



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	Master zi, 2 ani
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Turismul și sectorul public				
Denumirea disciplinei	Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul
	DO	Ob	I	I
Număr de credite	8			
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC-complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Conf. univ.dr. Virgil NICULA			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf. univ.dr. Virgil NICULA			

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		50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		38
Tutoriat:		15
Examinări:		15
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		158
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none">noțiuni de bază din disciplinele studiate la ciclul de licență
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">• capacitatea de sinteză, evaluare și anticipare a proceselor și fenomenelor ce au loc la nivelul organizațiilor, în condițiile evoluțiilor și tendințelor ce se înregistrează la nivelul mediului global de afaceri;• capacitatea de investigare și analiză critică prin utilizarea metodelor specifice de cercetare a proceselor și fenomenelor economico-sociale la nivelul organizațiilor care operează în domeniul turismului și sectorului public;• capacitatea de sinteză și evaluare a proceselor și fenomenelor turistice care au loc și se manifestă la nivelul organizațiilor, în condițiile evoluțiilor și tendințelor ce se înregistrează la nivelul sectorului public;• capacitatea de a lucra în echipe interdisciplinare, diverse și multiculturală în fundamentarea și aplicarea strategiilor de afaceri în turism și sectorul public;• capacitatea de identificare a oportunităților și riscurilor în afaceri internaționale: culegerea, analiza și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, din diverse surse alternative, pentru formularea de argumente, decizii și demersuri concrete;• participarea la fundamentarea de studii de fezabilitate și fezabilitate a investițiilor pentru afaceri necesare, reale, legale și eficiente, precum și a planurilor, programelor și procedurilor de îndeplinire în timp real;• fundamentarea de studii și analize, oportunități tehnico-economice, organizatorice și de eficiență a activităților pe care statul le desfășoară în domeniul turismului;• capacitatea de a evalua problemele complexe și de a comunica în mod demonstrat rezultatele propriilor evaluări; administrării afacerilor și capacitatea de a comunica și demonstra soluțiile alese;• 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 turismului;• fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea și diversificarea mediului de afaceri, rolul parteneriatelor public – privat în domeniul turismului; fundamentarea planului de afaceri, a strategiilor, a procedurilor de îndeplinire, precum și identificarea și aplicarea măsurilor de corecție în scopul realizării în cele mai bune condiții a obiectivelor previzionate;
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• acceptarea și promovarea relațiilor centrate pe valori și principii ale dezvoltării durabile a turismului;• formarea capacității de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea în activitatea de turism și servicii;• formarea abilității de a colabora cu specialiștii din alte domenii complementare; promovarea eticii în turism pe baza Codului Global de Etică în Turism;• executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată: respectarea unui program de lucru și realizarea atribuțiilor proprii cu profesionalism și rigoare;• familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate.• 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 științifică, angajarea în relații de parteneriat cu alte 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 organizării activității de turism la nivel național, cunoașterea și însușirea rolului organismelor publice centrale și locale în dezvoltarea și promovarea turismului, a strategiilor de dezvoltare a turismului la nivel național și regional
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• dobândirea capacității de a utiliza corect conceptele specifice domeniului turismului și sectorului public;• operarea cu metodele, tehnicile și procedeele fundamentale proprii abordării turismului și sectorului public• capacitatea de organizare și planificare a activităților de turism (cunoașterea metodologiei de elaborare a unei strategii de dezvoltare a turismului la nivel de localitate, stațiune, județ, regiune de dezvoltare)



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<ul style="list-style-type: none">fundamentarea necesității de reorganizare și perfecționare a managementului turismului și argumentarea direcțiilor de eficientizare a turismului românesc.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Rolul statului în organizarea activității turistice	2 ore
Curs 2	Organizarea și funcționarea Autorității Naționale pentru Turism, aflată în subordinea Ministerului Economiei și în coordonarea ministrului delegat pentru întreprinderi mici și mijlocii, mediul de afaceri și turism.	2 ore
Curs 3	Elaborarea strategiei de dezvoltare a turismului la nivel național (Master Planul privind dezvoltarea turismului în perioada 2014-2026)	2 ore
Curs 4	Elaborarea strategiei de dezvoltare a turismului la nivelul fiecărei regiuni	2 ore
Curs 5	Fundamentarea politicii și strategiei de dezvoltare a turismului	2 ore
Curs 6	Dezvoltarea regională a turismului	2 ore
Curs 7	Planificarea și gestionarea activităților de turism la nivel local și regional.	2 ore
Curs 8	Rolul parteneriatelor public – privat în dezvoltarea turismului	2 ore
Curs 9	Modernizarea și dezvoltarea turismului românesc.	2 ore
Curs 10	Crearea unei oferte turistice competitive pe piața internă și externă	2 ore
Curs 11	Integrarea turismului românesc în tendințele europene	2 ore
Curs 12	Integrarea turismului românesc în tendințele mondiale	2 ore
Curs 13	Rolul statului în promovarea turismului intern și internațional	2 ore
Curs 14	Rolul asociațiilor profesionale din turism în promovarea turismului intern și internațional	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Rolul statului în organizarea activității turistice. Organizarea și funcționarea Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului	1 oră
Sem 2	Direcțiile de relansare și dezvoltare a turismului (Master Planul de Dezvoltare a Turismului în România în perioada 2014 – 2026).	1 oră
Sem 3	Direcții generale de relansare și dezvoltare a turismului (Turism montan; Revitalizarea ofertei balneo-turistice; Turism cultural; Turism de litoral; Ecoturismul; Turismul rural și agroturismul)	1 oră
Sem 4	Dezvoltarea regională a turismului. Planificarea și gestionarea activităților de turism la nivel local și regional.	1 oră
Sem 5	Rolul Consiliilor județene și consiliilor locale în dezvoltarea și promovarea activităților turistice.	1 oră
Sem 6	Caracterizarea stării actuale a turismului românesc.	1 oră
Sem 7	Percepția ofertei turistice românești pe piețele externe	1 oră
Sem 8	Cooperarea turistică în cadrul Uniunii Europene Contribuția turismului la promovarea identității europene	1 oră
Sem 9	Impactul introducerii EURO asupra turismului în Uniunea Europeană	1 oră
Sem 10	Corelarea politicii în domeniul turismului cu politicile la nivel național	1 oră
Sem 11	Rolul parteneriatelor public – privat în dezvoltarea turismului	1 oră
Sem 12	Rolul statului și asociațiilor profesionale din turism în promovarea turismului intern și internațional. Studiu de caz: Asociația Națională a Agențiilor de Turism	1 oră



Sem 13	Rolul statului si asociațiilor profesionale din turism în promovarea turismului intern și internațional. Studiu de caz: Asociația Hotelierilor din România, Federația Patronatelor din Turism	1 oră
Sem 14	Rolul administrației publice locale în derularea proiectelor europene privind dezvoltarea turismului. Studiu de caz: Sibiu, regiune gastronomică europeană în 2019	1 oră
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

expunerea, conversația euristică, problematizarea, prezentări PowerPoint	studii de caz	dezbateri
--------------------------------------------------------------------------	---------------	-----------

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Gheorghilaș A., <i>Geografia turismului - Metode de analiza in turism</i> , Ed. Universitară. 2011
	• Glăvan V., Neacșu N., Baron P., Neacșu Monica. <i>Geografia și Economia Turismului</i> , Ed. ProUniversitaria, București, 2011
	• Gogu Emilia, <i>Statistica în turism și comerț</i> , Ed. Oscar Print, 2011
	• Neacșu N., Băltărețu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, <i>Resurse și destinații turistice - interne și internaționale</i> . Ediția a II-a, Ed. Universitară, 2011
	• Nicula, V., <i>Tehnica operațiunilor de turism</i> , Ed. ULB Sibiu, 2015
	• Nicula V., <i>Turismul din perspectiva secolului XXI</i> , Ed. Continent, Sibiu-București, 2003
	• Stănciulescu Gabriela, State Olimpia, <i>Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional</i> , Ed. CH Beck, 2012
Referințe bibliografice suplimentare	• Glăvan V., <i>Potențialul turistic și valorificarea sa</i> , Ed. Fundației România de Măine, București, 2006
	• Nicula, V., <i>How sustainable are the first signs of European tourism recovery?, Volumul The Economic World Destiny: Crisis and Globalization?</i> , IECS 2010, Sibiu, 2010;
	• Nicula, V., <i>The Current Economic Crisis and the Tourism</i> , Volumul The 16 th International Economic Conference - IECS 2009 „Industrial Revolution and Globalization and post -Globalization Perspective”, Sibiu, 2009
	• Niculescu, G., Robantu, C., <i>Promovarea strategiilor de dezvoltare in turism</i> , Ed. Academica Brancusi, Târgu Jiu, 2005
	• ***, <i>Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului - Master Planul de dezvoltare a turismului, Strategia de dezvoltare a turismului - 2014-2026</i>
• Băltărețu Andreea, <i>Evoluții și tendințe în turismul internațional - aspecte teoretice și practice</i> , Ed. ProUniversitaria, 2009	

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.**
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	--------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs	- cunoașterea terminologiei utilizate - însușirea problematicei tratate la curs - capacitatea de utilizare adecvată și corectă a noțiunilor	Examen scris cu rezolvarea temei/subiectului în termen de maxim 7 zile	50%	CPE
Seminar	Proiect de seminar	Prezentare proiect online	20%	CEF
	Activități în cadrul seminarului online	Evaluare pe parcurs a activității de la seminar / rezolvare studii de caz / teme	30%	CEF
Standard minim de performanță				
- 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: 28.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf. univ.dr. Virgil NICULA	
Titular seminar/laborator	Conf. univ.dr. Virgil NICULA	
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	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	VALORIFICAREA TURISTICĂ A PATRIMONIULUI CULTURAL			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
		I	I	8
Tipul de evaluare: E	Categoría formativă a disciplinei: DO			
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Doris-Louise Popescu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Doris-Louise Popescu			

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		60
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		40
Tutoriat:		6
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		158
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Nu este cazul.
Competențe	Nu este cazul.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	- laptop/tableta; webcam, conexiune internet.
De desfășurare a sem/lab/pr	- laptop/tableta; webcam; conexiune internet.



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea patrimoniului cultural;• Valorificarea turistică a patrimoniului cultural;• Organizarea de manifestări culturale;• Coordonarea și sprijinul acordat diferitelor inițiative ale actorilor locali;• Conceperea, dezvoltarea și punerea în practică a unor proiecte centrate pe turism cultural.
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)

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Cunoașterea principalelor elemente și coordonate legate de valorificarea turistică a patrimoniului cultural.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Înțelegerea și corecta aplicare a conceptelor fundamentale din domeniile vizate (patrimoniul, turism)• Cunoașterea și înțelegerea principalelor inițiative de valorificare turistică a patrimoniului cultural (la nivel național și mondial)• Dezvoltarea de competențe tehnice (conceperea/punerea în aplicare a unui proiect de dezvoltare turistică și culturală).

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Turism. Cultură. Patrimoniul. Delimitări conceptuale.	2
Curs 2	Patrimoniul cultural. Abordări teoretice și practice.	2
Curs 3	Turismul cultural ca motor de dezvoltare economică.	2
Curs 4	Marketingul patrimoniului cultural.	4
Curs 5	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural. Actori. Resurse. Teritorii.	2
Curs 6	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural. Strategii și politici.	2
Curs 7	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural tangibil.	4
Curs 8	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural intangibil.	4
Curs 9	Valorificarea turistică a patrimoniului natural și digital.	2
Curs 10	Rolul noilor tehnologii în valorificarea turistică a patrimoniului cultural (realitatea virtuală).	4
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Patrimoniul cultural/Turismul cultural. Potențial economic.	2
Sem 2	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural. Monumente și situri. Studii de caz.	2
Sem 3	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural. Muzee. Studii de caz.	2
Sem 4	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural. Festivaluri. Studii de caz.	2
Sem 5	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural industrial. Studii de caz.	2



Sem 6	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural comunist. Studii de caz.	2
Sem 7	Valorificarea turistică a patrimoniului cultural și realitatea virtuală	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Expunerea, prelegerea, problematizarea, descrierea, comparația, explicația (suport powerpoint).

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> Borowiecki, Jan Karol, Forbes, Neil, Fresa, Antonella (ed.) (2016), Cultural Heritage in a Changing World, Springer Open. Dallen, Timothy J. (2016), Cultural Heritage and Tourism, Channel View Publications. Zaharia, Valentina (2016), Marketing turistic. Note de curs, Editura Universitară, București.
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> Busuioc, Marian-Florin (2009), Strategii de dezvoltare și promovare a turismului cultural în România, Editura Universitară, București. Cătoi, Iacob, Balaure, Virgil, Vegheș, Călin (2005), Marketing turistic, Editura Uranus, București. Cocean, P., (2007), Turismul cultural, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj Napoca.

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	Pondere în nota finală	Obs.**
Curs	<ul style="list-style-type: none"> cunoașterea și folosirea corectă a noțiunilor și conceptelor studiate; răspunsul corect la întrebări cu grad mediu/ridicat de dificultate, bazate pe corelații și conexiuni; parcurea atât a bibliografiei obligatorii, cât și a celei suplimentare, recomandate la cursuri; utilizarea un limbaj de specialitate complex, a unui discurs coerent, logic, sintetic, argumentat și original. 	Examen final	40%	CEF



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none">cunoașterea și folosirea corectă a noțiunilor și conceptelor studiate;parcurgerea atât bibliografiei obligatorii, cât și a celei suplimentare, recomandate la cursuri;capacitatea de a lucra în echipă	Teme Examen parțial Proiect individual	20% 20% 20%	CPE/CEF CPE/CEF CPE/CEF
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------	-------------------	-------------------------------

Standard minim de performanță

- Studentul cunoaște o serie de aspecte fundamentale legate de turism cultural, marketing cultural, patrimoniu cultural;
- Studentul definește corect conceptele;
- Studentul încadrează în context informațiile diseminate;
- Studentul utilizează limbaj de specialitate;
- Studentul dovedește cunoașterea bibliografiei recomandate.

(*) 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: 29.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Lect. univ. dr. Doris-Louise Popescu	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Doris-Louise Popescu	
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 și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Administrarea Afacerilor în Turism și Servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Analiza deciziilor strategice			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
		I	I	7
Tipul de evaluare	Categororia formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
	DD			
Titular activități curs	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana			

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		40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		35
Tutoriat:		8
Examinări:		10
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		133
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Economie, statistică și matematică
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	• Sală cu videoprojector și calculatoare cu acces la internet
---------------------------	---------------------------------------------------------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr • Sală cu videoproiector și calculatoare cu acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• C1 - Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său• C1.2 - Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice firmei de turism-servicii, în condițiile percepției corecte a mutațiilor care au loc la nivelul mediului global de afaceri• C1.3 - Aplicarea de modele și instrumente de analiză, evaluare și previziune pentru identificarea factorilor (interni și externi) care influențează dinamica proceselor ce se derulează în cadrul firmei și a impactului acestora• C1.4 - Fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate la nivelul firmei de turism/servicii• C1.5 - Analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul organizației de turism/servicii, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• CT2 - Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și autocondusă și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Scopul acestui curs este de a introduce un set de metode de structurare și analiză a problemelor de luare a deciziilor și de a demonstra utilitatea acestor metode în situații practice. Situațiile care implică obiective multiple și/sau conflictuale sunt abordate prin modele de analiză multi-criterială a deciziilor, în timp ce situațiile contradictorii sunt abordate din prisma teoriei jocurilor.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Principalul obiectiv al cursului este de a arăta cum o combinație consecventă și realistă de date și aprecieri poate ajuta factorii de decizie să își atingă mai bine obiectivele.• De asemenea, cursul este conceput pentru a spori capacitatea de decizie a studenților atunci când se confruntă cu alegeri strategice sau operaționale, dar și când selectează diferite oportunități de decizie și elaborează strategii și politici.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	1. Introducere în analiza deciziilor strategice	2 ore
Curs 2	2. Structurarea problemelor pentru analiza deciziilor	2 ore
Curs 3	3. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 1	2 ore
Curs 4	4. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 2	2 ore
Curs 5	5. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 3	2 ore
Curs 6	6. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – partea 1	2 ore
Curs 7	7. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – partea 2 – statistică bayesiană	4 ore
Curs 8	8. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – partea 3	4 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 9	9. Analiza datelor cu ajutorul soluțiilor software (IBM Watson Analytics / SPSS / EViews / Microsoft Excel)	6 ore
Curs 10	10. Concluzii	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	1. Introducere în analiza deciziilor strategice	2 ore
Sem 2	2. Structurarea problemelor pentru analiza deciziilor	2 ore
Sem 3	3. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 1	2 ore
Sem 4	4. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 2	2 ore
Sem 5	5. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine	2 ore
Sem 6	6. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – statistică bayesiană	2 ore
Sem 7	7. Analiza datelor cu ajutorul soluțiilor software	2 ore
Total ore seminar/laborator		14
Metode de predare		

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> • Ralph L. Keeney (1982) 'Decision Analysis: An Overview', Operations Research. INFORMS, 30(5), pp. 803–838. http://www.jstor.org.gate2.library.lse.ac.uk/stable/170347. • Ley-Borrás, R. (2015) 'Deciding on the Decision Situation to Analyze: The Critical First Step of a Decision Analysis', Decision Analysis, 12(1), pp. 46–58. doi: 10.1287/deca.2014.0308. • Keeney, Ralph L and Gregory (2005) 'Selecting Attributes to Measure the Achievement of Objectives.', Operations Research, 53(Issue 1, p1-11. 11p. 1 Diagram), pp. 1–11. doi: 10.1287/opre.1040.0158. • Ralph L. Keeney (2002) 'Common Mistakes in Making Value Trade-Offs', Operations Research. INFORMS, 50(6), pp. 935–945. http://www.jstor.org.gate2.library.lse.ac.uk/stable/3088614?seq=1#page_scan_tab_contents. • Pöyhönen, M., Vrolijk, H. and Hämäläinen, R. P. (2001) 'Behavioral and procedural consequences of structural variation in value trees', European Journal of Operational Research, 134(1), pp. 216–227. doi: 10.1016/S0377-2217(00)00255-1. • P, M. and J, C. (no date c) 'Decision Analysis for the Professional', Capitolul 2, 3 și 4, https://smartorg.com/wp-content/uploads/2011/08/Decision-Analysis-for-the-Professional.pdf. • Lawrence D. Phillips; Brian Everitt; David Howell (no date b) 'Bayesian belief networks.' https://moodle.lse.ac.uk/pluginfile.php/857856/mod_resource/content/0/Bayesian%20Belief%20Networks%20in%20ESBS%20Apr%2005.pdf. • Tversky, A. (no date) 'Judgment under uncertainty: Heuristics and biases', Science, 185(4157), pp. 1124–1131. http://science.sciencemag.org/content/185/4157/1124/tab-pdf.
-------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Referințe bibliografice suplimentare

- Belton, V. and Stewart, T. J. (2002) Multiple criteria decision analysis: an integrated approach. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Figueira, J., Greco, S. and Ehrgott, M. (2005) Multiple criteria decision analysis: state of the art surveys. New York: Springer.
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780387230818>.
- Bouyssou, D. (2006) Evaluation and decision models with multiple criteria: stepping stones for the analyst. New York: Springer Science+Business Media.
http://eu.alma.exlibrisgroup.com/view/action/uresolver.do?operation=resolveService&package_service_id=5158422920002021&institutionId=2021&customerId=2020.
- Eisenführ, F., Weber, M. and Langer, T. (no date) Rational decision making. Berlin [etc.]: Springer.
- Keeney, R. L. (1996) Value-focused thinking: a path to creative decisionmaking. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780674039407>.
- Keeney, R. L. and Raiffa, H. (1993) Decisions with Multiple Objectives: Preferences and Value Trade-Offs. Cambridge: Cambridge University Press.
<http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781139174084>.
- Goodwin, P. and Wright, G. (2004) Decision analysis for management judgment. 3rd ed. Chichester: Wiley.
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780470861097>.
- Clemen, R. T. and Reilly, T. (2014) Making hard decisions with DecisionTools. 3rd ed. Mason, OH: South-Western, Cengage Learning.
- Ishizaka, A. and Nemery, P. (2013) Multi-criteria decision analysis: methods and software. Chichester: Wiley-Blackwell.
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9781118644928>.
- Chateaufeuf, A.; Cohen, M. D. (2010). "Cardinal Extensions of the EU Model Based on the Choquet Integral". In Bouyssou, Denis; Dubois, Didier; Pirlot, Marc; Prade, Henri. Decision-making Process: Concepts and Methods. <https://doi.org/10.1002/9780470611876.ch10>
- Ferretti, Valentina and Liu, Jun and Mousseau, V and Ouerdane, W (2017) Reference-based ranking procedure for environmental decision making: insights from an ex-post analysis. Environmental Modelling and Software, 99. pp. 11-24. ISSN 1364-8152, <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2017.09.009>
- Bottero, M. and Ferretti, V. and Figueira, J. R. and Greco, S. and Roy, B. (2018) On the Choquet multiple criteria preference aggregation model: theoretical and practical insights from a real-world application. European Journal of Operational Research. ISSN 0377-2217, <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2018.04.022>
- Ciomek, Krzysztof and Ferretti, Valentina and Kadzinski, Milosz (2018) Predictive analytics and disused railways requalification: insights from a Post Factum Analysis perspective. Decision Support Systems, 105. pp. 34-51. ISSN 0167-9236, <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.10.010>



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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 metodelor și instrumentelor specifice în procesul de analiză a deciziilor	Examen	50%	CEF
Seminar/ Laborator	Proiect	Susținere	30%	nCPE CEF
	Activitate la seminar	Dezbateri	20%	nCPE CEF
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: 30.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana	
Titular seminar/laborator	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana	
Director de departament	Conf. Univ. Dr. Camelia Budac	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice**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	Master zi
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare managerială interculturală						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Lia BALTADOR						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Lia BALTADOR						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DA

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studii după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					60
Tutoriat					10
Examinări					5
Alte activități					15
3.7 Total ore studiu individual					133
3.9 Total ore pe semestru					175
3.10 Numărul de credite					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• nu e cazul
4.2 de competențe	• nu e cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• nu este cazul
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• nu este cazul



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CPI: Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizații</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificarea și descrierea fenomenelor în contextul economic globalizat • Eticheta de business în mediul economic internațional • Depășirea barierelor de comunicare în context intercultural • Competențe de cercetare, dezvoltate prin lecturi legate de contextul global și implicațiile fenomenului de globalizare în domeniul turistic, analiza raportelor și utilizarea bazelor de date ale instituțiilor internaționale
Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă:</p> <ul style="list-style-type: none"> • reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde corect și de a fi apreciat (motivație intrinsecă și extrinsecă) • capacitatea de a avea un comportament etic și de a promova valorile morale în cadrul organizației <p>CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <ul style="list-style-type: none"> • abilitatea de a colabora cu specialități din alte domenii – în definirea problemelor, identificarea și implementarea soluțiilor / deciziilor • capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea – și de a adopta abordarea contextuală a managementului <p>CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p> <ul style="list-style-type: none"> • implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina – participarea la olimpiade, concursuri și conferințe științifice studențești • cultivarea capacității de analiză a condițiilor actuale și viitoare de evoluție ale mediului intern și promovarea în acest fel a unui management orientat spre angajați

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea diferențelor culturale și implicațiile acestora în comunicarea cu membrii altor grupuri culturale, în contextul serviciilor turistice
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Formarea unei viziuni de ansamblu asupra principalelor teorii ale comunicării • Dezvoltarea abilității de adaptare a comunicării la diferite contexte culturale în prestarea serviciilor turistice

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Comunicare interculturală – rolul și semnificația în contextual turismului internațional	Expunere Dezbateri și rezolvări de probleme Studii de caz	2 ore
2. Delimitări conceptuale		2 ore
3. Satul global – riscuri și oportunități în turism		2 ore
4. Diferențe socio-ideologice și implicațiile acestora în mediul economic global. Incidența lor în turism		2 ore
5. Modele culturale și teorii ale comunicării (Iceberg, Hofstede, Trompenaars etc.)		4 ore
6. Comunicare verbal interculturală		2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

7. Comunicare non-verbală		2 ore
8. Bariere de comunicare		4 ore
9. Comunicare organizațională		2 ore
10. Standarde sociale și de business. Turism durabil, responsabilitate socială		2 ore
11. Doing Business in...		4 ore
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> Baltador, L., Budac C., Belascu L., Some intercultural considerations on corporate social responsibility – case study: Romania and Hofstede's cultural dimensions, Revista Economica, 65:1 (2013), http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/65113baltador&budac&belascu.pdf. Constantinescu-Stefanel, Ruxandra, Comunicarea interculturala de afaceri, editura ASE, 2010 Hearn, Niamh Frances Devine, Tom Baum, (2017) "The implications of contemporary cultural diversity for the hospitality curriculum", Education + Training, Vol. 49 Issue: 5, pp.350-363 Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, Culturi si organizații, Softul mental, editura Humanitas, 2012 McMahon, L. 2012. Cultural awareness training: the problem with dos and don'ts. English and Culture tutoring services. http://www.englishandculture.com/blog/bid/79068/Cultural-Awareness-TrainingThe-Problem-with-DOs-and-DON-Ts Popescu S., Comunicarea interculturala, Paradigma pentru managementul diversitatii, editura Institutul European, 2013 		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Întâlniri interculturale în mediul economic	Discuții Exerciții practice Dezbateri	2 ore
2. Competențe interculturale		2 ore
3. Variabile culturale și comunicarea		2 ore
4. Comunicarea Non – Verbal – exerciții și studii de caz		2 ore
5. Comunicare scrisă și evitarea conflictelor în comunicarea interculturală		2 ore
6. Evitarea barierelor de comunicare în context interculturale		2 ore
7. Șapte păcate capitale în comunicarea interculturală		2 ore
<ul style="list-style-type: none"> Baltador Lia-Alexandra, Studiu cu privire la implementarea dezvoltării sustenabile : o abordare comparativă și interculturală în România și Republica Moldova / Baltador Lia Alexandra. - Sibiu : Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2015, ISBN 978-606-12-1038-1 Cercloux Andreea-Loreta, Etica si comunicare interculturala cu aplicatii in turism, Editura Universitară, 2015, DOI:10.5682/9786062803124 McMahon, L. 2012. Cultural awareness training: the problem with dos and don'ts. English and Culture tutoring services. http://www.englishandculture.com/blog/bid/79068/Cultural-Awareness-TrainingThe-Problem-with-DOs-and-DON-Ts http://www.intercultural.ro/ http://www.sibiu-turism.ro/Profesionisti-Documente-strategice.aspx 		



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

- <http://www2.unwto.org/>

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

- Dezvoltarea abilităților de comunicare
- Îmbunătățirea competențelor de lucru în echipă

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluarea pe parcursul semestrului	Examen	50%
10.5 Seminar/laborator	Evaluarea pe parcursul semestrului	Evaluare periodică: Teme, proiecte, eseuri	50%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Studentul cunoaște principalele concepte și le utilizează adecvat• Studentul utilizează un limbaj de specialitate simplu, dar corect• Studentul dovedește parcurgerea bibliografiei obligatorii			

Data completării
30.09.2020

Semnătura titularului de curs

.....
[Signature]

Semnătura titularului de seminar

.....
[Signature]

Data avizării în departament

.....
05.10.2020

Semnătura șefului departamentului

.....
[Signature]



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	Master zi, 2 ani
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Calitatea serviciilor				
	Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DA	Op	I	I	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)				
E					
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA				
Titular activități 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	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		43
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		30
Tutoriat:		15
Examinări:		15
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		133
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	•
---------------------------	---



De desfășurare a sem/lab/pr

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> identificarea de termeni, relații, procese, perceperea unor relații și conexiuni referitoare la calitatea serviciilor utilizarea corectă a termenilor de specialitate în domeniul serviciilor definirea/nominalizarea de concepte și termeni cu privire la serviciile turistice și nu numai capacitatea de adaptare la noi situații și realități concrete în sectorul terțiar cunoștințe generale de bază, precum și necesare profesiei/disciplinei capacitatea de adaptare la noi situații
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> rezolvarea de probleme prin implementarea practică a calității relaționări între teoria calității și calitatea practică, a serviciilor descrierea unor stări, sisteme, procese, fenomene din perspectiva practică a calității capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite abilități de cercetare, creativitate capacitatea de a soluționa probleme

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Cursul demonstrează stringența calității serviciilor în contextul accentuării exigențelor internaționale și modelării permanente a comportamentului consumatorului de servicii. În plus, cursanții pot nominaliza și întrebuința instrumentele pentru asigurarea calității
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> aprofundarea cunoștințelor referitoare la tipurile de servicii, piața serviciilor, cererea și oferta de servicii. formarea de competențe în evaluarea calității serviciilor; dobândirea abilităților necesare îmbunătățirii continue a calității serviciilor.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Calitate: concept și definire	2 ore
Curs 2	Coordonate ale calității în domeniul serviciilor	4 ore
Curs 3	Influențe ale caracteristicilor producției de servicii asupra evaluării calității	2 ore
Curs 4	Comportamentul consumatorului de servicii, din perspectivă internațională: conținut, factori de influență	2 ore
Curs 5	Metode de diminuare și prevenire a non-calității în contextul competiției internaționale	4 ore
Curs 6	Standarde internaționale de calitate în domeniul serviciilor	2 ore
Curs 7	Standarde și norme de calitate în organizațiile turistice reglementate de legislația din România	2 ore
Curs 8	Diversificare și calitate în domeniul serviciilor	2 ore
Curs 9	Factori determinanți ai calității serviciilor	2 ore
Curs 10	Gestionarea strategică a calității serviciilor turistice	2 ore
Curs 11	Strategii ale politicii de calitate în întreprinderile de turism	2 ore



Curs 12	Tehnici de îmbunătățire a calității serviciilor	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Conceptul de calitate al serviciilor/ produselor turistice	2 ore
Sem 2	Influențe ale caracteristicilor producției de servicii asupra evaluării calității <i>Studiu de caz: Cum se evaluează calitatea serviciilor oferite</i>	2 ore
Sem 3	Rolul calității în valorificarea serviciilor/produselor turistice <i>Studiu de caz: Cum se interacționează cu clienții</i>	2 ore
Sem 4	Metode de diminuare și prevenire a non-calității serviciilor <i>Studiu de caz: Perfecționarea activității hoteliere</i>	4 ore
Sem 5	Standarde și norme de calitate în organizațiile turistice reglementate de legislația din România <i>Studiu de caz: Rolul resurselor umane în creșterea calității în turism</i>	2 ore
Sem 6	Referat cu tema Calitatea serviciilor firmei " X" – tendințe și perspective de îmbunătățire	2 ore
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

metode moderne de transmitere a informațiilor prin intermediul prezentărilor de tip „powerpoint”	prelegeri urmate îndeaproape de exemple din realitatea economică	studii de caz
--------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------	---------------

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Stavrositu S., <i>Managementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri</i> , Polirom, 2014
	• <i>Calitatea în companii și instituții publice. Instrumente de lucru pentru implementarea rapidă a sistemelor de management al calității</i> , Editura Raabe, 2009
	• Maxim, E., <i>Calitate și managementul calității</i> , Editura Sedcom Libris, 2009
	• Dumitrescu, L., Apostu, C., <i>Marketingul și calitatea serviciilor</i> , Expert, 2009
	• Ioan, L., Niculescu, G., <i>Calitatea serviciilor de telecomunicații</i> , Editura Matrixrom, 2013
	• Kaufman, R., <i>Cultura serviciilor superioare. Metoda confirmată prin care să vă încantați clienții, colegii și pe toți cei care vă ies în cale</i> , Editura Publica, 2013
Referințe bibliografice suplimentare	• Stan, R.E., Mihai, Ș. N., Stănescu, D., <i>Calitatea în serviciile turistice</i> , Editura Universitară, 2009
	• Pascu, E., <i>Noțiuni privind calitatea produselor și serviciilor – instrument în activități economice</i> , Editura Universitară, 2014
	• Gregori, Z., <i>Quality Care for Quality Aging. Home Care Services in Six European Countries and Regions</i> , FrancoAngeli, 2011
	• Mok, C., Sparks, B., Kadampully, J., <i>Service Quality Management in Hospitality Tourism and Leisure</i> , Routledge, 2013
	• Pidd, M., <i>Measuring the Performance of Public Services: Principles and Practice</i> , Cambridge University Press, 2012

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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	20%	CEF
	Activități în cadrul seminarului online	Evaluare pe parcurs a activității de la seminar / rezolvare studii de caz / teme	30%	CEF

Standard minim de performanță

- 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;
- participarea activă la orele de curs și seminar

(*) 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: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA	
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	Master zi, 2 ani
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Dezvoltarea destinației turistice			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DA	Op	I	I	7
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E				
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA			
Titular activități 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	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				43
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren				30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri				30
Tutoriat:				15
Examinări:				15
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})				133
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25				175

44. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	•
---------------------------	---



De desfășurare a sem/lab/pr

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">cunoașterea aprofundată a conceptelor și principiilor legate de administrarea destinațiilor turistice;utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate managementului destinațiilor turistice;rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate dezvoltării, managementului și promovării destinațiilor turistice.proiectarea de strategii și administrarea portofoliului de produse turistice specifice unei destinații turistice prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice sectorului de turism.rezolvarea de probleme complexe asociate vânzării produselor turistice reprezentate de destinațiile turistice.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">abilități de utilizare a echipamentelor informatice și abilități privind managementul informației în executarea lucrărilor de specialitate;capacitatea de a lucra în echipe interdisciplinare, diverse și multiculturală în fundamentarea și aplicarea strategiilor specifice sectorului turistic;abilitatea de a acționa independent și creativ în elaborarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme și de a comunica rezultate în mod demonstrativ;aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;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;formarea abilității de a colabora cu specialiștii din alte domenii complementare;familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">cunoașterea aprofundată a principalelor curente, noțiuni, abordări, tipuri de acțiuni și organizații din sfera administrării destinațiilor turistice
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">organizarea unui sistem propriu de valori cu logică internă adecvat disciplinei de studiu, alături de surprinderea corectă a specificului proceselor de planificare, analiză, dezvoltare, management, marketing și audit a destinațiilor turisticedobândirea capacității de a utiliza corect termenii de specialitate



	<ul style="list-style-type: none"> realizarea de conexiuni între rezultate și capacitatea de analiză și sinteză a situațiilor existente pe piața turistică dezvoltarea abilităților studenților de a elabora proiecte profesionale în sfera managementului destinațiilor turistice naționale și internaționale
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Conceptul de destinație turistică. Destinații turistice naționale și internaționale	4 ore
Curs 2	Evaluarea activității turistice. Analiza mediului și resurselor regiunii	2 ore
Curs 3	Competiția și destinația turistică. Modele de analiză	2 ore
Curs 4	Managementul destinației turistice și sisteme de suport	4 ore
Curs 5	Actorii destinației turistice	2 ore
Curs 6	Sistemul bunelor practici	2 ore
Curs 7	Marketingul destinațiilor turistice	2 ore
Curs 8	e-Marketingul destinațiilor turistice	2 ore
Curs 9	Brandigul destinației turistice	2 ore
Curs 10	Strategii de segmentare și poziționare la nivelul destinațiilor turistice	2 ore
Curs 11	Influența evenimentelor asupra imaginii și promovării unei destinații turistice	2 ore
Curs 12	Rolul statului, al clusterelor în promovarea și dezvoltarea destinațiilor turistice	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Tipologia destinațiilor turistice naționale și internaționale. Produse turistice de nișă	2 ore
Sem 2	Destinații Europene de Excelență- EDEN	2 ore
Sem 3	Benchmarking-ul destinațiilor turistice	2 ore
Sem 4	Strategii de segmentare și poziționare pe piața destinațiilor turistice.	2 ore
Sem 5	Strategii de fidelizare a turiștilor la nivelul destinațiilor turistice	2 ore
Sem 6	Imaginea și brand-ul destinației turistice	2 ore
Sem 7	Proiect cu tema Tendințe și perspective de dezvoltare a destinației turistice "X"	2 ore
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

metode moderne de transmitere a informațiilor prin intermediul prezentărilor de tip „powerpoint”	prelegeri urmate îndeaproape de exemple din realitatea economică	studii de caz
--------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	---------------

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Kozak, Metin, Baloglu, Seyhmus, Managing and Marketing Tourist Destination-Strategies to Gain a Competitive Edge, Routledge, Taylor&Francis Group, New York, 2011
	Laws, E., Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., Tourist Destination Governance:Practice, Theory and Issues, CAB International, 2011
	Neacșu Nicolae, Baltaretu Andreea, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela, Resurse si destinații turistice in Romania, Ed. Universitară, București, 2016
	Neacșu Nicolae, Neacșu Monica, Baltaretu Andreea, Drăghilă Marcela, Resurse si destinații turistice interne și internaționale, Ed. Universitară, București, 2011



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	Nicolae Neacsu, Andreea Baltaretu , Monica Neacsu, Resurse și destinații turistice. Studii de caz, statistici, regelementari si documente O.M.T, Ed. Pro Universitatea, București, 2014
	Țigu, Gabriela (coord.), Resurse si destinații turistice pe plan mondial, Editura Uranus, București 2006
Referințe bibliografice suplimentare	Gruescu, Ramona, Axinte, Gheorghe, Competitivitatea destinației turistice. Analize și strategii, Ed. Sitech, Craiova, 2010
	Rotaru, Ilie., Dezvoltarea destinației turistice, Ed. Alma Mater, Sibiu, 2009
	Niculescu, G., Robantu, C., Promovarea strategiilor de dezvoltare in turism, Ed. Academica Brancusi, Târgu Jiu, 2005
	***, Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului - Master Planul de dezvoltare a turismului, Strategia de dezvoltare a turismului - 2014-2026

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/ Laborator	Proiect de seminar	Prezentare proiect online	20%	CEF
	Activități in cadrul seminarului online	Evaluare pe parcurs a activității de la seminar / rezolvare studii de caz / teme	30%	CPE

Standard minim de performanță

- 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;
- participarea activă la orele de curs și seminar

(*) 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: 30.09.2020




Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
--	----------------------------------------	-----------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Titular curs	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice**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	Master, zi
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare de afaceri în limba engleza						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Adriana Vințean						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Adriana Vințean						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DA

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					3
Examinări					5
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual			133		
3.9 Total ore pe semestru			175		
3.10 Numărul de credite			7		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Aprofundarea studiului englezei de afaceri din anii precedenți
4.2 de competențe	• Competențe lingvistice. Cunoștințe la nivel avansat, lexic de bază, terminologie de specialitate

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Asigurarea condițiilor de comunicare
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Lectura bibliografiei recomandate • Elaborarea și susținerea lucrărilor planificate (traduceri, glosare terminologice, proiecte, studii de caz) • Participare activă



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Receptarea mesajelor transmise oral sau în scris în diferite situații de comunicare • Realizarea de interacțiuni în comunicarea orală și/sau scrisă • Transferul și medierea mesajelor orale și/sau scrise în situații variate de comunicare • Utilizarea în mod adecvat a terminologiei specifice disciplinei în contexte; • Familiarizarea cu domeniile de proveniență a textelor; • Înțelegerea textelor din limba sursă și transferarea lor corectă în limba țintă; • Cunoașterea din punct de vedere științific a problemelor prezentate
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	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea și utilizarea adecvată a competențelor specifice disciplinei în scopul folosirii terminologiei de specialitate în domeniul economic, a realizării de traduceri corecte a textelor, a participării la discuții folosind vocabularul studiat. Utilizarea adecvată a terminologiei de afaceri în limba străină în situații proprii domeniului economic. • Perfecționarea deprinderilor de comunicare orală și scrisă vizând activitatea profesională și cea științifică • Consolidarea capacităților de analiză și sinteză a informației conținute într-un discurs
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea abilităților de înțelegere și producere a mesajelor specifice limbajului cotidian; • Achiziționarea graduală a lexicului aparținând discursului cotidian în vederea exploatarei ulterioare în activitatea profesională și cea științifică; • Perfecționarea competențelor de transfer (de traducere) din limba străină în limba maternă și invers a textelor aparținând discursului cotidian. • Realizarea de glosare terminologice complexe pe domeniul respective • Participarea la discuții pe respectivul domeniu în limba engleză • Pronunțarea corectă a terminologia de specialitate și elementelor de vocabular studiate • Utilizarea în contexte a terminologiei de specialitate și a vocabularului general • Lectura textelor din domeniul economic și înțelegerea mesajului • Utilizarea informației preluată din textele studiate în discuții în grup • Redactarea de proiecte pe baza tematicii studiate

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. The Business Cycle	Prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația,	2 ore
2. Business and Business	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația,	2 ore
3. Emerging Markets	Prelegerea, conversația euristică	2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

	dezbateră, explicația	
4. Investing Abroad	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația	2 ore
5. The Company	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația, studiul de caz	2 ore
6. Offshore Companies	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația, studiul de caz	2 ore
7. Tax Heavens	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația	2 ore
8. Financial Markets	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația, studiul de caz	2 ore
9. Mergers/ Take overs	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația	2 ore
10. Successful Stories	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația, studiul de caz	2 ore
11. Money	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația	2 ore
12. Money Makers	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația,	2 ore
13. Tourism Today	Prelegerea, conversația euristică dezbateră, explicația,	2 ore
14. Business Correspondence	Prelegerea, conversația euristică, explicația	2 ore
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> • Adriana Vințean, Business with Trust, Editura Universitatii Lucian Blaga Sibiu, 2013 • Adriana Vințean, Practical English for Business, Editura Psihomedica, Sibiu, 2007 • Gibson, R., Intercultural Business Communication, Oxford University Press, 2002 • Myra Shulma, Selected Readings in Business, Univ of Michigan Press, 2003 • Ashley, A., 2003, Oxford Handbook of Commercial Correspondence (New Edition), Oxford University Press. • Bob Dignen, Communicating in Business English, Compass Publish. Inc. 2003 • Simon Sweeney, Business English, Cambridge Univ. Press, 2003 • Duckworth, M., Business Grammar and Practice, Oxford University Press 2003 • Littlejohn, A., Business Correspondence, Fourth Edition, Cambridge University Press 2006. • Ellison Patricia, Business for the 21st Century, Prentice Hall, 2006 		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observatii
1. Economic Activity	conversația euristică; dezbateră; explicația	2 ore
2. Good and Bad Businesses	conversația euristică; dezbateră; explicația	2 ore
3. Risk and Rewards	conversația euristică; studiu de caz. dezbateră; explicația	2 ore
4. Big Companies	conversația euristică; dezbateră; explicația;	2 ore
5. Examples of Iconic and Maverik Persons	conversația euristică; dezbateră; studiu de caz; explicația	2 ore

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

6. History of Money	conversația euristică; dezbateră; activități practice	2 ore
7. Destinations in the World	conversația euristică; dezbateră; explicația; studiu de caz	2 ore
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> Adriana Vintean, Smart Business English Ed Lucian Blaga Sibiu, 2014 Wyatt, R., Check your English Vocabulary for Business and Administration, A. & C. Black, London, 2007 Tonya Trappe, Intelligent Business, Pearson Longman, 2010 Ian Mackenzie, Business English, Cambridge Univ. Press, 2010 Carol Lehman, Debbie DuFren, Business Communication, Cengage Learning, 2010 Andrea Geffner, Business English: The Writing Skills You Need for Today's Workplace, Barron's Educational Series, 2010 Amy Gillett, Speak Better Business English and Make More Money, Language Success Press, 2011 Mary Guffey, Dana Loewy, Essentials of Business Communication, Cengage Learning, USA, 2012 Robert Hagstrom, The Warren Buffett Way, Wiley John and Sons US, 2013 		

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

Continuturile disciplinei sunt racordate exact la viitoarele îndatoriri profesionale ale studenților masteranzi în contextul în care, ca angajați, aceștia vor avea de elaborat diverse documente în limbaj de afaceri; conținuturile se bazează în cea mai mare parte pe o bibliografie și tehnici de uzanță internațională referitor la specificul acestui curs.

Absolvenții dovedesc că au cunoștințele necesare ce le facilitează accesul la un angajament profesional în domeniul economic și continuarea pregătirii la nivel de masterat. Asociațiile profesionale vor beneficia de membri capabili să participe efectiv și cu succes la activități în diferite medii economice

Organizațiile care angajează absolvenții vor beneficia de personal care înțelege menirea sa profesională și care se pot integra relativ rapid în activitatea practică. folosirea de studii de caz reale (unde doar numele instituțiilor sunt schimbate), care familiarizează studenții cu noțiuni și concepte reale;

Realizarea de simulări de prezentări, conferințe de presă, ședințe de lucru etc., care pregătesc studenții specific pentru munca pe care o vor desfășura în viitor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Volumul și corectitudinea cunoștințelor	-	-
	Rigoarea științifică a limbajului	-	-
	Organizarea conținutului	-	-
10.5 Seminar/laborator	Întocmirea și susținerea unui referat, a unei aplicații	Lucrare scrisă	70%
	Participare activă la seminarii	Fișă de evaluare seminar	30%
10.6 Standard minim de performanță			



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

• 50% rezultat după însumarea punctajelor ponderate conform pct.10.3.

Data completării

...29.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

...05.10.2020

Semnătura șefului de departamentului

.....

**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	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Turismul de afaceri si MICE			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	I	2	8
Tipul de evaluare	Categoria formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Virgil NICULA			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Virgil NICULA			

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		56
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		56
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		38
Tutoriat:		6
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		158
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Videoproiector și acces la internet
---------------------------	-------------------------------------



De desfășurare a sem/lab/pr Videoprojector și acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • CP1 – Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său • CP3 – Elaborarea și implementarea principiilor și metodelor privind expunerea, promovarea și vânzarea serviciilor organizației • CP4 – Exercițarea (eficace, eficientă și de manieră integrată a) capacității antreprenoriale și investiționale în domeniul turismului/Serviciilor
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă • CT2 - Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și autocondusă, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei • CT3 - 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"> • însușirea conceptelor, metodelor și tehnicilor de abordare a turismului de afaceri și MICE, abilitati de derulare a unor evenimente
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • dezvoltarea capacității studenților de a înțelege modul de concepere, organizare și promovare a turismului de afaceri și MICE, astfel încât, după parcurgerea acestui curs să poată să participe la oragnizarea unor actiuni legate de turismul de afaceri și MICE

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Turismul de afaceri și MICE – concept și abordare	2
Curs 2	Turismul de afaceri și MICE - beneficiari	2
Curs 3	Actorii implicați în derularea evenimentelor: companii / agenții de turism / hoteluri / spații expoziționale / spații neconvenționale / companii colaterale	4
Curs 4	Planificarea și derularea unor evenimente adresate turismului de afaceri	4
Curs 5	Resurse materiale în turismul de afaceri și MICE	2
Curs 6	Bugetul evenimentelor – mod de realizare și analiză de cost	2
Curs 7	Marketingul MICE	2
Curs 8	Gestionarea evenimentelor de afaceri înainte, în timpul și după derularea acestora.	2
Curs 9	Nevoi special în turismul de afaceri și MICE	2
Curs 10	Turism de afaceri pentru VIP	2
Curs 11	Analiza și evaluarea riscurilor în turismul de afaceri și MICE	2
Curs 12	Feedback pe eveniment	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Turismul de afaceri și MICE – concept și abordare	1
Sem 2	Turismul de afaceri și MICE - beneficiari	1
Sem 3	Actorii implicați în derularea evenimentelor: companii / agenții de turism / hoteluri / spații expoziționale / spații neconvenționale / companii colaterale	2
Sem 4	Planificarea și derularea unor evenimente adresate turismului de afaceri	2
Sem 5	Resurse materiale în turismul de afaceri și MICE	1



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Sem 6	Bugetul evenimentelor – mod de realizare si analiza de cost	1
Sem 7	Marketingul MICE	1
Sem 8	Gestionarea evenimentelor de afaceri inainte, in timpul si dupa derularea acestora.	1
Sem 9	Nevoi special in turismul de afaceri si MICE	1
Sem 10	Turism de afaceri pentru VIP	1
Sem 11	Analiza si evaluarea riscurilor in turismul de afaceri si MICE	1
Sem 12	Feedback pe eveniment	1
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Curs: prelegerea, explicația, problematizarea, discuții, dezbateri.		
Seminar: Prelegerea, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz.		

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Allen, J. - Event planning, John Wiley and Sons, 2009
	Davidson, R., Hyde, A. – Winning meetings and events for your venue, Goodfellow Publishers Ltd, 2014
	Institute for Career Research Editors - Careers in meetings and events management, 2005
	Krugman, Wright - Global meetings and exhibitions, John Wiley and Sons, 2007
Referințe bibliografice suplimentare	Phillips, J., Breining, T., Phillips, P. - Return on investment on meeting and events, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008
	Rutherford Silvers, J. - Risk Management for Meetings and Events, Butterworth-Heinemann, 2008

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.
O serie de întâlniri și dezbateri profesionale cu toți actorii din turism și cu cei implicați în organizarea evenimentelor (agenții de turism, agenții de organizare de evenimente, societăți comerciale de profil, administrații publice locale, OMD-uri) a stat la baza elaborării conținutului cursului. Acesta a fost adaptat cerințelor mediului economic.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Volumul și corectitudinea cunoștințelor teoretice	Examen scris, online	10%	
Seminar/ Laborator	Proiecte	Evaluare pe parcursul semestrului	45%	nCPE
	Abilitatea de a rezolva un studiu de caz	Evaluare finală, online	45%	nCPE
Standard minim de performanță				

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





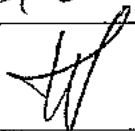
ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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

Data completării: 29.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Virgil NICULA	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Virgil NICULA	
Director de departament	Conf. 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	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Marketingul evenimentelor			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	I	2	8
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Lect. dr. Dumitru TROANCA			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. dr. Eugen POPESCU			

3. Timpul total estimat

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

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		42
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		56
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		50
Tutoriat:		8
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		158
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Marketing
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Videoproiector și acces la internet
---------------------------	-------------------------------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr Videoprojector și acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• CPI – Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său• CP3 – Elaborarea și implementarea principiilor și metodelor privind expunerea, promovarea și vânzarea serviciilor organizației• CP4 – Exercițarea (eficace, eficientă și de manieră integrată a) capacității antreprenoriale și investiționale în domeniul turismului/serviciilor
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă• CT2 - Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și autocondusă, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

Obiectivul general al disciplinei	însușirea conceptelor, metodelor și tehnicilor de organizare și promovare a evenimentelor speciale
Obiectivele specifice	dezvoltarea capacității studenților de a înțelege modul de concepere, organizare și promovare a evenimentelor speciale, astfel încât, după parcurgerea acestui curs să-și poată suma oragnizarea unui astfel de eveniment

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	
Curs 1	Tipologia evenimentelor	2
Curs 2	Segmentarea, tintirea și poziționarea evenimentelor	4
Curs 3	Comunicarea în marketingul evenimentelor	4
Curs 4	Promovarea evenimentelor și relațiile publice	2
Curs 5	Promovarea electronică a evenimentelor	2
Total ore curs:		14
Seminar/Laborator	Nr. ore	
Sem 1	Tipologia evenimentelor	4
Sem 2	Segmentarea, tintirea și poziționarea evenimentelor	6
Sem 3	Comunicarea în marketingul evenimentelor	6
Sem 4	Promovarea evenimentelor și relațiile publice	4
Sem 5	Promovarea electronică a evenimentelor	4
Sem 6	Susținere proiecte individuale și de grup	4
Total ore seminar/laborator		28

Metode de predare

Curs: prelegerea, explicația, problematizarea, discuții, dezbateri. Seminar: Prelegerea, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, organizatorii grafici		
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Funk, D., Consumer behaviour in sport and events, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008
	Hoyle, L., Event Marketing, John Wiley & Sons, Inc., 2002
	Masterman, G., Wood, E., Innovative Marketing Communication for events, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005
	Moise, D., Marketingul evenimentelor – Târgurile și expozițiile, Editura ASE, București, 2015
	Moise, D., Marketingul și managementul evenimentelor, Editura ASE, București, 2014
Referințe bibliografice suplimentare	Hall, M., Sharples, L., Food and wine festivals and events, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008

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. În urma unei serii de întâlniri și dezbateri profesionale cu toți actorii din turism și cu cei implicați în organizarea evenimentelor (agenții de turism, agenții de organizare de evenimente, societăți comerciale de profil, administrații publice locale, OMD-uri), conținutul cursului a fost adaptat cerințelor mediului economic.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Volumul și corectitudinea cunoștințelor teoretice	Examen scris tip grilă (online)	20%	
	Activitatea de seminar	Evaluare pe parcursul semestrului	20%	
Seminar/ Laborator	Proiecte	Evaluare pe parcursul semestrului	30%	
	Abilitatea de a rezolva un studiu de caz	Evaluare finală (online)	30%	
Standard minim de performanță - minim 50% din punctaj				
✓ cunoașterea conceptelor cheie cu care operează disciplina				
✓ capacitatea de a transpune în proiecte conceptele teoretice însușite				

(*) 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: 30.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Lect. dr. Dumitru TROANCA	
Titular seminar/laborator	Lect. dr. Eugen POPESCU	
Director de departament	Conf. 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 studii	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi, 2 ani
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Antreprenoriat in turismul rural			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DO	Ob	I	II	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domentu; 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
I	2			3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
14	28			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		29
Tutoriat:		12
Examinări:		12
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		133
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	• Turismul si sectorul public, Ecoturism și conservarea mediului
Competențe	• abilități de cunoaștere și interpretare interdisciplinară

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	• computer, ecran și videoproiector, curs în PowerPoint, cu
---------------------------	-------------------------------------------------------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	imagini și grafice adecvate temei, CD-uri și DVD-uri cu filme documentare tematice
De desfășurare a sem/lab/pr	• videoprojector, CD-DVD tematice

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale

- capacitatea de investigare și analiză critică prin utilizarea metodelor specifice de cercetare a proceselor și fenomenelor economico-sociale la nivelul organizațiilor care operează în domeniul turismului rural; capacitatea de sinteză și evaluare a proceselor și fenomenelor ce au loc și se manifestă la nivel antreprenorial, în condițiile evoluțiilor și tendințelor ce se înregistrează la nivelul mediului global de afaceri
- capacitatea de a avea un comportament etic și de responsabilitate socială în raport cu diferitele categorii de stakeholders ai firmei de turism rural;
- capacitatea de a elabora și gestiona proiecte antreprenoriale complexe, cu finanțare europeană și de altă natură în sectoarele turismului și serviciilor
- cercetarea mediului antreprenorial pentru fundamentarea deciziei de afaceri;
- evaluarea economico-socială a impactului turismului rural;
- elaborarea și fundamentarea politicilor și a proiectelor de investiții în turism;
- cunoașterea metodelor și procedurilor de diagnoză și evaluare a oportunităților de dezvoltare economico-socială a turismului rural;
- culegerea, analiza și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, din diverse surse alternative, pentru formularea de argumente, decizii și demersuri concrete;
- elaborarea și fundamentarea secvențială a proiectelor de dezvoltare turistică rurală și de monitorizare a acestora;
- capabilități de instruire a beneficiarilor și echipelor de implementare a proiectelor din turismul rural,
- fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea și diversificarea mediului de afaceri, rolul parteneriatelor public – privat în domeniul turismului;
- fundamentarea programelor de marketing în afaceri, strategiilor și procedurilor necesare îndeplinirii în condiții de eficiență a obiectivelor în legatura cu turismul rural;
- aplicarea conceptelor, teoriilor și metodelor de investigare fundamentale din domeniul economic caracteristic mediului de afaceri din domeniul turismului rural, organizării și administrării acestora în condiții de eficiență;
- fundamentarea de sisteme, capacități și strategii privind dezvoltarea și diversificarea mediului de afaceri, rolul parteneriatelor public – privat în domeniul turismului rural; fundamentarea planului de afaceri, a strategiilor și programelor specifice, precum și identificarea și aplicarea măsurilor de corecție în scopul realizării în cele mai bune condiții a obiectivelor previzionate.



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• abilități de utilizare a echipamentelor informatice și abilități privind managementul informației în executarea lucrărilor de specialitate• capacitatea de a lucra în echipe interdisciplinare, diverse și multiculturale în fundamentarea și aplicarea strategiilor de afaceri în turism rural;• abilitatea de a acționa independent și creativ în elaborarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme și de a comunica rezultate în mod demonstrativ• aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;• 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;• acceptarea și promovarea relațiilor centrate pe valori și principii ale dezvoltării durabile a turismului rural;• formarea abilității de a colabora cu specialiștii din alte domenii complementare;• promovarea eticii în turism pe baza Codului Global de Etică în Turism, a turismului verde, a ecoturismului în condițiile protecției integrate a mediului;• executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată: respectarea unui program de lucru și realizarea atribuțiilor proprii cu profesionalism și rigoare;• familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate.
-------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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 turismului rural și agroturismului la nivel internațional și național, cunoașterea și însușirea criteriilor de clasificare a structurilor de primire cu funcțiune de cazare turistică de tip pensiune turistică rurală și pensiune agroturistică, evidențierea principalelor căi de realizare a investițiilor în turismul rural din perspectiva dezvoltării durabile.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• organizarea unui sistem propriu de valori cu logică internă adecvat disciplinei de studiu, alături de operarea cu metodele, tehnicile și procedeele fundamentale proprii în domeniul turismului rural și agroturismului• dobândirea capacității de a utiliza corect termenii de specialitate• realizarea de conexiuni între rezultate și capacitatea de analiză și sinteză a situațiilor existente pe piața turistică• găsirea unor căi de exploatare a avantajelor social-economice pe care le poate presupune investiția în turismul rural



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Turismul rural și agroturismul. Concepte și definiții	1 oră
Curs 2	Turismul rural și agroturismul în Uniunea Europeană	1 oră
Curs 3	Turismul rural și agroturismul în România. Forme actuale de organizare a turismului rural	1 oră
Curs 4	Promovarea activității de turism rural și agroturism	1 oră
Curs 5	Satul turistic românesc – cadru de dezvoltare a turismului rural și agroturismului	1 oră
Curs 6	Tipologia și clasificarea satelor turistice. Oferta turistică și agroturistică în spațiul rural	1 oră
Curs 7	Organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului rural și agroturismului	1 oră
Curs 8	Turismul rural și agroturismul, componente ale dezvoltării durabile în spațiul rural.	1 oră
Curs 9	Analiza oportunității realizării de investiții în turismul rural din perspectiva dezvoltării durabile	1 oră
Curs 10	Turismul și calitatea mediului înconjurător. Turismul verde. Turismul în arii protejate.	1 oră
Curs 11	Impactul activităților turistice asupra parcurilor naționale și a rezervațiilor biosferei. Analiza avantajelor socio-economice ale dezvoltării turismului în zonele naturale protejate.	1 oră
Curs 12	Ecoturismul și perspectiva dezvoltării durabile.	1 oră
Curs 13	Organizarea ecopensiunii agroturistice	1 oră
Curs 14	Strategii de dezvoltare a turismului rural la nivel local, regional și național	1 oră
Total ore curs:		14
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Clasificarea regiunilor rurale.	2 ore
Sem 2	Programe europene privind dezvoltarea turismului rural. Măsuri de stimulare a activității de turism rural	2 ore
Sem 3	Asociații și organisme internaționale în turismul rural; Cazarea la fermă în mediul rural. Alte forme de cazare în mediul rural. Scurt istoric al turismului rural și agroturismului în România.	2 ore
Sem 4	Motivații turistice pentru vizitarea spațiului rural și a satelor turistice. Metodologia de cercetare a așezărilor cu potențial rural special – „sate turistice”	2 ore
Sem 5	Criterii de identificare a așezărilor rurale ca sate turistice: criteriul valorii etnografice și folclorice; criteriul valorii turistice; criteriul existenței și calității gospodăriilor țărănești, ca pensiuni turistice și agroturistice;	2 ore
Sem 6	Criterii de identificare a așezărilor rurale ca sate turistice: criteriul calității ecologice; criteriul înzestrării tehnico-edilitare, comerciale și sanitare; criteriul accesibilității; criteriul poziției geografice	2 ore
Sem 7	Tipuri de sate turistice: sate turistice etnografico-folclorice; sate turistice de creație artistică și artizanală; sate turistice climaterice și peisagistice.	2 ore
Sem 8	Tipuri de sate turistice: sate turistice pescărești și de interes vânătoresc; sate turistice viti-pomicole; sate turistice pastorale; sate turistice pentru practicarea sporturilor.	2 ore
Sem 9	Tipuri de oferte/produse agroturistice; dezvoltarea ofertei turistice; promovarea	2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	și publicitatea ofertei turistice; arii de dezvoltare a turismului rural/agroturismului în România.	
Sem 10	Funcțiile spațiului rural: funcția economică a spațiului rural; funcția ecologică a spațiului rural; funcția socio-culturală a spațiului rural	2 ore
Sem 11	Analiza avantajelor socio-economice ale dezvoltării turismului în zonele naturale protejate	2 ore
Sem 12	Analiza oportunității realizării de investiții în turismul rural și gastronomic din perspectiva dezvoltării durabile. Studiu de caz: Sibiu, regiune gastronomică europeană în 2019	2 ore
Sem 13	Strategii privind dezvoltarea turismului rural și agroturismului. Studiu de caz: Mărginimea Sibiului	2 ore
Sem 14	Strategii privind dezvoltarea turismului rural și agroturismului. Studiu de caz: localitatea Râu de Mori – jud. Hunedoara	2 ore
Total ore seminar/laborator		28

Metode de predare

expunerea, conversația euristică, problematizarea, prezentări PowerPoint	studii de caz	dezbateri
--------------------------------------------------------------------------	---------------	-----------

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Cărămidă C., Brandul ospitalității, Ed. Brandmark, 2011
	• Glăvan V., Neacșu N., Baron P., Neacșu Monica, Geografia și Economia turismului, Ed. ProUniversitaria, București, 2011
	• Nicula V. (coord), Ghidul eco-pensiunii agroturistice, Ed. Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2012
	• Nistoreanu, P., Ghereș Marinela, Turism rural – Tratat, Editura C.H. Beck, 2010
	• Nistoreanu, P., Tigu Gabriela, Popescu Delia, Pădurean Mihaela, Talpeș Adela, Ecoturism și turism rural, Ed. ASE, București, 2003
	• Stavrositu S., Ospitalitatea în turismul românesc. Secolele XIX-XX-XXI. Vacanțe plăcute în stațiunile din Romania, 2010
	• Ghereș, Marinela, Pop, Iuliana, Gogozan, Alexandra, Entrepreneurs in rural tourism – out of the shadow, Revista Economică, 2011, v. 47, nr. 4, p. 99-107;
Referințe bibliografice suplimentare	• Nicula V., Eco-economy principles applied in Romanian agro-tourism pensions, Proceeding of The 17th International Conference The Knowledge - Based Organization Sibiu, 2011, pag. 761-766;
	• Nicula, V., Glăvan, V., Neagu, Roxana Elena, Evaluating the degree of understanding of the concept of "tourist ecoguesthouse" and "green village", Revista Economică, 2011, v. 57, nr. 4, p. 211-217;
	• Alexandri C. (coord.), Dezvoltarea durabilă a spațiului rural, Centrul de informare și documentare economică, București, 2005;
	• Paicu Claudia Elena, Dobre Iuliana, Agroturismul și turismul rural - componente ale pluriactivității în mediul rural, Tribuna economică, 2007, v. 18, nr. 49, p. 81-82, 84
	• Gogonea Rodica, Baron Manuela, Metode statistice aplicate în analiza turismului rural, Ed. ASE, București, 2005



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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	lucrare scrisă descriptivă	60%	CPE
Seminar/ Laborator	- cunoașterea terminologiei utilizate - capacitatea de utilizare adecvată și corectă a noțiunilor	- teste de verificare a cunoștințelor pe parcursul semestrului	10%	CEF
		intervenițiile la teme de seminar	10%	
		- prezentarea unui referat tematic	20%	

Standard minim de performanță

- 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;
- participarea activă la orele de curs și seminar.

(*) 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

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	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	



Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

ULBS

Ministerul Educației Naționale și Cercetării Științifice

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

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	Master zi
1.6 Programul de studiu	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Gestiunea financiară a evenimentelor						
2.2 Titularul activităților de curs	Tileaga Cosmin						
2.3 Titularul activităților de seminar	Tileaga Cosmin						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DA

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					44
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual	133				
3.9 Total ore pe semestru	175				
3.10 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Marketing, Management, Finanțe
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**

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> C1 - Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său C5 - Managementul și utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de administrare a firmei de turism/servicii
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> CT 1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea etapelor ce trebuie parcurse în gestionarea unui eveniment public având în vedere aspectele financiare, legislative, de securitate și de mediu.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Înțelegerea profilului organizatorilor de evenimente Cunoașterea principalelor surse publice și private pentru posibila finanțare a evenimentelor

8. Conținuturi

	Metode de predare	Observații
8.1 Curs		
Noțiuni generale despre evenimente	Prelegere/Dezbatere	4 ore
Cadrul legislativ specific organizării de evenimente	Prelegere/Dezbatere	4 ore
Măsuri de siguranță de respectat în cadrul organizării de evenimente	Prelegere/Dezbatere	4 ore
Gestiunea financiară a evenimentelor – Surse de finanțare publice și private	Prelegere/Dezbatere	4 ore
Gestiunea financiară a evenimentelor – Tehnici de negociere, bugetarea și contractarea activităților necesare organizării de evenimente	Prelegere/Dezbatere	4 ore
Gestiunea financiară a evenimentelor – urmărirea cash-flow-ului în cadrul unui eveniment	Prelegere/Dezbatere	2 ore
Strategii de marketing cultural	Prelegere/Dezbatere	4 ore
Perspectivă în industria evenimentelor	Prelegere/Dezbatere	2 ore
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> Jackson, N., Angliss, K. – A Practical Guide to Event Promotion, Routledge, 2018; Ordonanța nr. 51 / 1998 privind îmbunătățirea sistemului de finanțare a programelor și proiectelor culturale, (actualizată); Legea nr. 350 / 2005 privind regimul finanțărilor nerambursabile din fonduri publice alocate pentru activități nonprofit de interes general; Legea nr. 60/1991 - organizarea și desfășurarea adunărilor publice 		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Studiu de caz – Tipuri de evenimente	Studiu de caz	2 ore
Studiu de caz – Managementul și controlul mulțimii	Studiu de caz	2 ore
Studiu de caz – Tehnici de negociere	Studiu de caz	2 ore



Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

ULBS

Ministerul Educației Naționale și Cercetării Științifice

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

Studiu de caz – Sibiu Capitală Culturală Europeană	Studiu de caz	2 ore
Studiu de caz – Cetatea Alba Iulia Carolina	Studiu de caz	2 ore
Studiu de caz – Evenimente sustenabile	Studiu de caz	4 ore
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> • Jackson, N., Angliss, K. – A Practical Guide to Event Promotion, Routledge, 2018; • Ordonanța nr. 51 / 1998 privind îmbunătățirea sistemului de finanțare a programelor și proiectelor culturale. (actualizată); • Legea nr. 350 / 2005 privind regimul finanțărilor nerambursabile din fonduri publice alocate pentru activități nonprofit de interes general; • Legea nr. 60/1991 - organizarea și desfășurarea adunărilor publice 		

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

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Înșuirea și înțelegerea problematicii tratate la curs	Test grilă	30%
	Participarea activă la curs	Evaluare individuală	30%
10.5 Seminar/laborator	Realizarea și prezentarea temelor de seminar	Evaluare individuală	40%
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 test final scris de tip grilă; • Studentul trebuie să aibă capacitatea de a transpune în lucrări practice conceptele teoretice - participare activități practice, test de seminar, proiect de semestru. 			

Data completării

29.03.2020

Semnătura titularului de curs

[Signature]

Semnătura titularului de seminar

[Signature]

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura șefului departamentului

[Signature]

**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 și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MARKETING RELAȚIONAL			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DA	Opțional	1	2	7
Tipul de evaluare	Categoriza formalivă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Oana Duralia			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Oana Duralia			

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		56
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		39
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		34
Tutoriat:		2
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		133
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"> Marketing
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea, explicarea și utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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	<p>CP1: Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său:</p> <ul style="list-style-type: none">identificarea și descrierea fenomenelor și proceselor care au loc la nivelul firmei de turism-servicii, în contextul creat de dinamica mediului de afaceriexplicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice firmei de turism-servicii, în condițiile percepției corecte a mutațiilor care au loc la nivelul mediului global de afacericunoașterea, explicarea și utilizarea specializată a conceptelor, abordărilor, teoriilor și strategiilor specifice marketingului relațional <p>CP2: Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea principiilor și proceselor legate de calitatea serviciilor pentru clienți și personal incluzând evaluarea nevoilor clienților, îndeplinirea standardelor de calitate a serviciilor, și evaluarea satisfacției clienților</p> <ul style="list-style-type: none">definirea conceptului de calitate a serviciilor, a componentelor definitorii ale calității și a standardelor de calitate a serviciilorexplicarea și interpretarea procesului evaluării satisfacției clienților – conținut, faze, definirea relației dintre așteptările clienților/personalului privitoare la servicii și satisfacția resimțită de aceștia <p>CP3: Managementul și utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de administrare a firmei de turism/servicii:</p> <ul style="list-style-type: none">procesarea și interpretarea corectă a datelor ce caracterizează activitatea companiilor și organizațiilor care aplică marketingul relaționalutilizarea integrată a informațiilor de marketing obținute pentru proiectarea strategiei de marketing relaționalutilizarea integrată a cunoștințelor de specialitate la rezolvarea unor situații complexe din activitatea de marketing relațional
-------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă:</p> <ul style="list-style-type: none"> • reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde corect și de a fi apreciat (motivație intrinsecă și extrinsecă) • capacitatea de a avea un comportament etic și de a promova valorile morale în cadrul organizației <p>CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <ul style="list-style-type: none"> • abilitatea de a colabora cu specialități din alte domenii în definirea problemelor, identificarea și implementarea soluțiilor / deciziilor • capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea și de a adopta abordarea contextuală a managementului <p>CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p> <ul style="list-style-type: none"> • implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina: participarea la olimpiade, concursuri și conferințe științifice studentești • cultivarea capacității de analiză a condițiilor actuale și viitoare de evoluție ale mediului intern și promovarea în acest fel a unui management orientat spre angajați
-------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea importanței studierii marketingului relațional și a influenței acestuia asupra activității organizației în contextul în care orientarea către clienți, respectiv fidelizarea acestora, necesită ca punct de plecare și de referință cunoașterea temeinică a nevoilor acestora, soluționarea solicitărilor apărute, precum și urmărirea sistematică a lor pe baze științifice.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea capacității studenților de a identifica, explica și utiliza conceptele specifice marketingului relațional; • Dobândirea cunoștințelor necesare managementului reclamațiilor și plângerilor venite din partea clienților; • Deprinderea cunoștințelor necesare analizei și evaluării factorilor ce pot influența strategiile de marketing relațional; • Dezvoltarea unor abilități ale studenților de a elabora proiecte profesionale, îndeosebi în direcția strategiei de gestiune a relațiilor cu clienții organizației;

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Marketing relațional – concept și dimensiuni	2
Curs 2	Managementul relației cu clienții-nucleul marketingului relațional	2
Curs 3	Managementul lanțului de aprovizionare	2
Curs 4	Relația comportamentul consumatorului – M.R.C.	2
Curs 5	Satisfacție/insatisfacție în cererea clienței	2
Curs 6	Mecanismul atașamentului clientului față de produs/marcă/intreprindere	2



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 7-8	Managementul plângerilor și reclamațiilor	4
Curs 9	Bănci de date în marketingul relațional- conținut, dimensiuni, configurare	2
Curs 10	Cercetări complexe privind obținerea informațiilor în marketingul relațional	2
Curs 11-12	Marketingul intern și implicațiile lui în marketingul relațional	4
Curs 13-14	Comunicarea integrată în marketingul relațional	4
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Seminar introductiv-conceptul de marketing relațional	2
Sem 2	Analiza satisfacției clienților, analiza loialității clienților, analiza pierderii clienților, analiza structurii clienților/ Relationship marketing: The RSPB – a bird in the hand	2
Sem 3	Planificarea strategiei de fidelizare a clienților/ studiu de caz: Nestlé Buitoni: The house that mamma built	2
Sem 4	Planificarea strategiei de gestiune a reclamațiilor/ studiu de caz: Cafédirect™: The building of a unique coffee brand	2
Sem 5	Planificarea strategiei de marketing intern/ studiu de caz: Euro Disney: The first 100 days	2
Sem 6	Planificarea strategiei de fidelizare a clienților/ studiu de caz: Carlton Electronics	2
Sem 7	Prezentare proiecte	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

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

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Adăscăliței, V., Introducere în marketingul relațional, Ed. Universitară, București, 2006
	• Berry, L.L., Relationship Marketing, in: Emerging Perspectives on Services Marketing, L.L. Berry, G.L. Shostack, and G. Upah, eds., Chicago: AMA, pp. 25-28, 1983
	• Bruhn, M., Orientarea spre client, București: Editura Economica, 2001
	• Buttle, F., Customer Relationship Management, Butterworth Heinemann, Oxford, 2004.
	• Tichindelean, M., Marketing relațional-abordare teoretică și instrumentală, Pro Universitaria, 2014

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Referințe bibliografice suplimentare	• Pop, N. Al., O nouă paradigmă în marketingul contemporan: marketingul relațional, Management&Marketing. 1(3), pp. 33-44, 2006
	• Pop, N. Al., Petrescu, E.C., Marketing et gestion de la relation client, Ed. Uranus: București, 2008

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor 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

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: 29.09.2020



Data avizării în Departament: 05/10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Oana Duralia	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Oana Duralia	
Director de departament	Conf.dr. Camelia Budac	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice**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	Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Strategii de marketing intern						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DA

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					45
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual			133		
3.9 Total ore pe semestru			175		
3.10 Numărul de credite			7		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Marketing, Managementul resurselor umane, Marketingul serviciilor
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• facilități tehnice: videoproiector, laptop, tabla, instrumente de scris
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• facilități tehnice: videoproiector, laptop, tabla, instrumente de scris

**6. Competențele specifice acumulate**

Competențe profesionale	<p>CP1 - Fundamentarea științifică a deciziilor privind marketingul intern în organizația de turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său</p> <ul style="list-style-type: none">- identificarea și descrierea fenomenelor și proceselor care au loc la nivelul firmei de turism-servicii, în contextul creat de dinamica mediului de afaceri;- explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice marketingului intern, în condițiile percepției corecte a mutațiilor care au loc la nivelul mediului global de afaceri;- aplicarea de modele și instrumente de analiză, evaluare și previziune pentru identificarea factorilor (interni și externi) care influențează dinamica proceselor de marketing intern ce se derulează în cadrul firmei de turism/servicii și a impactului acestora;- fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate la nivelul firmei de turism/servicii în ceea ce privește marketingul intern;- analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese de marketing intern care au loc la nivelul organizației de turism/servicii, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant. <p>CP2 - Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea principiilor și proceselor de marketing intern care să conducă la oferirea de servicii de calitate pentru clienți și personal</p> <ul style="list-style-type: none">- definirea conceptului de calitate a serviciilor, a componentelor definitorii ale calității și a standardelor de calitate a serviciilor;- explicarea și interpretarea procesului evaluării satisfacției clienților – conținut, faze, definirea relației dintre așteptările clienților/personalului privitoare la servicii și satisfacția resimțită de aceștia;- formularea unor standarde de calitate ale serviciilor în strânsă legătură cu nivelul așteptărilor identificate în rândul clienților/personalului;- elaborarea strategiei de marketing intern a firmei și integrarea ei operațională în strategia globală a firmei;- implementarea standardelor de calitate a serviciilor și control-evaluarea gradului de satisfacție a clienților/personalului. <p>CP5 - Managementul și utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing intern</p> <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea, înțelegerea și descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de administrare a bazelor de date specifice marketingului intern;- explicarea și interpretarea cantitativă și calitativă a informațiilor extrase din baze de date;- aplicarea instrumentarului adecvat de analiză a datelor specifice marketingului intern;- evaluarea critic-constructivă a sistemului informatic al firmei și a instrumentarului de prelucrare și analiză a datelor;- configurarea soluțiilor de optimizare a sistemului informatic – suport pentru managementul și marketingul intern al firmei.
--------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Competențe transversale	<p>CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde corect și de a fi apreciat (motivatie intrinseca si extrinseca) - capacitatea de a avea un comportament etic și de a promova valorile morale în marketingul organizației <p>CT2 - Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <ul style="list-style-type: none"> - abilitatea de a colabora cu specialități din alte domenii – în definirea problemelor, identificarea și implementarea soluțiilor / deciziilor - capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea – și de a adopta abordarea contextuală a managementului <p>CT3 - Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p> <ul style="list-style-type: none"> - implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina – participarea la olimpiade, concursuri și conferințe științifice studentești - cultivarea capacității de analiză a condițiilor actuale și viitoare de evoluție ale mediului intern și promovarea în acest fel a unui management orientat spre angajați
-------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea conținutului, principiilor și instrumentelor fundamentale ale marketingului intern la nivelul organizației de servicii, utilizarea și aplicarea acestora în cadrul unor proiecte profesionale specifice
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Relevarea principalelor concepte de marketing intern, a metodelor și tehnicilor de analiză și de fundamentare a instrumentelor de marketing intern; • Formarea unor deprinderi în implementarea conținutului procesului de marketing intern în organizația de turism-servicii; • Cunoașterea și înțelegerea importanței instrumentelor de marketing intern și aplicarea corespunzătoare a acestora în contextul particularităților organizației de turism-servicii.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Rolul și conținutul marketingului intern	Prelegere Dezbateri	2 ore
Rolul angajaților în furnizarea serviciilor de încredere	Expunere interactivă Studii de caz Dezbateri	2 ore
Marketingul intern – baza orientării spre client	Expunere interactivă Studii de caz Dezbateri	2 ore
Impactul marketingului intern asupra climatului organizațional	Conversația euristică Expunere interactivă Dezbateri	2 ore
Impactul marketingului intern asupra personalului de contact	Conversația euristică și catehetică Expunere interactivă Dezbateri	2 ore
Impactul marketingului intern asupra clientelei	Expunere interactivă	2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

	Studiu de caz Dezbateri	
Nivelul strategic al marketingului intern: Analiza situației interne și externe	Conversația euristică Expunere interactivă Dezbateri	2 ore
Obiectivele marketingului intern. Strategia marketingului intern	Expunere interactivă Studiu de caz Dezbateri	2 ore
Nivelul tactic al marketingului intern. Segmentarea personalului	Conversația euristică Expunere interactivă Dezbateri	2 ore
Instrumente de management al marketingului orientate spre personal	Expunere interactivă Studiu de caz Dezbateri	4 ore
Instrumente de management al personalului orientate spre marketing	Conversația euristică catehetică Expunere interactivă Dezbateri	4 ore
Implementarea și controlul marketingului intern	Expunere interactivă Studiu de caz Dezbateri	2 ore
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> • Kotler Philip, Keller Kevin Lane – Marketing Management, Pearson Education, 2012, editia a14-a • Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan - Marketing 3.0 : De la produs la consumator si la spiritul uman, Bucuresti, editura Publica, 2010 • Pervaiz K.Ahmed, Mohammed Rafiq- Internal Marketing- Tools and Concepts for Customer-Focused Management, Butterworth Heinemann, 2002 • Drake M. Susan, Gulman J. Michelle, Roberts M. Sara – Light their fire. Using Internal Marketing to Ignite Employee Performance and WOW Your Customers, Dearborn Trade Publishing, 2005 • Kotler Philip, Gary Armstrong – Principles of Marketing, Pearson Global Edition, 2012 • Dumitrescu L, Apostu C – Marketingul și calitatea serviciilor, Ed. Expert, Bucuresti, 2009 • Lefter V, Deaconu A - Managementul resurselor umane, Ed. Economica, 2008 • Panisoara G, Panisoara I.O.- Managementul resurselor umane, Ed. Polirom, Iași, 2005 		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectului de semestru: - formarea echipelor de proiect - furnizarea ghidului de proiect		1 oră
Conceptul de client intern		1 oră
Abordarea în optica de marketing a relației conducere-angajați		1 oră
Planificarea marketingului intern		1 oră
Motivarea și demotivarea angajaților	Prelegere interactivă	1 oră
Selecția personalului în marketingul intern	Problematizare	1 oră
Pregătirea personalului pentru performanță	Turul galeriei	1 oră
Accentuarea spiritului de echipă	Mozaic	1 oră
Stimularea creativității și libertății decizionale	Studii de caz	1 oră
Evaluarea și recompensarea angajaților în marketingul intern	Dezbateri	1 oră
Comunicarea în marketingul intern	Prezentări	1 oră
Satisfacerea clienților interni		1 oră
Prezentări de proiecte		2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

Bibliografie

- Kotler Philip, Keller Kevin Lane – Marketing Management, Pearson Education, 2012, editia a14-a
- Pervaiz K.Ahmed, Mohammed Rafiq- Internal Marketing- Tools and Concepts for Customer-Focused Management, Butterworth Heinemann, 2002
- Drake M. Susan, Gulman J. Michelle, Roberts M. Sara – Light their fire. Using Internal Marketing to Ignite Employee Performance and WOW Your Customers, Dearborn Trade Publishing, 2005
- Dumitrescu L, Apostu C – Marketingul și calitatea serviciilor, Ed. Expert, Bucuresti, 2009
- Lefter V, Deaconu A - Managementul resurselor umane, Ed. Economica, 2008
- Panisoara G, Panisoara I.O.- Managementul resurselor umane, Ed. Polirom, Iași, 2005
- Studii de caz

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	• Participarea la dezbateri	• Notare pe parcursul semestrului	10%
	• Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	• Examen scris – Test grilă	20%
10.5 Seminar/laborator	Teme seminar	Predare	10%
	Proiect	Predare și prezentare	30%
	Studii de caz	Discuții	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Studentul probează un grad de cunoaștere de cel puțin 50% la examenul scris și realizează un punctaj individual pe activitatea depusă la seminar având un nivel calitativ reprezentând cel puțin 50% din cel așteptat			

Data completării

28.03.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura șefului departamentului

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

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Științe Economice
1.3 Catedra	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master zi
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Resurse umane și comportament organizational în turism și servicii					
2.2 Titularul activităților de curs		Prof. univ. dr. Ioan CINDREA					
2.3 Titularul activităților de seminar		Proff. univ. dr. Ioan CINDREA					
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DA

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					38
Documentare suplimentară în bibliotecă și pe platformele electronice de specialitate					38
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					23
Tutoriat					15
Examinări					15
Alte activități					4
3.7 Total ore studiu individual		133			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3.10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Managementul general Managementul resurselor umane (general) Economie Macroeconomie
4.2 de competențe	Nu e cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Sala de curs cu proiector
5.2. de desfășurare a seminarului	• Sala de curs cu proiector

**6. Competențele specifice acumulate**

Competențe profesionale	<p>CPI: Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizații</p> <ul style="list-style-type: none"> capacitatea de investigare și analiză critică prin utilizarea metodelor specifice de cercetare a proceselor și fenomenelor economico-sociale la nivelul organizațiilor capacitatea de sinteză și evaluare a proceselor și fenomenelor ce au loc și se manifestă la nivel antreprenorial, în condițiile evoluțiilor și tendințelor ce se înregistrează la nivelul mediului global de afaceri
Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă:</p> <ul style="list-style-type: none"> reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde corect și de a fi apreciat (motivatie intrinsecă și extrinsecă) capacitatea de a avea un comportament etic și de a promova valorile morale în cadrul organizației <p>CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <ul style="list-style-type: none"> abilitatea de a colabora cu specialiști din alte domenii – în definirea problemelor, identificarea și implementarea soluțiilor / deciziilor capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea – și de a adopta abordarea contextuală a managementului <p>CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p> <ul style="list-style-type: none"> implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina – participarea la olimpiade, concursuri și conferințe științifice studențești cultivarea capacității de analiză a condițiilor actuale și viitoare de evoluție ale mediului intern și promovarea în acest fel a unui management orientat spre angajați

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea științifică a managementului resurselor umane și comportamentului organizațional
7.2. Obiectivele specifice	Abilități în domeniul managementului resurselor umane; capacitate de analiză și sinteză; capacitate de organizare și programare în domeniul resurselor umane și comportamentului organizațional

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Resursele umane: rolul și importanța lor într-o organizație/ companie	expunerea, conversația euristică, problematizarea	2 ore
2. Fundamentele managementului resurselor umane la nivelul unei organizații		2 ore
3. Prognoza și planificarea resurselor umane în organizație		2 ore
4. Orientarea profesională a resurselor umane la nivel de organizație		2 ore
5. Recrutarea resurselor umane pentru organizație		2 ore



6. Selecția și integrarea resurselor umane în organizație		2 ore
7. Formarea profesională a resurselor umane în organizație		2 ore
8. Evaluarea și promovarea resurselor umane în organizație		2 ore
9. Salarizarea resurselor umane la o companie și eficiența utilizării resurselor umane		4 ore
10. Managementul dialogului social și a conflictelor de muncă la nivelul unei organizații		4 ore
11. Asigurarea socială a resurselor umane la nivel de organizație		4 ore
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> - Cindrea, Ioan, Managementul resurselor umane, Ediția a 2-a, Ed. Univ. "Lucian Blaga" Sibiu, 2018 - Idem, Managementul asigurărilor și protecției sociale, Ediția a 2-a, Ed. Univ. "Lucian Blaga", Sibiu, 2017 - Nica, Panaite, Prodan, Adriana, Managementul resurselor umane, Ed. Online, 2011 - Novac, Emilia, Abrudan, Denisa, Managementul resurselor umane, 2013 - Pânisoara, Georgeta, Pânisoara, Ioan-Ovidiu, Managementul resurselor umane. Ghid Practic, Ediția a 2-a, Editura Polirom, Iasi, 2007 - Petrescu, Ion, Provocarea mondială: managementul japonez, Editura Expert, București, 2013 - *** - Codul Muncii - Legea Nr 53/2003 Actualizată 		
8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
1. Resursele umane, rolul și importanța lor la nivelul unei organizații/companii	expunerea, conversația euristică, problematizarea, studii de caz	1 ora
2. Fundamentele managementului resurselor umane în organizație		1 ora
3. Prognoza și planificarea resurselor umane la nivel de organizație și orientarea profesională a resurselor umane		1 ora
4. Recrutarea resurselor umane în organizație		1 ora
5. Selecția și integrarea resurselor umane într-o organizație		1 ora
6. Formarea profesională a resurselor umane în organizație		1 ora
7. Evaluarea și promovarea resurselor umane într-o organizație		2 ore
	expunerea, conversația euristică,	



	problematizarea, studii de caz	
8. Salarizarea și eficiența resurselor umane într-o organizație/companie		2 ore
9. Managementul dialogului social și a conflictelor de muncă la nivelul unei organizații/companii		2 ore
10. Asigurarea socială a resurselor umane la nivel organizațional		2 ore
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> - Cindrea, Ioan, Managementul resurselor umane, Ediția a 2-a, Ed. Univ. "Lucian Blaga" Sibiu, 2018; - Idem, Managementul asigurărilor și protecției sociale, Ediția a 2-a, Ed. Univ. "Lucian Blaga", Sibiu, 2017 - Nica, Panaite, Prodan, Adriana, Managementul resurselor umane, Ed. Outline, 2011 - Novac, Emilia, Abrudan, Denisa, Managementul resurselor umane, 2013 - Pânișoara, Georgeta, Pânișoara Ion-Ovidiu, Managementul resurselor umane. Ghid Practic, Ediția a 2-a, Editura Polirom, Iasi, 2007 - Petrescu, Ion, Provocarea mondială: managementul japonez, Editura Expert, București, 2013 - *** - Codul Muncii - Legea Nr 53/2003 Actualizată 		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu noosfera specifică. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei, au loc întâlniri periodice cu stakeholders.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- cunoașterea terminologiei utilizate - însușirea problematicii tratate la curs - capacitatea de utilizare adecvată și corectă a noțiunilor	lucrare scrisă descriptivă	60%
10.5 Seminar	- cunoașterea terminologiei utilizate - capacitatea de utilizare adecvată și corectă a noțiunilor	- teste de verificare a cunoștințelor pe parcursul semestrului	10%
		- intervențiile la teme de seminar	10%
		- prezentarea unui referat tematic	20%
10.6 Standard minim de performanță			



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

- 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;
- participarea activă la orele de curs și seminar.

Data completării

30.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura șefului departamentului



FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Administrarea afacerilor în industria ospitalității			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DO	Ob	II	I	8
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Conf. univ. dr. Cosmin TILEAGĂ			
Titular activități 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	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		100
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		15
Tutoriat:		4
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		158
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	•
De desfășurare a sem/lab/pr	•



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> identificarea și cunoașterea termenilor, relațiilor, proceselor utilizate de industria ospitalității în activitatea turistică utilizarea corectă a termenilor specifici industriei ospitalității definirea/nominalizarea de concepte ale ospitalității utilizate atât în teorie cât și în practică capacitatea de adaptare a cercetărilor și analizelor la cerințele pieței cunoașterea elementelor de bază, generale cu privire la industria ospitalității, tipurile de analiză, studierea calității serviciilor turistice, cunoștințe legate de standardizare capacitatea de adaptare la noi situații de cercetare compatibile cu cele din UE
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> interconectivități între elementele teoretice și metodele de cercetare utilizate în industria ospitalității elaborarea proiectelor specifice și corelarea lor cu cercetările practice în domeniul turismului descrierea rezultatelor analizelor și cercetărilor obținute din perspectivă ospitalității capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite în urma analizelor și cercetărilor efectuate în plan aplicativ capacitatea de a concepe proiecte și de a derula o cercetare și analiză din perspectiva ospitalității capacitatea de a soluționa probleme apărute ca urmare a unor rezultate ale cercetării

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Oferă studenților cunoștințe și abilități cerute de oricine dorește să-și dezvolte o carieră în industria ospitalității și turismului.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Conținutul se ocupă în special de informațiile necesare pentru pozițiile și responsabilitățile angajaților la nivel operațional. <ul style="list-style-type: none"> - Introducere în Programul de ospitalitate și turism - Ospitalitate - Soft Skills - Ariile operaționale - Vânzări și marketing - Siguranță și securitate argumentarea unor enunțuri din doctrina de specialitate a managementului ospitalității.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	
Curs 1	Ospitalitate și turism	2 ore
Curs 2	Cariere în domeniul ospitalității	2 ore
Curs 3	Compartimentarea și dotarea unităților de alimentație pe activități funcționale	2 ore
Curs 4	Pregătirea unităților pentru primirea și servirea consumatorilor	2 ore
Curs 5	Organizarea formelor și sistemelor de servire	2 ore
Curs 6	Primire și servirea comenzilor	2 ore
Curs 7	Procesele financiare și rotația clienților	2 ore
Curs 8	Organizarea serviciilor pentru mese festive și oficiale	2 ore
Curs 9	Managementul de control al calității preparatelor culinare pe fluxul tehnologic	2 ore
Curs 10	Sistemul informațional de evidență în unitățile de alimentație	2 ore
Curs 11	Serviciile hoteliere și ospitalitatea turistică	2 ore



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 12	Organizarea activității unităților de cazare	2 ore
Curs 13	Operațiuni Front Office	2 ore
Curs 14	Operațiuni Housekeeping	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Industria ospitalității – definire și dimensiuni	2 ore
Sem 2	Infrastructura de bază în industria ospitalității - Spațiile de cazare; - Spațiile de servire în restaurant; - Spațiile pentru organizarea evenimentelor.	2 ore
Sem 3	Organizarea și funcționarea unităților din industria hotelieră și de restaurație	2 ore
Sem 4	Forme de asociere a afacerilor în hotelărie și restaurație	4 ore
Sem 5	Administrarea durabilă a afacerilor în hotelărie și restaurație	2 ore
Sem 6	Resursele umane în hotelărie și restaurație	4 ore
Total ore seminar/laborator		14 ore

Metode de predare

metode moderne de transmitere a informațiilor prin intermediul prezentărilor de tip „PowerPoint”	prelegeri urmate îndeaproape de exemple din realitatea economică	aplicații practice
--------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	--------------------

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Cărămidă C., Brandul Ospitalității, Ed. Brandmark, 2011
	• Micu Cristina, Stănculescu Gabriela, Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație, Ed. CH Beck, 2012
	• Stavrositu S., Managementul calității serviciilor și ospitalitatea în restaurante, gastronomie, hoteluri, Polirom, 2014
	• Rondeli, V., Cojocariu, S., Managementul calității serviciilor din turism și industria ospitalității, Ed. THR, București, 2004
	• Fevzi Okumus, Levent Altınay, Prakash Chathoth - Strategic Management for Hospitality and Tourism, Butterworth Heinemann, 2010
	• Jennifer Bobrow Burns – Career Opportunities in Travel and Hospitality, Ferguson Publishing, 2010
	• Scott McCabe - Marketing Communications in Tourism and Hospitality Concepts, Strategies and Cases, , Butterworth Heinemann, 2009
Referințe bibliografice suplimentare	• Melanie Smith, László Puczkó - Health and Wellness Tourism, Butterworth Heinemann, 2009
	• Sztruten Gina Gilet, Eco-management hotelier - Premisă a performanței în industria hotelieră, Ed. Universtară, București, 2011
	• Stănculescu G., Ababei D., Tala M., Talpeș A., Lungu C., Evaluarea întreprinderii hoteliere. Oferta hotelieră mondială, Ed. Uranus, București, 2003
	• Patricia Ordóñez de Pablos, Robert Tennyson, Jingyuan Zhao - Global Hospitality and Tourism Management Technologies, IGI Global, 2012
	• Karl W. Wöber - Benchmarking in Tourism and Hospitality Industries - The Selection of Benchmarking Partners, CABI Publishing 2002
	• Clarke and Chen - International Hospitality Management Concepts and Cases, Butterworth Heinemann, 2007
• Alistair Williams - Understanding the Hospitality Consumer, Butterworth Heinemann, 2002	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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 problematicii tratate la curs - capacitatea de utilizare adecvată și corectă a noțiunilor	Examen scris cu rezolvarea temei/subiectului în termen de maxim 7 zile	70%	CPE
Seminar/ Laborator	Activități în cadrul seminarului online	Evaluare pe parcurs a activității de la seminar / rezolvare studii de caz / teme	30%	CEF

Standard minim de performanță

- Studentul cunoaște conceptele și le interpretează corect din punct de vedere practic și teoretic
- Limbajul de specialitate este corect utilizat
- Minim nota 5 la testul grilă și temele de control

(*) 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: 29.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf. univ. dr. Cosmin TILEAGĂ	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA	
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, Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Administrarea afacerilor in turism si servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Revenue Management		
2.2 Titularul activităților de curs		Lect. univ.dr. Mihaiu Diana Marieta		
2.3 Titularul activităților de seminar		Lect. univ.dr. Mihaiu Diana Marieta		
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul I	2.6 Tipul de evaluare	2.7 Regimul disciplinei: obligatorie
			E	

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.2 curs	14	3.3 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					60
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					42
Tutoriat					2
Examinări					2
Alteactivități					2
3.7 Total ore studiu individual					158
3.9 Total ore pe semestru					200
3.10 Numărul de credite					8

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Analiză Financiară, Marketing
-------------------	-------------------------------



4.2 de competențe	utilizare de indicatori economici, de lucru în echipa, rezolvarea de studii de caz.
-------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	videoproiector, laptop
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	laptop, videoproiector

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea (eficace, eficientă și de manieră integrate) unui management al veniturilor eficient la nivelul entităților economice; • Proiectarea soluțiilor decizionale (integrate) privind managementul veniturilor al entității economice; • Elaborarea cu responsabilitate a unui proiect financiar complex prin aplicarea instrumentarului specific.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și autocondusă 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 dezvolte și să aprofundeze abilitățile necesare pentru a previziona cererea pe segmente de piață, a stabili elasticitatea pretului pe fiecare segment, a ajusta prețul pentru a atinge obiectivele de performanță financiară.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea rolului Revenue Management (RM) în industria ospitalității; • identificarea rolului și a metodelor de segmentare, a strategiilor de stabilire a prețului pentru atingerea obiectivelor de profitabilitate; • cunoașterea metodelor de previziune și bugetare.

**8. Conținuturi**

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Rolul Revenue Management	expunerea, dezbateră, demonstrația, lectura, exercițiul, studiul de caz	2
Aplicarea Revenue Management pentru hoteluri		2
Segmentarea pietei		2
Previziunea cererii în domeniul hotelier		2
Strategii de stabilire a tarifelor		2
Managementul canalelor de distribuție		2
Analiza bugetului și a indicatorilor financiari		2
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> • David Hayes, Allisha Miller - Revenue management for the hospitality industry, John Wiley & Sons, 2011. • Johan Hammer - Revenue Superstar!: The Simple Rules of Hotel Revenue Management, 2017. • Gemma Hereter - Introduction to Revenue Management for Hotels: Tools and strategies to maximize the revenue of your property, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. • Michael C. Sturman, Jack B. Corgel, Rohit Verma - The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality: Cutting Edge Thinking and Practice, John Wiley & Sons, 2011. 		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Aspecte etice și legale ale Revenue Management	expunerea, dezbateră, demonstrația, lectura, exercițiul, studiul de caz	2
Poziția Revenue Managerului		2
Rolul Revenue Managerului în industria hoteliera		2
Segmentarea pietei – studiu de caz		2
Importanța previziunii cererii		
Metode de previziune a veniturilor aferente unei camere		2
Strategii de stabilire a tarifelor		4
Previziunea cererii și tarifele strategice		2
Principiile canalelor de distribuție		2
Canalele electronice de distribuție		2



Canalele non electronice de distributie		2
Analiza bugetului		2
Determinarea si analiza indicatorilor financiari		2
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> • David Hayes, Alisha Miller - Revenue management for the hospitality industry, John Wiley & Sons, 2011. • Johan Hatumer - Revenuc Superstar!: The Simple Rules of Hotel Revenue Management, 2017. • Gemma Hereter - Introduction to Revenue Management for Hotels: Tools and strategies to maximize the revenue of your property, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. • Michael C. Sturman, Jack B. Corgel, Rohit Verma The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality: Cutting Edge Thinking and Practice, John Wiley & Sons, 2011. • Tudor Bodea, Mark Ferguson - Segmentation, Revenue Management and Pricing Analytics, Routledge, 2014. 		

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

- Fișa disciplinei este elaborată pe baza unor manuale din domeniu, recunoscute pe plan național și internațional;
- Cadrul didactic are doctoratul în domeniul Finanțe;
- Conținutul disciplinei este coroborat cu cerințele organismelor profesionale CECCAR și CAFR, la care titularul de curs este membru și ale unor specialiști reprezentativi din țară și internaționali.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs		Proiect Examen final	30% 40%
10.5 Seminar/laborator		Studii de caz	30%
10.6 Standard minim de performanță			



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

Rezolvarea corecta a aplicatiilor de la examenul scris in proportie de 50%

Data completării

.....30.09.2020

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura directorului de departament

.....

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Gestiunea forței de vânzare în turism			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	II	I	7
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DD			
Titular activități curs	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	4
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		50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		31
Tutoriat:		0
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		133
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none">• Marketing• Management
Competențe	<ul style="list-style-type: none">• Capacitate de analiză, sinteză, gândire divergentă• Noțiuni de bază despre forța de vânzare



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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 gestiunii forței de vânzare în turism;• 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 gestiunea forței de vânzare în turism;• Aplicarea unor modele și instrumente pentru utilizarea gestiunii forței de vânzare în turism
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 zona gestiunii forței de vânzare în turism;• 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 aferente gestiunii forței de vânzare în turism;• Cunoașterea și corecta utilizare a conceptelor specifice gestiunii forței de vânzare în turism;• Capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• Înțelegerea conceptului de forță de vânzare în turism; înțelegerea selecției și recrutării forței de vânzare în turism; cunoașterea metodelor de motivare a personalului în vânzările din sfera turismului; asumarea corectă a noțiunii de forță de vânzare în turism; managementul operațional al vânzărilor din turism;• Corelarea unor experiențe profesionale cu unele teorii din domeniul vânzărilor în turism; identificarea unor situații concrete de aplicare a gestionării personalului în vânzări; identificarea principalelor strategii de gestionare a forței de vânzare în turism.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Actorii pieței turistice	2
Curs 2	Conceptul de angajat în vânzări	2



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 3	Poziționarea forței de vânzare din turism în activitatea de marketing a firmei turistice	2
Curs 4	Planificarea activității forțelor de vânzare din turism	2
Curs 5	Procesul de vânzare personală	2
Curs 6	Recrutarea, selectarea și angajarea forțelor de vânzare din turism	2
Curs 7	Instruirea, formarea și perfecționarea profesională a forțelor de vânzare din turism	2
Curs 8	Organizarea activității forței de vânzare din turism	2
Curs 9	Evaluarea agenților de vânzări din turism	2
Curs 10	Remunerarea și stimularea agenților de vânzări din turism	2
Curs 11	Instrumentele specifice vânzărilor în domeniul turismului	2
Curs 12	Vânzările specifice	2
Curs 13	Vânzările specifice	2
Curs 14	Cele 10 etape ale vânzării	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2
Sem 2	Tehnici de vânzare. Forța de vânzare în turism și marketing	2
Sem 3	Studii de caz – planificarea activității forțelor de vânzare în turism	2
Sem 4	Etapetele procesului de recrutare, selecție și angajare. Metode și instrumente de pregătire utilizate în formarea profesională a agenților care activează în turism	2
Sem 5	Internetul ca parte a serviciului de vânzare de călătorii	2
Sem 6	Vânzarea cu valoare adăugată. Vânzarea unei destinații. Vânzarea de călătorii responsabile	2
Sem 7	Acțiunile de fidelizare	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Prelegerea, conversația, explicația, studiul de caz.

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de vente touristique, Dunod, Paris, 2011 • M., Managementul vânzărilor, Editura Sitech, Craiova, 2009 • Fox A., Super tehnici de comunicare, Curtea veche, 2014 • Marshall G., Johnston M., Sales Force Management, Editura Taylor&Francis Ltd, 2016 • Anca Francisca Cruceru, Strategii de vânzare, Editura ASE București, 2017
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> • Kouzes J., Posner B, Adevărul despre leadership, BMI Consulting Grup, 2016 • Zook Z, Smith PR., Marketing Communications, Editura Kogan Page Ltd, 2016

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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	Pondere în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea conținutului suportului de curs	Examen scris online	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 online continuă, teme online	20%	CEF
	Aplicarea corectă a cunoștințelor dobândite	Proiect (în echipă) prezentat online	30%	CEF
Standard minim de performanță				
<ul style="list-style-type: none"> • însușirea vocabularului specific disciplinei; • înțelegerea conceptelor fundamentale; • realizarea și susținerea 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: 28/09/2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu	
Titular seminar/laborator	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu	
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 și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master
Programul de studii	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

2. Date despre disciplină

STRATEGII DE BRAND				
Denumirea disciplinei	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	Obligatoriu	II	I	8
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	DS=specialitate			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC			

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		25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, proiecte		65
Tutoriat:		12
Examinări:		6
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		158
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"> • Microeconomie, Marketing, Comportamentul consumatorului
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea corectă a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing • Dezvoltarea mixului de marketing



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

• Colectarea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing legate de companie și mediu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	facilități tehnice: videoproiector, laptop, tablă, instrumente de scris
De desfășurare a sem/lab/pr	facilități tehnice: videoproiector, laptop, tablă, instrumente de scris

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CPI: Fundamentarea științifică a deciziilor privind strategiile și politicile de brand – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizație și mediul său</p> <ul style="list-style-type: none">- identificarea și descrierea fenomenelor și proceselor care au loc la nivelul brandului, în contextul creat de dinamica mediului de afaceri;- explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor specifice brandului, în condițiile schimbărilor care au loc la nivelul mediului global de afaceri;- aplicarea de modele și instrumente de analiză, evaluare și previziune pentru identificarea factorilor (interni și externi) care influențează procesul de branding și impactul acestuia;- fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate în ceea ce privește brandul;- analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese de branding în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant. <p>CP2: Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea principiilor și proceselor de marketing care să conducă la construcția unor branduri puternice</p> <ul style="list-style-type: none">- definirea conceptelor de brand și branding, a componentelor definitorii ale procesului de branding;- explicarea și interpretarea procesului de branding – conținut, faze, definirea relației dintre părțile implicate în construcția brandului;- formularea unor avantaje și dezavantaje ale brandului din prisma consumatorilor și respectiv a deținătorilor de branduri;- elaborarea strategiei de brand și integrarea ei operațională în strategia globală a firmei;- implementarea strategiei de brand și măsurarea rezultatelor. <p>CP5: Managementul și utilizarea informațiilor și cunoștințelor în aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de măsurare a valorii brandului</p> <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea, înțelegerea și descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de măsurare a valorii brandului;- explicarea și interpretarea cantitativă și calitativă a informațiilor extrase din rapoarte;- aplicarea instrumentarului adecvat de analiză a datelor specifice;- evaluarea critic-constructivă a instrumentarului de prelucrare și analiză a datelor.
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă:</p> <ul style="list-style-type: none">- reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde corect și de a fi apreciat (motivație intrinsecă și extrinsecă)- capacitatea de a avea un comportament etic și de a promova valorile morale în marketingul organizației <p>CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <ul style="list-style-type: none">- abilitatea de a colabora cu specialități din alte domenii – în definirea problemelor, identificarea și implementarea soluțiilor / deciziilor- capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea – și de a adopta abordarea contextuală a managementului <p>CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p> <ul style="list-style-type: none">- implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina – participarea la olimpiade, concursuri și conferințe științifice studențești- cultivarea capacității de analiză a condițiilor actuale și viitoare de evoluție ale mediului intern și promovarea în acest fel a unui management orientat spre angajați
--------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea elementelor necesare construcției unei strategii de brand de succes, utilizarea și aplicarea în mod eficient a instrumentele de branding.
Obiectivele specifice	<p>Studentii trebuie să adopte o atitudine critică asupra teoriilor și conceptelor prezentate la curs. Prin realizarea sarcinilor solicitate își vor îmbunătăți capacitățile de a realiza lucrări științifice. În continuare, studenții își vor antrena competențele didactice și retorice, își vor dezvolta conștiința de sine, abilitățile critice, atitudini ce caracterizează adevărații cercetători.</p> <p>Cursul își propune, de asemenea, să pună teoria legată de strategiile de brand în practică prin examinarea unui număr de branduri reale și studii de caz din realitatea globală. Studenții vor demonstra cunoașterea realității complexe și procesului strategiei de brand. Vor învăța cum să genereze soluții originale și creative la probleme strategice și să le comunice eficient. Abilități suplimentare ca inițiativă, lucru în echipă, responsabilitate, conștiință de sine și atitudine critică vor fi exersate.</p>

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Introducere în brand și branding	2
Curs 2	Customer Based Brand Equity	2
Curs 3	Customer Based Brand Equity	2
Curs 4	Identificarea și alegerea poziționării brandului	2
Curs 5	Rezonanța brandului și lanțul valorii brandului	2
Curs 6	Crearea experienței de brand: identitatea verbală, vizuală și senzorială	2
Curs 7	Crearea experienței de brand: identitatea verbală, vizuală și senzorială	2
Curs 8	Cei patru vectori ai tangibilității brandului	2
Curs 9	Design-ul și implementarea arhitecturii de brand	2
Curs 10	Design-ul și implementarea arhitecturii de brand	2
Curs 11	Auditul de brand	2
Curs 12	Măsurarea surselor de capital de brand	2



Curs 13	Măsurarea surselor de capital de brand	2
Curs 14	Măsurarea performanței capitalului de brand	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectului de semestru: - formarea echipelor de proiect; furnizarea ghidului de proiect Care sunt cele mai puternice branduri?	2
Sem 2	Cunoașterea brandului. Modelul rețelei neuronale	2
Sem 3	Puncte de paritate și puncte de diferențiere Brand Report Card	2
Sem 4	Alegerea elementelor de brand	2
Sem 5	Crearea valorii pentru client Utilizarea asocierilor de brand în construcția capitalului de brand	2
Sem 6	Livrarea experienței de brand Livrarea promisiunii de brand	2
Sem 7	Prezentarea proiect	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

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

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Keller, Kevin Lane, Strategic Brand Management, 4th edition, Pearson Education 2013
	• Landor, The Essentials of Branding, McGraw-Hill, 2010
	• Wheeler, Alina, Designing brand identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 4th edition, John Wiley&Sons, 2012
	• Olins, Wally, Brand new: The shape of brands to come, Thames&Hudson, 2014
	• Olins, Wally, The Brand Handbook, Thames&Hudson, 2008
Referințe bibliografice suplimentare	• Steenkamp, Jan-Benedict, Global Brand Strategy: World-wise Marketing in the Age of Branding, Palgrave Macmillan, 2017
	• Trout, Jack, Rivkin, Steve, Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition, 2nd Edition, John Wiley&Sons, 2008
	• Trout, Jack, Rivkin, Steve, Repositioning: Marketing in an Era of Competition, Change and Crisis, McGraw-Hill, 2010
	• Neumeier, Marty, The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design, New Riders Publishing, 2005

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



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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 și instrumentarului specifice disciplinei	Evaluare pe parcursul semestrului	10%	-
		Examen final	20%	
Seminar/ Laborator	Dezvoltarea și prezentarea proiectului	Prezentare proiect	30%	CPE CEF
	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Evaluare pe parcursul semestrului	10%	
	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Studii de caz individuale	30%	CEF

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 evaluare finală;
- Studentul trebuie să aibă capacitatea de a transpune în lucrări practice conceptele teoretice – soluționarea studiilor de caz și realizarea proiectului în echipă.

(*) 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

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC	
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	Master zi, 2 ani
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Management de restaurant			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DA	Op	II	I	7
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E				
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA			
Titular activități 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	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				43
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren				30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri				30
Tutoriat:				15
Examinări:				15
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})				133
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25				175

44. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	•
---------------------------	---



De desfășurare a sem/lab/pr

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• definirea adecvată a principiilor specifice teoriei industriei cateringului și gestiunii restaurantelor;• interpretarea științifică a fenomenelor, situațiilor și proceselor prin adoptarea unor strategii și tactici de marketing, tehnici de vânzare și sisteme de control al vânzărilor, specifice industriei cateringului și gestiunii restaurantelor;• analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul unui restaurant, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului și a industriei gastronomice;• cunoașterea și înțelegerea aspectelor cu privire la dezvoltarea și conducerea unei afaceri de tip catering și/sau restaurant;• rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate executării de activități în cadrul firmelor de catering și restaurație;• aplicarea unor modele și instrumente de organizare a spațiilor de servire, de vânzare, etalare și depozitare a produselor alimentare în condițiile respectării legislației în vigoare;• descrierea modalităților de concepere și comercializare a meniurilor adaptate consumatorului.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• abilități de utilizare a echipamentelor informatice și abilități privind managementul informației în executarea lucrărilor de specialitate;• capacitatea de a lucra în echipe interdisciplinare, diverse și multiculturală în fundamentarea și aplicarea strategiilor specifice industriei cateringului și gestiunii restaurantelor;• abilitatea de a acționa independent și creativ în elaborarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme și de a comunica rezultate în mod demonstrativ;• aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;• 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;• formarea abilității de a colabora cu specialiștii din alte domenii complementare;• familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• cunoașterea și înțelegerea aspectelor cu privire la dezvoltarea și conducerea unei afaceri de tip catering și a restaurantelor
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• cunoașterea problemelor legate de alimentația de tip catering;• cunoașterea principalelor tipuri de meniuri catering și a modului de servire a acestora în momentul desfășurării unui



	<p>eveniment.</p> <ul style="list-style-type: none"> cunoașterea principalelor metode de determinare a calității și prospecției produselor alimentare necesare preparării meniurilor; evidența tehnico operativă din unitățile de tip catering și a restaurantelor; descrierea tehnicilor de stabilire a prețurilor meniurilor servite cu ocazia desfășurării diferitelor evenimente.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Introducere în industria de restaurație și catering	2 ore
Curs 2	Alimentație și nutriție	2 ore
Curs 3	Planificarea, designul, prețurile și evaluarea meniurilor	4 ore
Curs 4	Gestionarea producției alimentare și servirea preparatelor culinare	4 ore
Curs 5	Gestionarea producției de băuturi și servirea lor	4 ore
Curs 6	Gestiunea Resurselor Umane ale restaurantului și firmei de catering	2 ore
Curs 7	Managementul veniturilor unui restaurant	2 ore
Curs 8	Activități de marketing specific unui restaurant	4 ore
Curs 9	Amenajarea și echipamentul restaurantului	2 ore
Curs 10	Siguranta alimentelor în restaurație	2 ore
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Tipuri si caracteristici ale unităților de alimentație si servire - Restaurant, Bar, Unități de tip fast food, Cofetărie, Patiserie	2 ore
Sem 2	Structura unităților de alimentație publică	2 ore
Sem 3	Aprovizionarea cu materii prime în cateringul și industria restuaratiei	2 ore
Sem 4	Tehnica alcătuirii meniurilor/ Planificarea meniurilor în cadrul unui eveniment	2 ore
Sem 5	Tehnici de stabilire a prețurilor în alimentație	2 ore
Sem 6	Elemente introductive privind Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)	2 ore
Sem 7	Prezentarea unui proiect cu privire la organizarea și conducerea unui restaurant	2 ore
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

metode moderne de transmitere a informațiilor prin intermediul prezentărilor de tip „powerpoint”	prelegeri urmate îndeaproape de exemple din realitatea economică	studii de caz
--------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	---------------

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Micu Cristina, Stănciulescu Gabriela, Managementul operațiunilor în hotelărie și restaurație, Ed. CH Beck, 2012
	Stavrositu S., Managementul calității serviciilor si ospitalitatea in restaurante, gastronomie, hoteluri, Polirom, 2014
	Băbăiță Carmen., Cateringul ca afacere, editia a-II-a Editura Mirton, 2014

	Bernard Davis, Andrew Lockwood, Peter Alcott, Ioannis Pantelidis., Food and Beverage Management, 5th edition, Routledge, 2012
	Nancy Loman Scanlon., Catering Management, Wiley, 2012
	John Walker - Introduction to Hospitality Management, 3rd edition, Prentice Hall, 2011
	Berechet G., Cojocaru S., Florea C., Lăscuț R., Nica L., Tincă-Niță C., Toma.C., Manualul directorului de restaurant- București : THR-CG, 2004
Referințe bibliografice suplimentare	Stere Stavrositu – Arta serviciilor în restaurante și baruri, tehnologie culinară, serviciilor hoteliere, Centrul Național de Numerotare Standardizată, București, 2008
	Bruce Mattel - Catering: A Guide to Managing a Successful Business Operation, Wiley, 2008
	Ninemeier, J. D., & Hayes, D. K. Restaurant operations management: Principles and practices. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall, 2006
	Lora Ardușel, Douglas Robert Brown, The professional caterer's Handbook, Atlantic Publishing Group, INC. 2006

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 problematicii 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/ Laborator	Proiect de seminar	Prezentare proiect online	20%	CEF
	Activități în cadrul seminarului online	Evaluare pe parcurs a activității de la seminar / rezolvare studii de caz / teme	30%	CPE

Standard minim de performanță

- 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;
- participarea activă la orele de curs și seminar

(*) 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;

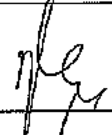

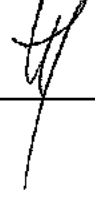


ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Data completării: 28.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

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

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice**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	Master zi
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici de finanțare și decontare în turismul internațional						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Sorin BURNETE						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Sorin BURNETE						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DA

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					6
Examinări					7
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					133
3.9 Total ore pe semestru					175
3.10 Numărul de credite					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Management in turism Finanțele firmei Franzacții comerciale
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**

Competențe profesionale	<p>CP1: Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism, prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizații:</p> <ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de investigare și analiză critică prin utilizarea metodelor specifice de cercetare a proceselor și fenomenelor economico-sociale la nivelul organizațiilor care operează în domeniul turismului și serviciilor • capacitatea de sinteză și evaluare a proceselor și fenomenelor ce au loc și se manifestă la nivelul organizațiilor, în condițiile evoluțiilor și tendințelor ce se înregistrează la nivelul mediului global de afaceri. <p>CP4 : Exercițarea (eficace, eficientă și de manieră integrată a) capacității antreprenoriale și investiționale în domeniu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a elabora și gestiona proiecte complexe, cu finanțare europeană și de altă natură în sectoarele turismului și serviciilor • abilitatea de a acționa independent și creativ în elaborarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme și de a comunica rezultate în mod demonstrativ
Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă:</p> <ul style="list-style-type: none"> • reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde corect și de a fi apreciat (motivație intrinsecă și extrinsecă) • capacitatea de a avea un comportament etic și de a promova valorile morale în cadrul organizației

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea de către studenți a impactului pe care problemele financiare îl au asupra firmelor din industria turistică
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea de către studenți a problemelor cu care se confruntă firmele din industria turistică în ce privește: <ul style="list-style-type: none"> o tehnica plăților tradiționale; o tehnica plăților online; o comerțul cu produse turistice online; o finanțarea capitalului fix și a celui circulant; o evaluarea firmei turistice; o costurile finanțării; o alte probleme.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Instrumente de plată utilizate în comerțul cu bunuri și servicii	<ul style="list-style-type: none"> • prezentarea temei de curs (expunere euristică); • explicarea conceptelor, principiilor, instrumentelor etc., pe bază de: <p>discuții (întrebări, schimburi de opinii etc.); exemple; analize de caz etc. analizarea legăturilor cauzale; formularea de concluzii și predicții.</p>	2 ore.
Instrumente de plată specific turismului	Idem	4 ore
Mijloace de plată electronice: cardul și internetul. Plăți electronice în turism	Idem	2 ore

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

Impactul internetului asupra turismului	Idem	4 ore
Elemente de micro-management financiar în turism	Idem	2 ore
Evaluarea firmei turistice	Idem	4 ore
Evaluarea proiectelor de investiții în turism	Idem	4 ore
Costul finanțării capitalului propriu. Costul capitalului de împrumut	Idem	2 ore
Finanțarea firmei turistice pe plan global	Idem	2 ore
Finanțarea prin mijloace alternative (factoring, leasing etc.)	Idem	2 ore
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> • Burnete S. – <i>Circuitul banilor în turism: finanțare și plăți</i>, Ed. Univ. Lucian Blaga, 2014 • Stănculescu G., Țigu G. – <i>Tehnica operațiunilor de turism</i>, Ed. "All Beck", 2005 • Wiseman E., Edmonds J., Betteridge D. – <i>Finance in Leisure and Tourism</i>, Hodder GNVQ - Leisure & Tourism in Action, 2006 • Zongqing Z. – <i>E-Commerce and Information Technology in Hospitality and Tourism</i>, Thomson Delmar Learning, 2004 • J. Timmons, S. Spinelli, A. Zacharakis – <i>How to Raise Capital: Techniques and Strategies for Financing and Valuing your Small Business</i>, McGraw-Hill, 2004 • Wiseman E. – <i>Finance in Leisure and Tourism</i>, Hodder&Stoughton, 1996 • Witt S.F., Moutinho L. – <i>Tourism Marketing and Management Handbook</i>, 2nd ed., Prentice Hall International Ltd., 1994 • Lupu N. – <i>Hotelul / economie și management</i>, Ed. "All Beck", 1999 • Negruș M. – <i>Plăți și garanții internaționale</i>, Ed. "All", 1996 • Cristoreanu C. – <i>Economia imaterialului: tranzacțiile internaționale cu servicii</i>, Ed. "All Beck", 1999 		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Transferurile bancare externe	<ul style="list-style-type: none"> • analiza tematicii din PA pe bază de: dezbateri; prezentare de referate; recenzii; alte activități. 	1 ora
Titlurile de credit (cambia, biletul la ordin, cecul)	Idem	1 ora
Cecul de călătorie, voucherul. Aplicații	Idem	1 ora
Plata prin carduri. Sisteme de plăți prin internet	Idem	1 ora
Tranzacții B2B și B2C în turism	Idem	1 ora
Planificarea financiară a firmei turistice	Idem	2 ore
Măsurarea performanței financiare a firmei turistice. Evaluarea firmelor nou înființate	Idem	2 ore
Evaluarea proiectelor de investiții în turism. Aplicații	Idem	2 ore
Finanțarea firmelor nou înființate	Idem	1 ora
Finanțarea prin leasing. Aplicații	Idem	2 ore
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> • Burnete S. – <i>Circuitul banilor în turism: finanțare și plăți</i>, Ed. Univ. Lucian Blaga, 2014 • Stănculescu G., Țigu G. – <i>Tehnica operațiunilor de turism</i>, Ed. "All Beck", 2005 • Witt S.F., Moutinho L. – <i>Tourism Marketing and Management Handbook</i>, 2nd ed., Prentice Hall International Ltd., 1994 • Lupu N. – <i>Hotelul / economie și management</i>, Ed. "All Beck", 1999 • Negruș M. – <i>Plăți și garanții internaționale</i>, Ed. "All", 1996 		

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

- Cristureanu C. – *Economia imaterialului: tranzacțiile internaționale cu servicii*, Ed. "All Beck", 1999

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

Conținutul disciplinei răspunde exigentelor academice și profesionale prin faptul că dezvoltă capacitatea studenților de a înțelege problemele financiare ale firmelor turistice în contextul economiei naționale și globale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- tratarea corectă și completă a tuturor subiectelor de pe biletul de examen; - răspuns corect la 1-2 întrebări suplimentare	- răspunsurile la examen (evaluarea finală)	50%
10.5 Seminar/laborator	Participare activă la dezbateri, manifestată prin: - interes față de problemele analizate atitudine critică și autocritică	- evaluarea periodică prin verificări orale și/sau scrise	20%
	Parcurgerea bibliografiei	- activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte etc.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> o tratarea corectă a cel puțin unuia din subiectele de pe biletul de examen; o răspuns corect la 1-2 întrebări suplimentare 			

Data completării

24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura șefului departamentului

.....

**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 în turism și servicii
Ciclul de studii	Master
Specializarea	

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Eficiența investițiilor în turism și servicii			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
		II	I	7
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Titular activități curs	Conf.univ.dr.Paul Lucian			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr.Paul Lucian			

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		40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		40
Tutoriat:		10
Examinări:		3
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Economia turismului ,Economia serviciilor
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu proiector multimedia și computer
---------------------------	---------------------------------------------------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr | Sală de curs dotată cu proiector multimedia și computer

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- să analizeze condițiile oferite de România în ceea ce privește investițiile în turism și servicii-utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor și metodelor de evaluare a unei investiții în turism sau servicii- să aplice sistemul de indicatori din domeniu și să-i interpreteze corespunzător
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">-utilizarea conceptului de investiții în desfășurarea activității la nivel de companie- cunoașterea elementelor de eficiență a investițiilor la evaluarea unui proiect de investiții în turism sau servicii- utilizarea sistemului de indicatori în activități conexe investițiilor.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">-să definească conceptele de investiții, , eficiență, eficiența investițiilor și să le delimiteze- formarea unei atitudini responsabile față de fenomenul investitional și importanța lui în economie- să cunoască sistemul de indicatori de evaluare a eficienței investițiilor în turism și servicii
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">-cunoașterea procesului de implementare a investițiilor-dobândirea de abilități pentru a dezvolta investiții eficiente-formarea gândirii studentului pentru a urmări obținerea de profit în urma exploatării investiției prin stabilirea corectă a mărimii capacității de producție și a identificării corecte a costurilor- să analizeze modalitățile prin care se realizează investițiile în turism și servicii- să analizeze sistemul de indicatori de evaluare a eficienței investițiilor în turism și servicii

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore
------	---------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 1	Curs introductiv.Fundamentele teoretice, ale conceptului de investitii,de eficiență economică și de eficiență a investițiilor,	2
Curs 2	Strategii investitionale	2
Curs 3	Etapele procesului investițional	4
Curs 4	Planul de afaceri	4
Curs 5	Documentatia pentru investitii	2
Curs 6	Surse de finanțare a investițiilor în turism si servicii	2
Curs 7	Riscul în investiții	2
Curs 8	Evaluarea economică și financiară a investițiilor în turism si servicii. Sistemul de indicatori de evaluare a eficienței economice a investițiilor în turism.	2
Curs 9	Investiții în turism si servicii în Romania-investitii publice	4
Curs 10	Finanțarea investițiilor din fonduri europene	2
Curs 11	Investiții străine în sectorul turismului si serviciilor	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Despre Investitii în turism si servicii si rolul lor în economie,Etapele procesului investițional	2
Sem 2	Planul de afaceri	2
Sem 3	Documentatia pentru investitii	2
Sem 4	Factorii de risc privind investițiile în turism si servicii	2
Sem 5	Principalii ,indicatorii si criterii de evaluare a eficienței economice a investițiilor în sectorul turismului si serviciilor. Eco-eficiența investițiilor	2
Sem 6	Importanța investițiilor străine în turism si servicii	2
Sem 7	Strategii de atragere a investițiilor în turism si servicii	2
Total ore seminar/laborator		14
Metode de predare		
prelegere,dezbateri		referate,dezbateri,studii de caz



Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Vasilescu I., „Eficiența investițiilor”, Universitatea „Gh Cristea”, București 1998.
	Lucian Paul, „Eficiența Investițiilor”, Editura Universității Lucian Blaga Sibiu 2004
	Lucian Paul, „ Investiții”, Editura Universității Lucian Blaga Sibiu 2018
	Romanu I., Vasilescu I., „Managementul investițiilor”, Ed. Margaritar, București, 1997
	Puiu Nistoreanu Ecoturism si turism rural, ASE 2006
	Rodica Minciu , Economia turismului Uranus 2004
	Gabriela Stanciulescu ,Managementul operatiunilor de turism, ed. a II-a revazuta si adaugita (editia 2003) CH Beck 2003
	Cosmescu, I. – Turismul, fenomen complex contemporan, Editura Economică, București, 1998
	Cosmescu, I., Ilie, L. Economia serviciilor, Editura Universității “Lucian Blaga” din Sibiu, 1999
Referințe bibliografice suplimentare	Vasilescu I., Botezatu M., „Investiții – studii de caz, teste grila”, Ed. Economică, București 1999
	Staicu Fl (coordonator) „Eficiența economică a investițiilor”, EDP, București, 1995.
	Marian Stoian, „ Gestiunea Investițiilor”, Editura ASE București 2002
	Ioan Bogdan , „Tratat de Management Financiar- Bancar”,Editura Economică,București 2002

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	Raspunsuri la intrebari	examen	60%	
Seminar/ Laborator	Referat+Prezentare+Discutii		40%	
Standard minim de performanță				



ULBS
Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu




Cunoașterea noțiunilor de bază privind investițiile și eficiența investițiilor în turism și servicii

(*) 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: 29.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr.Paul Lucian	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr.Paul Lucian	
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	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Managementul competențelor			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DA	II	I	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E				
Titular activități curs	lect. dr Lucia Frățiciu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	lect.dr. Lucia Frățiciu			

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		30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		46
Tutoriat:		5
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		133
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
Competențe	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor / conceptelor și instrumentarului de bază ale administrării afacerilor, în vederea explicării și operaționalizării aplicate a acestora, precum și a realizării de conexiuni

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Conexiune la internet, laptop/calculator/tabletă
De desfășurare a sem/lab/pr	Conexiune la internet, laptop/calculator/tabletă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • explicarea și interpretarea procesului evaluării satisfacției clienților-conținut, faze, definirea relației dintre așteptările clienților/personalului privitoare la servicii și satisfacția resimțită de aceștia; • implementarea standardelor de calitate a serviciilor și control-evaluarea gradului de satisfacție a clienților/personalului; • identificarea și descrierea fenomenelor și proceselor care au loc la nivelul firmei de turism-servicii, în contextul creat de dinamica mediului de afaceri; • înțelegerea mai amplă a mecanismelor economiei, precum și oportunitățile și provocările cu care se confruntă o organizație din domeniul turismului/serviciilor.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • realizarea unui proiect complex, prin asumarea cu responsabilitate a sarcinilor specifice rolului într-o echipă plurispecializată și autocondusă; • soluționarea în timp real, în condiții de independență decizională, a unei probleme etice reale/ipotetice de la locul de muncă.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • formarea și fundamentarea bazei științifice în domeniul managementului competențelor.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • însusirea de cunoștințe despre metodele și mijloacele folosite în managementul competențelor; • formarea de abilități necesare identificării competențelor, atragerii lor în afaceri, a dezvoltării și valorificării lor în vederea atingerii obiectivelor strategice.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Managementul competențelor-aspecte fundamentale	2
Curs 2	Compatibilitatea și complementaritatea managementului competențelor cu managementul cunoștințelor	2
Curs 3	Importanța resurselor umane în organizații	2
Curs 4	Capitalul intelectual	2
Curs 5	Managementul talentelor	2
Curs 6	Conceptul de competență	2
Curs 7	Formarea competențelor resurselor umane	4
Curs 8	Competențe colective	4
Curs 9	Competențele cheie ale întreprinderii	2
Curs 10	Competența profesională în managementul resurselor umane-premisă a competitivității în cadrul întreprinderilor transnaționale	2
Curs 11	Exigențe noi în ceea ce privește competențele și managementul acestora din România	4
Total ore curs:		28



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Seminar introductiv. Înțelegerea obiectivelor specifice disciplinei, prezentarea modalităților de lucru, a bibliografiei, a temelor de seminar	1
Sem 2	Managementul competențelor - aspecte fundamentale	3
Sem 3	Compatibilitatea și complementaritatea managementului competențelor cu managementul cunoștințelor	2
Sem 4	Universitățile și dezvoltarea capitalului uman	2
Sem 5	Recrutarea competențelor și integrarea lor în organizații	2
Sem 6	Formarea competențelor resurselor umane	2
Sem 7	Competențe de care trebuie să dispună un bun manager	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Prelegerea; Explicatia; Brainstorming; Expunerea; Dezbaterea și problematizarea; Studiul de caz; Demonstrația; Lucrul în echipă		
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Avasilicăi, S., Hutu, C., <i>Competențe antreprenoriale</i> , Editura Performantica, Iași, 2012.
	Becker, G., S., <i>Capitalul uman : o analiză teoretică și empirică cu referire specială la educație</i> (traducere), Editura ALL, București, 1997.
	Bodan, I., Fraticiu, L., <i>Managementul grupurilor de muncă: subsistem de management important, specific acestui secol</i> , Sibiu: Editura Universității "Lucian Blaga", 2014.
	Ciubotaru, Gh., Ciubotaru, M.C., <i>Competența profesională-instrument de eficientizare a managementului resurselor umane</i> , Editura Universității "Lucian Blaga", Sibiu, 2015.
	Hoffman, R. ; Casnocha, B.; Yeh, C.(traducere), <i>Alianta : Managementul talentelor în era conectivității</i> , 2016.
	Lefter, V.; Deaconu, A.; Manolescu, A., Marinaș, C., Marin, I., <i>Managementul resurselor umane</i> , Ed. Pro Universitaria, București, 2012.
	Muscalu, E.; Bădiță, S., <i>Managementul resurselor umane: necesitate și actualitate</i> , Editura Universității "Lucian Blaga", Sibiu, 2016.
	Nicolescu, O., Nicolescu, C., <i>Organizația și managementul bazate pe cunoștințe: teorie, metodologie, studii de caz și baterii de teste</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2011.
Referințe bibliografice suplimentare	Articole științifice din domeniu.
	Hellriegel, D., Jackson, S., Slocum, J., W., <i>Managing: A Competency- Based Approach</i> (eleventh edition), Thomson/South-Western, 2007.
	Griffiths, B., Washington, E., <i>Competencies at Work: Providing a Common Language for Talent Management</i> , Business Expert Press, New York, 2015.
	Lussier, N., R., Hendon, J.R., <i>Human Resource Management: Functions, Applications, and Skill Development</i> , 3 rd edition, SAGE Publications, 2019.
Mursa, G., Ignat, I., <i>Capital uman și competitivitate</i> , Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2009.	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Sanghi, S., <i>The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations</i> , 3 rd edition, SAGE Publications, 2016.
Tudose, G., <i>Gestiunea resurselor umane din perspective convergenței competențelor cu piața muncii</i> , Ed. Agir, București, 2012.
Zamfir, A.M.; Mocanu, C.; Maer Matei, M., <i>Competențe și participare pe piața muncii</i> , Ed. Universitară, 2015.
Warier, S., <i>Competence & Competency Management - The Practitioners Handbook: Develop Organizational Competence & Individual Competencies</i> , Create Space Independent Publishing Platform, 2014.

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 conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Proiect final	50%	CEF
	Participarea la dezbateri	Notare pe parcursul semestrului	10%	nCPE
Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none"> • Înțelegerea situației concrete • Problematizarea • Identificarea și formularea soluțiilor 	Proiecte / teme, studii de caz	40%	nCPE

Standard minim de performanță

Studentul:

- să observe și să clasifice noțiunile de bază folosite în Managementul competențelor;
- să enumere, să definească, să recunoască, să identifice, categoriile fundamentale specifice disciplinei;
- să perceapă corect conținutul termenilor și categoriilor folosite.

(*) 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

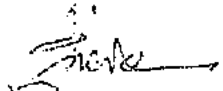
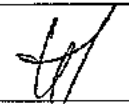
Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	lect.dr. Lucia Frățiciu	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Titular seminar/laborator	lect.dr. Lucia Frățiciu	
Director de departament	conf.dr. Camelia Budac	

Adresa: Bd-ul. Victoriei, nr.10
Sibiu 550024, România
e-mail: rectorat@ulbsibiu.ro
www.ulbsibiu.ro

tel: +40-(269) 21.60.62
fax: +40-(269) 21.78.87

**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 și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI DE SERVICII			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DA	Opțional	2	1	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Oana Duralia			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Oana Duralia			

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		56
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		39
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		34
Tutoriat:		2
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		133
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"> Marketing
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea, explicarea și utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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	<p>Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea principiilor și proceselor legate de calitatea serviciilor pentru clienți și personal incluzând evaluarea nevoilor clienților, întrunirea standardelor de calitate a serviciilor și evaluarea satisfacției clienților:</p> <ul style="list-style-type: none">identificarea de termeni, relații, procese, perceperea unor relații și conexiuni referitoare la calitatea serviciilorutilizarea corectă a termenilor de specialitate în domeniul serviciilordefinirea/nominalizarea de concepte și termeni cu privire la serviciile turistice și nu numaicapacitatea de adaptare la noi situații și realități concrete în sectorul terțiarcapacitatea de adaptare la noi situații <p>Elaborarea și implementarea principiilor și metodelor privind expunerea, promovarea și vânzarea serviciilor organizației</p> <ul style="list-style-type: none">descrierea, înțelegerea și explicarea (în context și interdependență) a conceptelor și metodelor specifice vânzării și promovării serviciilorinterpretarea științifică a fenomenelor, situațiilor și proceselor prin adoptarea unor strategii și tactici de marketing, tehnici de vânzare și sisteme de control al vânzărilor, specifice <p>Managementul și utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de administrare a firmei de turism/servicii:</p> <ul style="list-style-type: none">culegerea, analiza și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ, din diverse surse alternative, respectiv din contexte profesionale reale și din literatura de specialitate în domeniu, pentru formularea de argumente, decizii și demersuri concrete;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilăIdentificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și autocondusă, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipeiIdentificarea 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	• Înțelegerea importanței studierii comportamentului
-----------------------------------	------------------------------------------------------

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	consumatorului și a influenței acestuia asupra activității firmei prestatoare de servicii 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 care operează în domeniul turismului și serviciilor; •Deprinderea cunoștințelor necesare analizei și evaluării factorilor ce influențează comportamentul consumatorului de servicii; •Însușirea cunoștințelor necesare fundamentării deciziilor de marketing ca urmare a studierii particularităților comportamentului consumatorului de servicii; •Dobândirea unor cunoștințe necesare înțelegerii și explicării procesului decizional de achiziție al unui serviciu.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Particularitățile comportamentului consumatorului de servicii;	2
Curs 2	Dimensiunile comportamentului consumatorului de servicii;	2
Curs 3	Tipologia consumatorului de servicii și segmentarea pieței;	2
Curs 4	Procesul decizional de cumparare al unui serviciu;	2
Curs 5	Influențe direct observabile asupra comportamentului consumatorului de servicii ;	2
Curs 6	Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului de servicii ;	2
Curs 7	Influențe de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului de servicii ;	2
Curs 8	Modificări apărute în comportamentul consumatorului de servicii turistice;	2
Curs 9	Calitatea serviciilor și satisfacția consumatorului;	2
Curs 10	Extinderea conceptului de Euro-turist la nivel global;	2
Curs 11	Studierea stilului de viață al consumatorului de servicii;	2
Curs 12	Fundamentarea deciziilor de marketing prin rezultate ale studierii comportamentului consumatorului de servicii;	2
Curs 13	Modele ale comportamentului consumatorului adaptate pentru piața serviciilor turistice;	2
Curs 14	Tendențe de viitor cu privire la comportamentul consumatorului de servicii;	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Proiectarea și realizarea studiilor comportamentale- obiective urmărite;	2
Sem 2	Comportamentul consumatorului și imaginea firmei prestatoare-referat;	2
Sem 3	Studiu de caz: Segmenting the leisure shopping market	2



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Sem 4	Studiu de caz: The Savoy Hotel, London	2
Sem 5	Studiu de caz: First Choice Holidays all-inclusive package	2
Sem 6	Studiu de caz: Industrial tourism in France	2
Sem 7	Prezentare proiecte	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

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

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Cetină, I. (coord.) , Barbu, A. M , Brandabur, R. E. & Constantinescu, M- Marketingul serviciilor : Fundamente și domenii de specializare, Ed. Uranus,2009;
	• Dumitrescu, L., Apostu, C. – Marketingul și calitatea serviciilor, Ed. Expert, 2009;
	• Kotler, P., Makens, J., Bowen, J., - Marketing for Hospitality and Tourism, Ed. Pearson, 2013;
	• Lovelock, C., Wirtz, J.- Services Marketing, Ed. Pearson, 2012;
Referințe bibliografice suplimentare	• Schiffman, L. , Kanuk, L., Hansen, H. - Consumer behavior, Ed. Pearson, 2012;
	• Solomon, M., -"Consumer Behavior. Buying, Having and Being"-, Ed. Pearson, 2007;
	• Swarbrooke, J., Horner, S. – Consumer Behaviour in Tourism, Second Edition, Ed. Elsevier, 2007;

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor 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

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



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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				
<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 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: 29.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	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.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	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Managementul produsului turistic			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	II	2	8
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Lect. dr. Dumitru TROANCA			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. dr. Dumitru TROANCA			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1	1	-	-	2
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
12	12	-	-	24

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		56
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		56
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		50
Tutoriat:		12
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		176
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Tehnica operațiunilor de turism
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Videoprojector și acces la internet
---------------------------	-------------------------------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr	Videoprojector și acces la internet
-----------------------------	-------------------------------------

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> CP1 – Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său CP3 – Elaborarea și implementarea principiilor și metodelor privind expunerea, promovarea și vânzarea serviciilor organizației CP4 – Exercițarea (eficace, eficientă și de manieră integrată a) capacității antreprenoriale și investiționale în domeniul turismului/serviciilor
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT2 - Identificarea și deținerea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și autocondusă, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea conceptelor, metodelor și tehnicilor de împachetarea a produselor turistice complexe
Obiectivele specifice	Dezvoltarea capacității studenților de a înțelege modul de concepere, organizare și promovare a pachetelor de servicii turistice astfel încât, după parcurgerea acestui curs să fie capabili a-și asuma conceperea unui astfel de produs

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Produsul turistic	2
Curs 2	Pachetele turistice	2
Curs 3	Vacanțele scurte	2
Curs 4	Turismul de incoming	2
Curs 5	Croazierele, turismul cu autocarul și închirierile de autoturisme	2
Curs 6	Transporturile cu feribotul și pe calea ferată. Transporturile aeriene	2
Total ore curs:		12
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Produsul turistic	2
Sem 2	Pachetele turistice	2
Sem 3	Vacanțele scurte	2
Sem 4	Turismul de incoming	2
Sem 5	Croazierele, turismul cu autocarul și închirierile de autoturisme	2
Sem 6	Transporturile cu feribotul și pe calea ferată. Transporturile aeriene	2
Total ore seminar/laborator		12

Metode de predare

Curs: prelegerea, explicația, problematizarea, discuții, dezbateri.		
Seminar: Prelegerea, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz.		

Bibliografie

Referințe	Syratt, G., Archer, J., <i>Manual of Travel Agency Practice</i> , 3rd ed., Elsevier, 2003
-----------	-------------------------------------------------------------------------------------------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

bibliografice recomandate	Horner, S., Swarbrooke, J., <i>International Cases in Tourism Management</i> , Elsevier, 2004
	Page, S., <i>Tourism Management</i> , Elsevier, 2009
	Beech, J., <i>The Business of Tourism Management</i> , Pearson Education Limited, 2006
	Buhalis, D., Costa, C., <i>Tourism Business frontiers, consumers, products and industry</i> , Elsevier, 2006
Referințe bibliografice suplimentare	Artal-Tur, A., Kozak, M., Kozak, N. <i>Trends in Tourist Behavior - New Products and Experiences from Europe</i> , Springer, 2019
	Kozak, M., Kozak, N. <i>Tourist Destination Management - Instruments, Products, and Case Studies</i> , Springer 2019

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.
În urma unei serii de întâlniri și dezbateri profesionale cu toți actorii din turism și cu cei implicați în dezvoltarea produselor turistice (OMD-uri, turoperatori, agenții de turism, agenții de organizare de evenimente, autorități locale), conținutul cursului a fost adaptat cerințelor mediului economic.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Volumul și corectitudinea cunoștințelor teoretice	Examen scris tip grilă (online)	30%	
Seminar/ Laborator	Activitatea de seminar	Evaluare pe parcursul semestrului	20%	nCPE
	Proiect de echipă	Evaluare pe parcursul semestrului	30%	nCPE
	Abilitatea de a rezolva un studiu de caz	Evaluare finală (online)	20%	nCPE
Standard minim de performanță - minim 50% din punctaj				
✓ cunoașterea conceptelor cheie cu care operează disciplina				
✓ capacitatea de a transpune în proiecte conceptele teoretice însușite				

(*) 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: 29.09.2020

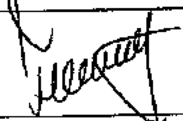

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Lect. dr. Dumitru TROANCA	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Titular seminar/laborator	Lect. dr. Dumitru TROANCA	
Director de departament	Conf. 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	Master
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Inovație și trenduri în turism			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO – Disciplina obligatorie	2	2	8
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Eugen Popescu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Eugen Popescu			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1	1	-	-	2
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
12	12	-	-	24

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		48
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		66
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		48
Tutoriat:		8
Examinări:		6
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		176
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		200

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	•
Competențe	•



5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • facilități tehnice: videoproiector, laptop, tabla, instrumente de scris, acces la internet
De desfășurare a sem/lab/pr	<ul style="list-style-type: none"> • facilități tehnice: videoproiector, laptop, tabla, instrumente de scris, acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • înțelegerea conceptelor legate de inovație, antreprenoriat în conetxtul turismului; • înțelegerea și utilizarea terminologiei specifice; • implementarea strategiilor de dezvoltare a afacerilor în cadrul societăților din industria ospitalității; • abilitatea de a analiza și de a propune soluții legate de tehnologie și inovație pentru a crea noi experiențe în turism • capacitatea de a proiecta, genera și implementa produse turistice noi la nivel național și internațional. • să fie capabili să identifice și să aplice noi tendințe în managementul afacerilor din tusim și industria ospitalității care permit o dezvoltarea profesională și succesul în afaceri în industrie.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea capacității de analiză; • Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă ; • Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă multidisciplinară și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarizarea studenților cu cele mai recente tendințe și probleme care afectează industria ospitalității și turismul, se vizează explorarea celor mai recente trenduri tehnologice în domeniu. Explorând legăturile dintre inovație și antreprenoriat, studenții să fie capabili să înțeleagă și să genereze noi modele de afaceri și să dezvolte noi produse în domeniu, având ca punct central experiența livrată clientul.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea noilor tendințe existente în sfera industriei ospitalității și a turismului • Înțelegerea și folosirea tehnologiilor moderne pentru gestiunea unei afaceri în domeniu. • Înțelegerea naturii dinamice și evolutive a turismului. • Înțelegerea importanței inovării în domeniu și a dezvoltării de noi modele de afacerii și/sau noi produse. • Deprinderea unor abilități specifice metodologiei de tip design thinking

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Definirea noțiunii, structura și rolul economic al inovației și antreprenoriatului în turism. Procesul de inovare în turism	2
Curs 2	Creativitatea și Inovare	2
Curs 3	Inovație și antreprenoriat	2
Curs 4	Design thinking și service design în turism	2
Curs 5	Utilizarea tehnologiei și a Internetului în industria ospitalității	2
Curs 6	Tendințe în turism la nivel național și internațional	2
Total ore curs:		12



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Inovație, antreprenoriat și modele de afaceri în industria ospitalității	2
Sem 2	Tendențe în sectorul hotelăriei și Horeca	2
Sem 3	Tendențe în cadrul organizațiilor de management al destinației și în cadrul gestiunii și promovării atracțiilor turistice	2
Sem 4	E-tourism și social media	2
Sem 5	Eco-turism. Mīt sau realitate?	2
Sem 6	Turism sustenabil . Turismul și schimbările climatice.	2
Total ore seminar/laborator:		12

Metode de predare

Expunere și prelegere	Pentru Cursuri	
Studiu de caz și exerciții în sală	Pentru Seminarii	

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> • Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). <i>Tourism and Innovation</i>. Routledge. • Benckendorff, P.J., Sheldon, P.J., Fesenmaie, D. R. (2014). <i>Tourism Information Technology</i>, CABI. • Burger-Helmchen, T.(Ed.) (2012), <i>Entrepreneurship – Creativity and Innovative Business Models</i>, InTech • Buhalis, D. and Costa, C. (2006) <i>Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools</i>, Oxford: Butterworth-Heinemann. • Lee-Ross, D., Lashley, C. (2009). <i>Entrepreneurship and Small Business Management in the Hospitality Industry</i>. Butterworth-Heinemann • Morrison, A., Rimmington, M. and Williams, C (2011) <i>Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries</i>, Abingdon, Routledge • Page, S. and Ateljevic, J. (2009) <i>Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives</i>, Burlington: Butterworth-Heinemann. • Peters, M., Pikkemaat, B. (2005), <i>Innovation in Hospitality and Tourism</i>, The Haworth Hospitality Press, New York, books.google • Rusu S.. (2014), <i>Antreprenoriat în turism și industria ospitalității</i>, București, Ed. C.H. Beck • Vaduva S., (2004), <i>Antreprenoriatul. Practici aplicative în România și în alte țări în tranziție</i>. Editura Economică
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> • Drucker, P.F. (2006), <i>Innovation and Entrepreneurship</i>, Harper Paperbacks, New York • Kotler, P., Bowen, T.B., Makens J.C., <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i>, 5th ed., Pearson Prentice Hall, New Jersey. 2010. • Pine, J. and Gilmore, J. (1999) <i>The Experience Economy</i>, Harvard Business School Press, Boston, 1999. • Vaduva, S. (2014), <i>Developing entrepreneurship and creativity in the Romanian business environment</i>. Ed. Emanuel University Press, Oradea.

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

- Cursul și seminariile au un conținut similar cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din România și străinătate, se folosesc manuale și materiale bibliografice de actualitate din țară și din străinătate.



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

- Pentru adaptarea mai eficientă la cerințele pieței din mediul on-line se stabilesc întâlniri cu reprezentanții mediului de afaceri local și național cu activitate în domeniul comerțului electronic și periodic sunt invitați să susțină scurte prelegeri și să facă prezentări în fața studenților.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere în nota finală	Obs.**
Curs	Conform grilei de evaluare aferente testului (20 itemi x 0,5 p)	Examen scris/oral	50%	CPE; CEF
Seminar/ Laborator	Evaluare pe parcursul semestrului	Teme și studii de caz	25%	nCPE; CEF
	Capacitatea de a aplica în practică noțiunile înșușite. Evaluarea finală a proiectului.	Proiect	25%	CPE; CEF

Standard minim de performanță

Cerințe minime pentru nota 5:

- înșușirea vocabularului specific disciplinei;
- înțelegerea conceptelor fundamentale aferente disciplinei de studiu;
- minim 4 prezențe la seminar.
- minim nota 5 în examen.

(*) 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: 30.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Lect. univ. dr. Popescu N Eugen	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Popescu N Eugen	
Director de departament	Conf. univ. Casandra Budoc	



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 și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	SEMINAR DE CERCETARE			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	Obligativu	II	II	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
	DF			
Titular activități curs	-			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf. Univ. Dr. Ioana Negru			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
-	12	-	-	12
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
-	12	-	-	12

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		24
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		24
Tutoriat:		2
Examinări:		8
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		88
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Nu este cazul
De desfășurare a sem/lab/pr	Este nevoie de proiector și powerpoint, sunet, internet; utilizarea telefoanelor mobile de către studenți este strict interzisă

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CPI – Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificarea și descrierea fenomenelor și proceselor care au loc la nivelul firmei de turism-servicii, în contextul creat de dinamica mediului de afaceri; -Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice firmei de turism-servicii, în condițiile percepției corecte a mutațiilor care au loc la nivelul mediului global de afaceri; -Aplicarea de modele și instrumente de analiză, evaluare și previziune pentru identificarea factorilor (interni și externi) care influențează dinamica proceselor ce se derulează în cadrul firmei de turism/servicii și a impactului acestora; -Fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate la nivelul firmei de turism/servicii; <p>Analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul organizației de turism/servicii, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant.</p>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă • CT3 - 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	Scopul disciplinei 'Metode de cercetare' este de a pregăti studenții în procesele de cercetare academică și de a construi abilitățile necesare argumentației privind realizarea lucrării de dizertație;
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarizarea studenților cu procesul de cercetare și asimilarea a metodelor de cercetare cantitative și calitative; • Familiarizarea studenților cu metode de argumentare logică și acumularea de fundamente științifice; • Asimilarea recenziei de literatură academică și a sistemelor bibliografice și de referință internaționale; • Familiarizarea studenților cu analiza cantitativă și calitativă a datelor

8. Conținuturi

Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Ce este procesul de cercetare, cum se face cercetarea și cum se stabilesc întrebările de cercetare?	2
Sem 2	Concepte esențiale de cercetare și legături Ontologie-Epistemologie-metodologie. Cercetare cantitativă versus cercetare calitativă	2
Sem 3	Metode de cercetare cantitativă (noțiuni statistice de bază: medie aritmetică, mod, mediana și corelație și regresie)	3
Sem 4	Metode de cercetare calitativă: chestionare, interviuri, focus-grup, analiza de conținut și observație)	3
Sem 5	Recenzia literaturii. Plagiat și sisteme de referință	1
Sem 6	Realizarea raportului de cercetare	1
Total ore seminar/laborator		12

Metode de predare

Expunere/prezentare idei	Dezbateri	Studii de caz
--------------------------	-----------	---------------

Bibliografie



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<ul style="list-style-type: none"> Uma Sekaran, Roger Bougie (2013), <i>Research Methods for Business: a Skill-Building approach</i>, 6th ed., Wiley: New York; Mark N.K. Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill (2015), <i>Research Methods for Business Students</i>, Pearson UK; Boris Blumberg, Donald R. Cooper and Pamela Schindler (2008), <i>Business Research Methods – Second European Ed.</i>, McGraw Hill: Maidenhead.
Referințe bibliografice suplimentare	

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	-	-	-	
Seminar/ Laborator	Coerenta și structura raportului de cercetare, înțelegerea conceptelor specifice	Raport de cercetare (3000 cuvinte maxim)	90%	
	Recompensarea prezenței în sala de curs și a activității/dezbaterilor din cadrul seminarului	Evaluare a studenților în cadrul fiecărei sesiuni de predare	10%	

Standard minim de performanță

- Studentul cunoaște care sunt principalele concepte, le recunoaște și le definește corect
- Studentul ajunge să stăpânească arta argumentului și a analizei de date
- Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat.
- Dovește cunoașterea bibliografiei recomandate.

(*) 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

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	-	-
Titular seminar/laborator	Conf. Univ.Dr. Ioana Negru	
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 și Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi
Specializarea	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Etica și integritate academică			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
		II	II	4
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DF			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	-			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1				1
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
12				12

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		20
Tutoriat:		12
Examinări:		10
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		88
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem}) = nr. credite x 25		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Nu este cazul
---------------------------	---------------



De desfășurare a sem/lab/pr	Nu este cazul
-----------------------------	---------------

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CPI - Documentarea, elaborarea/redactarea și prezentarea de studii, rapoarte, cercetări și analize profesionale în conformitate cu principiile și normele eticii și integrității academice</p> <p>CPI - Asumarea unor atitudini și comportamente profesionale subsumate imperativelor eticii și integrității academice</p> <p>CPI - Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor profesionale prin raportare la standardele eticii și integrității academice</p> <p>CP5 - Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe cu respectarea normelor eticii și integrității</p>
Competențe transversale	<p>CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficiență și responsabilă</p> <p>CT3 - Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficiență a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Asigurarea de cunoștințe și deprinderi necesare activității academice și de cercetare în acord cu cerințele eticii și deontologiei universitare
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Înțelegerea de către studenți a conținutului și semnificațiilor eticii și integrității academice Recunoașterea situațiilor și/sau comportamentelor care reprezintă abateri de la etica și integritatea academică Evitarea/prevenirea abaterilor de la normele eticii și integrității academice

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	<p>Etica și integritatea academică – conținut și semnificații</p> <ul style="list-style-type: none"> Etica profesională & etica cercetării științifice; etica academică & etica în mediul academic – delimitări conceptuale Integritatea academică – componentă esențială a eticii academice Dimensiuni ale abordării: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Etica și integritatea academică în activitatea profesională / didactică ✓ Etica și integritatea academică în activitatea de cercetare științifică ✓ Managementul eticii și integrității academice Importanța (studierii) eticii și integrității academice 	2
Curs 2	<p>Etica și integritatea academică în activitatea profesională / didactică</p> <ul style="list-style-type: none"> Valori, principii și norme fundamentale de conduita academică Teorii ale eticii (academice) și cadre (teoretice) de analiză a comportamentului academic etic Provocări, probleme și dileme etice specifice – de natură intra-personală și în relațiile inter-personale și instituționale <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hătuirea/bullying-ul, discriminarea, conflictele de interese, corupția, favoritismul, insulta, lipsa de corectitudine și/sau transparență, toleranță și respect... Factori contextuali și individuali ai eticii și integrității academice Procesul decizional etic (privind soluționarea problemelor etice) 	2
Curs 3	<p>Etica și integritatea academică în activitatea de cercetare științifică</p> <ul style="list-style-type: none"> Cadre de abordare a integrității academice <ul style="list-style-type: none"> ✓ Asemănări și deosebiri din perspectivă culturală/națională și a domeniilor academice de studiu 	2



	<ul style="list-style-type: none"> - Etica și responsabilitatea cercetării științifice <ul style="list-style-type: none"> ✓ Particularități pentru domeniul științelor economice - Repere privind scrierea academică și citarea surselor <ul style="list-style-type: none"> ✓ Principii, norme și reguli generale ✓ Resurse – suport dedicate (diferitelor tipuri de proiecte de cercetare) 	
Curs 4	<p>Forme ale abaterilor de la etica și integritatea academică</p> <ul style="list-style-type: none"> - Înșelăciunea și furtul (metode clasice și electronice) - Plagiatul și alte forme de asumare a muncii altora - Falsificarea și/sau fabricarea datelor - Probleme etice ridicate de apelarea în cadrul cercetării la subiecți umani (animale / substanțe dăunătoare sau periculoase) - Încălcarea normelor privind confidențialitatea, anonimitatea și protecția datelor (individuale și organizaționale) - Lipsa de onestitate în publicare – probleme privind autoratul/co-autoratul 	2
Curs 5	<p>Managementul eticii și integrității academice – prevenirea abaterilor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crearea unei culturi (puternice & împărtășite) a eticii și integrității academice în organizație <ul style="list-style-type: none"> ✓ Participare, transparență, informare, învățare, internalizare - Instituționalizarea eticii și integrității academice – prin reglementare & autoreglementare <ul style="list-style-type: none"> ✓ Organisme și reglementări naționale și internaționale - Consiliul Național de Etică a Cercetării Științifice, Dezvoltării Tehnologice și Inovării (Ghidul pentru identificarea plagiatului în lucrările științifice); Guvernul României (Strategia națională anticorupție pe perioada 2016 – 2020) ✓ Rolul codurilor de etică și integritate academică (Codul de Etică și deontologie universitară al Universității „Lucian Blaga” din Sibiu) - Asimilarea bunelor practici <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inițiative eficiente care contribuie la asigurarea integrității academice și reducerea diverselor tipuri de fraudă 	2
Curs 6	<p>Managementul eticii și integrității academice – gestionarea abaterilor și prevenirea reapariției acestora</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisme, sisteme și proceduri interne de supraveghere și intervenție <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rolul Comisiilor de Etică & al Avertizorilor de integritate ✓ Procedurile privind sesizarea abaterilor, analiza situațiilor semnalate, luarea deciziilor și urmărirea aplicării acestora - Consecințe și sancțiuni: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicarea de sancțiuni disciplinare pentru încălcarea eticii universitare și pentru abateri de la buna conduită în activitatea de cercetare științifică – conform prevederilor legale și a celor prezente în regulamentele și procedurile interne: (a) personalului organizației (avertisment, diminuare salariu, desfacere disciplinară a contractului de muncă, etc.) și (b) studenților (nepromovare examen, neintrare în examenul de finalizare a studiilor, exmatriculare, etc.) 	2
Total ore seminar/laborator		12

Metode de predare

Predare online cu folosirea platformei Google Meet		
Expunerea, dezbaterile, rezolvarea de probleme și răspunsul la întrebări, teme, studii de caz, lucrul în echipe		
Utilizare Google Classroom pentru teme, postare materiale și		



Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> • Bretag, T. (Ed.). (2016). <i>Handbook of academic integrity</i>. Singapore: Springer. https://link.springer.com/referencework/10.1007%2F978-981-287-098-8. • Gibeau, T., Vica, C., Mihailov, E., Socaciu, E., Muresan, V. (2018). <i>Etică și integritate academică. Instrumente suplimentare</i>. București: Editura Universitatii din Bucuresti. https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/12/Etica-si-integritate-academica_instrumente-suplimentare.pdf. • H.G. Nr. 583/2016 din 10 august 2016 privind aprobarea Strategiei naționale anticorupție pe perioada 2016 – 2020. https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/Informatii_R/SNA_2016_2020_28112016.pdf. • Macfarlane, B. (2010). <i>Researching with integrity: the ethics of academic enquiry</i>. Routledge. https://www.taylorfrancis.com/books/9781134109319. • McCabe, D. L., Trevino, L. K., & Butterfield, K. D. (2001). Cheating in academic institutions: a decade of research. <i>Ethics & Behavior</i>, 11(3), 219-232. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327019eb1103_2. • Pohoata, G., & Danielescu, A. I. (2018). Ethics in the Romanian academic environment – a must. <i>Euromentor</i>, 9(3) http://euromentor.ucdc.ro/euromentor-september-2018.pdf#page=7. • Socaciu, E., Vică, C., Mihailov, E., Gibeau, T., Mureșan, V., Constantinescu, M. (2018). <i>Etică și integritate academică</i>. București: Editura Universitatii din Bucuresti. https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf. • Tauginienė, L., Ojsteršek, M., Foltýnek, T., Marino, F., Cosentino, M., Gaižauskaitė, I., Glendinning, I., Sivasubramaniam, S., Razi, S., Ribeiro, L., Odiņeca, T., Trevisiol, O. (2018). <i>General Guidelines for Academic Integrity</i>. European Network for Academic Integrity (ENAI) Report 3A. http://www.academicintegrity.eu/wp/wp-content/uploads/2018/11/Guidelines_final.pdf. • ULBS (2015). <i>Codul de Etica si deontologie universitara al Universității „Lucian Blaga” din Sibiu</i>. http://senat.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/CARTA-ULBS_2015.pdf#page=35.
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> • Caldwell, C. (2010). A ten-step model for academic integrity: a positive approach for business schools. <i>Journal of Business Ethics</i>, 92(1), 1-13. https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10551-009-0144-7.pdf. • Papadima, L. (coord.). (2017). <i>Deontologie academica. Curriculum – cadru</i>. Universitatea din București. https://mepopa.com/Pdfs/papadima_2017.pdf.

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.

Se realizează prin:

- Cunoștințele, abilitățile și competențele specifice dobândite / dezvoltate / asimilate – de natură să contribuie esențial la configurarea unui profil profesional etic și integru al viitorilor



absolvenți;
Competențe transversale (suplimentare) dobândite de studenți în direcțiile: gândire critică și creativă; comunicare / dezbateri / argumentare; realizare de conexiuni – cu celelalte discipline ale programului de studiu și cu realități organizaționale concrete; studiu individual și dezvoltare personală / profesională

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere în nota finală	Obs.**
Curs	• Participarea activă la discuții & dezbateri	• Notare pe parcursul semestrului	50%	CEF nCPE
	• Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea principiilor și normelor eticii și integrității academice	• Examen final – proiect (eseu)	50%	CEF
Seminar/ Laborator		-	-	

Standard minim de performanță

Să realizeze un eseu – pe o temă specifică eticii afacerilor – respectând principiile și normele eticii și integrității academice

(* **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: 29.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu	
Titular seminar/laborator	-	
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	Master IF
1.6 Programul de studii	Administrarea afacerilor în turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			ELABORAREA LUCRĂRII DE DISERTATIE		
2.2 Titularul activităților de curs			-		
2.3 Titularul activităților de seminar			Coordonator științific de specialitate		
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei: DO

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	-	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	60	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	-
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					5
Alte activități					10
3.7 Total ore studiu individual				15	
3.9 Total ore pe semestru				75	
3.10 Numărul de credite				3	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	disciplinele de domeniu si de specialitate parcurse in cei doi ani de studii masterale
4.2 de competențe	conceptele de baza utilizate în domeniul elaborării lucrării de



disertatie

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Lucrarea de disertație reprezintă produsul activității de cercetare a absolventului și nu a altei persoane, instituții sau entități. Candidații la examenul de disertație poartă răspunderea privind originalitatea conținutului, și calitatea lucrărilor elaborate și susținute. Fiecare lucrare de disertație va fi evaluată înaintea prezentării, sub aspectul originalității conținutului și calității. În situațiile în care sunt dovezi de plagiat, candidații în cauză vor fi sancționați cu excluderea de la examenul de disertație și refacerea acestuia pentru sesiunile următoare.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C1 Fundamentarea științifică a deciziilor privind relațiile cu mediul extern – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre firmă și instituțiile publice: <ul style="list-style-type: none"> • C1.4 Fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate la nivelul firmei; • C1.5 Analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul firmei, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului extern public; • C2 Elaborarea, analiza și verificarea situațiilor financiare în condițiile internaționalizării afacerilor: <ul style="list-style-type: none"> • C2.5 Realizarea de studii/lucrări privind utilizarea diverselor metode specific analizei financiare în cadrul entităților economice;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; • CT3 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	Evaluarea capacității absolvenților de a procesa și de a utiliza creativ cunoștințele dobândite și informațiile din bibliografia studiată, pentru studierea unei teme, rezolvarea unei aplicații, sau realizarea unui studiu de caz din domeniul programului de studii absolvit și de a justifica și susține cu argumente logice, fundamentate științific, soluțiile propuse sau
---------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	concluziile formulate în lucrarea elaborată.
7.2 Obiectivele specifice	Aprofundarea și consolidarea cunoștințelor teoretice necesare realizării lucrării de disertație și aplicarea acestora în realizarea studiului de caz/analizei practice specifice temei alese.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
-	-	-
Bibliografie		
-		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
<p>Lucrarea de disertație poate aborda orice temă în concordanță cu domeniul contabilitate.</p> <p>Îndeplinirea condițiilor de structură și tehnoredactare a lucrării de licență conform Regulamentului de licență – disertație specific pentru anul universitar 2018-2019, publicat pe site-ul Facultății de Științe Economice.</p> <p>Structura obligatorie a lucrării de disertație este următoarea:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cuprins paginat; • componenta teoretică (prezentarea temei abordate și încadrarea ei în literatura de specialitate) – 30-60% din economia lucrării; • prezentarea contribuțiilor originale; • dezvoltarea studiului de caz, în funcție de tematica lucrării; • relevarea principalelor concluzii și propuneri; • lista bibliografică, în ordinea alfabetică a autorilor; - • anexe. <p>Norme de tehnoredactare a lucrării:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lucrarea de disertație va avea 50-70 de pagini; • Format A4, scris la un rând, marginea din stânga 2,5 cm, restul marginilor 2 cm; • Caractere Times New Roman de 14 pt., la un rând, justify; • Lucrarea trebuie să fie scrisă cu diacritice; • Tabelele și figurile se numerotează și au denumiri, cu indicarea sursei bibliografice; • Sursele bibliografice vor fi citate în text conform unuia dintre stilurile academice acceptate (Harvard, Oxford, APA, MLA) sau ca note de subsol; 	<p>Informare, Documentare, Cercetare Rezolvarea de probleme Studiul de caz Redactare Prezentare</p>	-



<ul style="list-style-type: none"> • În bibliografie referințele apar în ordinea alfabetică a numelui autorilor. Se vor indica, în mod obligatoriu, autorul, titlul lucrării, editura, anul, pagina; • Anexele vor avea o întindere corespunzătoare, care nu va depăși însă jumătate din volumul lucrării principale; • Lucrarea poate fi îndosariată cu inele din plastic sau în mod clasic, cu copertă de carton; • Coperta și prima pagină a lucrării de disertație trebuie să aibă formatul din regulament 		
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Bibliografie

- Andone, I.I., Georgescu, I.C., Toma, C., Solomon, D.-C. S., 2013. *Metodologia și etica cercetării științifice în contabilitate și sisteme informaționale*. Editura Tehnopress, Iași;
- Horomnea, E., 2011. *Dimensiuni științifice și sociale în cercetarea contabilă*. Editura Economică, București;
- Rădulescu, M.Ș., 2011. *Metodologia cercetării științifice. Elaborarea lucrărilor de licență, master, doctorat*. Ediția a II-a. Editura Didactică și Pedagogică, București;
- informații relevante pentru realizarea lucrării de licență regăsite în publicațiile de specialitate utilizate și recomandate la cursurile deja parcurse, precum și în documente relevante furnizate de compania/ instituția la care se realizează studiul de caz.
- Carti, articole, rapoarte, legislație, studii, baze de date statistice etc.

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

In structura lucrării de disertație se regăsește un capitol ce abordează aspecte practice / concrete din activitatea economică a entității private / publice aleasă pentru analiză.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	Realizarea raportului privind elaborarea lucrării de disertație	Colocviu	100%
	-	-	-
10.6 Standard minim de performanță (nota 6)			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizarea lucrării de licență conform specificațiilor prevăzute în Regulamentul de licență și disertație, precum și realizarea și depunerea la secretariat, în termen, a Raportului privind elaborarea lucrării de licență. 			



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea de Științe Economice

- Lucrarea de disertație trebuie să 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 pentru tema abordată, rigoare științifică și metodologică, să aibă o structură logică, să fie redactată coerent, în stil științific, iar forma grafică să respecte normele academice specifice domeniului.

Data completării

28.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

.....

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura directorului de departament

.....