</i>) = nr. credite x 25	125

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing; • Economia comerțului.
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> • Noțiuni de bază despre segmentare, alegerea piețelor țintă și poziționarea în cadrul acestora; mix-ul de marketing;



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<ul style="list-style-type: none">• Noțiuni de bază despre modalitățile de organizare a activității comerciale, precum și a motivațiilor de la baza acestor decizii.
--	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Laptop sau smartphone cu acces la internet
De desfășurare a sem/lab/pr	Laptop cu acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea, înțelegerea și corecta utilizare a conceptelor specifice activității comerciale;• Documentarea, analizarea și interpretarea datelor și informațiilor obținute din literatura de specialitate în domeniu (inclusiv într-o limbă străină), respectiv din contexte profesionale reale, pentru formularea de argumente, decizii și demersuri concrete;• Capacitatea de înțelegere și susținere argumentată a intereselor activității pe care o reprezintă în relațiile cu oameni de afaceri, clienți și alte categorii de factori implicați direct sau indirect în domeniul comerțului;• Aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de vânzare.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de evaluare, analiză și rezolvare, într-un mod eficient, a situațiilor economice concrete de la locul de muncă, în domeniul comerțului;• Capacitatea de integrare și adaptare la exigențele profesionale ale instituțiilor și organizațiilor internaționale și de lucru în echipă;• 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)

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Dezvoltarea tehnicilor de muncă intelectuală și a deprinderilor de acțiune practică în vederea asimilării continue a cunoștințelor comerciale;• Cunoașterea și corecta utilizare a conceptelor specifice activității comerciale;• Capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Dobândirea capacității de a utiliza corect conceptele specifice comerțului;• Înțelegerea fenomenelor și proceselor comerciale, precum și a factorilor care le influențează;• Înțelegerea modalităților de organizare a spațiilor de vânzare, precum și a motivațiilor de la baza acestor decizii.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Elemente conceptuale privind vânzarea (1): procesul de negociere comercială; caracteristici și tipuri ale negocierii comerciale	2 ore
Curs 2	Elemente conceptuale privind vânzarea (2): factorii care influențează derularea negocierii comerciale; tipologia negociatorului comercial	2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 3 & 4	Planificarea și dezvoltarea unei strategii de vânzare	4 ore
Curs 5	Monitorizarea și feedback-ul strategiilor de vânzare	2 ore
Curs 6	Tipologia strategiilor de vânzare	2 ore
Curs 7	Procesul de vânzare	2 ore
Curs 8	Metode de vânzare	2 ore
Curs 9 & 10	Tehnici de vânzare	4 ore
Curs 11	Necesitatea adoptării principiilor de etică în procesul de vânzare	2 ore
Curs 12	Legislația cu incidență asupra managementului vânzării	2 ore
Curs 13	Tehnici comerciale specifice magazinelor cu predominanță alimentară	2 ore
Curs 14	Tehnici comerciale specifice magazinelor specializate	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Importanța diferențierii în comerț; Cerințe seminar	2 ore
Sem 2	Forme de vânzare - recapitulare	2 ore
Sem 3	Amenajarea unui punct de vânzare (1): designul	2 ore
Sem 4	Amenajarea unui punct de vânzare (2): amenajarea spațiului	2 ore
Sem 5	Amenajarea unui punct de vânzare (3): prezentarea mărfurilor	2 ore
Sem 6	Marketingul senzorial	4 ore
Sem 7	Comportamentul consumatorului și tendințe în comerțul cu amănuntul	4 ore
Sem 8	Tehnici comerciale adresate copiilor	2 ore
Sem 9	Tehnici comerciale specifice târgurilor și expozițiilor	2 ore
Sem 10	Tehnici comerciale specifice magazinelor din cadrul muzeelor și a altor instituții culturale	2 ore
Sem 11	Reducerea prețurilor – instrument de atragere a clienților	2 ore
Sem 12	Aspecte practice privind diferențierea față de concurență – invitat extern	2 ore
Total ore seminar/laborator		28

Metode de predare

Prelegerea, conversația, explicația, studiul de caz

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Adăscăliței V. – <i>Tehnici comerciale moderne - marketingul spațiilor de vânzare</i> , ed. Uranus, București, 2006
	• Berman Barry, Evan Joel R., Chatterje Patrali – <i>Retail management. A strategic approach</i> , 13 th Edition, Global Edition, Pearson, 2018
Referințe bibliografice suplimentare	• Lindstrom M. – <i>Buyology: adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm</i> , ed. Publica, București, 2011
	• Locker P. – <i>Basics Interior Design. Exhibition Design</i> , AVA Publishing, 2011
	• Mesher L. – <i>Basics Interior Design. Retail Design</i> , AVA Publishing, 2010
	• Mouton D., Paris G. – <i>Practica merchandisingului: Spațiul de vânzare. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare</i> , ed. Polirom, Iași, 2009
• Ristea A. L., Tudose C., Ioan-Franc V. – <i>Tehnologie comercială</i> , ed. Expert, București, 1999	



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

Studiile de caz și aplicațiile practice utilizate reflectă aspecte de specificitate ale activității comerciale, atât la nivel internațional, cât și național. Conținutul disciplinei se actualizează în permanență, în concordanță cu noutățile din domeniu.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea conținutului suportului de curs	Examen scris on-line	50%	CEF
	Cunoașterea principalelor aspecte discutate în timpul cursurilor și seminariilor			CEF
Seminar/ Laborator	Abilitatea de documentare (inclusiv într-o limbă străină), capacitatea de analiză și sinteză, însușirea și corecta utilizare a unui vocabular de specialitate	Evaluare orală continuă, teme	20%	CEF
	Aplicarea corectă a cunoștințelor dobândite	Proiect (în echipă) prezentat on-line	30%	CEF
Standard minim de performanță				
<ul style="list-style-type: none"> • însușirea vocabularului specific disciplinei; • înțelegerea conceptelor fundamentale; • realizarea proiectului și susținerea parțialului. 				

(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(**) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 28/09/2020

28.09.2020

Data avizării în Departament:.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof. univ. dr. Lucian Aron Belașcu	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Alma Pentescu	
Director de departament	Conf. univ. dr. Camelia Budac	



FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Licență zi, 3 ani
Specializarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Tehnologie hotelieră și de restaurant			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DS	Ob	III	I	5
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activității curs	Conf. univ. dr. Virgil Nicula			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Roxana Popșa			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	2			4
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
28	28			56

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		18
Tutoriat:		6
Examinări:		5
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		69
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem}) = nr. credite x 25		125

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"> Economia turismului, Economia serviciilor, Management în comerț, turism și servicii, Marketing în comerț, turism și servicii
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> abilități de cunoaștere și interpretare interdisciplinară



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">• computer, ecran și videoproiector, curs în PowerPoint, cu imagini și grafice adecvate temei, CD-uri și DVD-uri cu filme documentare tematice
De desfășurare a sem/lab/pr	<ul style="list-style-type: none">• videoproiector, CD-DVD tematice

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• identificarea de termeni, relații, procese, perceperea unor relații și conexiuni• definirea și utilizarea corectă a termenilor de specialitate• definirea unor concepte privind cererea și oferta de servicii turistice, cunoștințe generale de bază, precum și necesare profesiei• generalizarea, particularizarea, integrarea cunoștințelor de tehnica operațiilor de turism în domeniul de activitate;• descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului consumatorilor;• capacitatea de analiză și sinteză a situațiilor specifice unităților de turism;• culegerea, prelucrarea și analiza datelor economice necesare administrării afacerilor în structurile de primire cu funcțiune de cazare și alimentație;• capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite;• abilități de cercetare, creativitate, capacitatea de a soluționa probleme legate de tehnologia hotelieră și de restaurant;• cercetarea mediului de afaceri pentru fundamentarea deciziei de afaceri;• negocierea clauzelor contractuale și gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii în cadrul structurilor de primire cu funcțiune de cazare și alimentație;• implementarea strategiilor de dezvoltare a afacerilor în structurile de primire cu funcțiune de cazare și alimentație, identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor;• asistență în managementul resurselor umane, rezolvarea de probleme, situații, studii de caz specifice resurselor umane: recrutare, selecție, motivare, salarizare, orarul de muncă, formare;• implementarea sistemelor de management al calității, de mediu și siguranța alimentelor în cadrul firmelor din industria ospitalității.
-------------------------	---



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;• dezvoltarea abilităților de lucru în echipă, a colaborării și interacțiunii cu colegii în vederea realizării unor proiecte de complexitate crescută;• cultivarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul turistic și față de importanța socială a profesiei• cultivarea unui sistem de valori culturale, morale și civice care să permită valorificarea creativă a propriului potențial tehnic și științific și implicarea în dezvoltarea propriei personalități;• promovarea spiritului creativ și inovator prin antrenarea studenților în activități de cercetare, angajarea în relații de parteneriat cu persoane sau instituții și participarea conștientă la propria dezvoltare profesională.
-------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• dobândirea capacității de a utiliza corect conceptele specifice domeniului gestiunii hoteliere și restaurației
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• organizarea unui sistem propriu de valori cu logică internă adecvat disciplinei de studiu;• operarea cu metodele, tehnicile și procedeele fundamentale proprii în domeniul tehnologiei hoteliere și de restaurație

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Oferta structurilor de primire cu funcțiune de cazare turistică și a unităților de alimentație pentru turism; tipuri de structuri de primire cu funcțiuni de cazare turistică	2 ore
Curs 2	Oferta structurilor de primire cu funcțiune de cazare turistică și a unităților de alimentație pentru turism; tipuri de unități de alimentație pentru turism	2 ore
Curs 3	Formele de exploatație. Lanțurile hoteliere: hotelurile tip exploatație individuală	2 ore
Curs 4	Formele de exploatație. Lanțurile hoteliere voluntare și integrate	2 ore
Curs 5	Formele de exploatație. Lanțurile hoteliere: contractul de management hotelier, franciza hotelieră	2 ore
Curs 6	Organizarea și exploatarea departamentelor operaționale: structura organizatorică a hotelului; serviciul front-office; serviciul de etaj; bucătăria, alte servicii	2 ore
Curs 7	Servirea consumatorilor. Particularitățile alimentației rapide; amenajarea (fluxul) unităților de alimentație; personalul de conducere și execuție din unitățile de alimentație	2 ore
Curs 8	Servirea consumatorilor. Preferințele culinare ale turiștilor; organizarea și	2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	efectuarea serviciilor la acțiunile de protocol.	
Curs 9	Evidența tehnico-operativă specifică activității de alimentație; comercializarea și promovarea restaurantului	2 ore
Curs 10	Comercializarea serviciilor hoteliere: comportamentul personalului; stabilirea prețurilor și tarifelor	2 ore
Curs 11	Comercializarea serviciilor hoteliere: serviciul marketing-vânzări; funcția comercială a lanțurilor hoteliere	2 ore
Curs 12	Comercializarea serviciilor hoteliere: sistemele de rezervare; mijloacele de plată	2 ore
Curs 13	Gestiunea economico-financiară a activității hoteliere: organizarea departamentului administrativ și financiar	2 ore
Curs 14	Gestiunea economico-financiară a activității hoteliere: principalii indicatori de gestiune	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Considerații generale privind tehnologia hotelieră și de restaurant; tipuri de structuri de primire cu funcțiuni de cazare turistică (analiză, dezbateri).	2 ore
Sem 2	Considerații generale privind tehnologia hotelieră și de restaurant: tipuri de unități de alimentație (analiză, dezbateri)	2 ore
Sem 3	Capacitățile de cazare în industria hotelieră - <i>Indicatori ai activității de cazare (aplicații practice)</i>	4 ore
Sem 4	<i>Indicatorii de eficiență economică specifici activității de cazare (aplicații practice)</i>	2 ore
Sem 5	<i>Determinarea coeficientului de utilizare a capacității de cazare a unei stațiuni (aplicații practice)</i>	2 ore
Sem 6	Tehnici de stabilire a prețului serviciilor hoteliere - <i>Determinarea tarifului mediu pe cameră utilizând formula lui Hubbart (aplicații practice)</i>	2 ore
Sem 7	<i>Determinarea tarifului pentru camera single și a tarifului pentru camera double (aplicații practice)</i>	2 ore
Sem 8	<i>Determinarea tarifului pe cameră prin metoda costurilor (aplicații practice); Încasarea medie pe cameră disponibilă (RevPar) și Tariful mediu pe cameră utilizată (ARR)</i>	4 ore
Sem 9	Principalele compartimente ale hotelului <i>Calculul mediei aritmetice pentru capacitatea de cazare; Calculul medianei privind categoria de confort a unităților de primire.</i> Teste grilă de autoevaluare	2 ore
Sem 10	Planificarea strategică a veniturilor din exploatarea bazei materiale a unei unități de cazare (aplicații practice)	2 ore
Sem 11	Serviciile prestate în unitățile de alimentație <i>Indicatorii de management în alimentație (aplicații practice)</i> Teste grilă de autoevaluare	2 ore
Sem 12	Prezentare referat tematic "Planificarea strategică a veniturilor din exploatarea bazei materiale proprii la hotelul....."	2 ore
Total ore seminar/laborator		28

Metode de predare

expunerea, conversația euristică, problematizarea	aplicații practice	dezbateri
---	--------------------	-----------



Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Cărămidă C., Brandul Ospitalității, Ed. Brandmark, 2011
	• Cojocariu S. și alții, Manualul directorului de hotel, Ed. THR-CG, București, 2004
	• Lupu N., Hotelul-Economie și management, Ediția a VI-a, Ed. C.H.Beck, București, 2010
	• Micu Cristina, Stănciulescu Gabriela, Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație, Ed. CH Beck, 2012
	• Mihail Adriana Gabriela (coordonator), Tehnologie hotelieră (Housekeeping), Ed. Gemma-Print, București, 2002
	• Stănciulescu, Daniela-Anca (coord.), Tehnologie hotelieră (Front Office), Ed. Gemma-Print, București, 2002
	• Nicula V., Gestiune hotelieră, Ed. Alma Mater, Sibiu, 2003
	• Stavrositu S., Managementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri, Polirom, 2014
Referințe bibliografice suplimentare	• Niță V., Butnaru Gina Ionela, Gestiune hotelieră- Ed. Tehnopress, Iași, 2005
	• Rondeli, V., Cojocariu, S., Managementul calității serviciilor din turism și industria ospitalității, Ed. THR, București, 2004
	• Stănciulescu G., Ababei D., Tala M., Talpeș A., Lungu C., Evaluarea întreprinderii hoteliere. Oferta hotelieră mondială, Ed. Uranus, București, 2003
	• Stănciulescu Gabriela, Micu Cristina, Economie și gestiune în turism. Probleme, proiecte și studii de caz, Ed. CH Beck, 2009
	• Sztruten Gina Gilet, Eco-management hotelier - Premisă a performanței în industria hotelieră, Ed. Univeristară, București, 2011

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	- cunoașterea terminologiei utilizate - însușirea problematicei tratate la curs - capacitatea de utilizare adecvată și corectă a noțiunilor	Examen scris cu rezolvare pe loc – tip chestionar (grilă, cu răspunsuri scurte);	50%	CPE
Seminar	Proiect de seminar	Prezentare proiect online	15%	CEF
	Activități în cadrul seminarului online	Evaluare pe parcurs a activității de la seminar / rezolvare aplicații / teme	35%	CEF
Standard minim de performanță				



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

- evaluarea activității din timpul semestrului (prezența la cursuri și seminarii, participarea la dezbateri) și cunoștințe de bază în tematica disciplinei la evaluarea finală (însușirea vocabularului specific disciplinei);
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu; înțelegerea conceptelor fundamentale.

(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(**) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 25.09.2020

Data avizării în Departament: 28.09.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf. univ. dr. Virgil Nicula	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Roxana Popșa	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	