

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MTSAI
1.4 Domeniul de studii de licență	Economie și Afaceri Internaționale
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Logistică internațională							
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr. Simona BĂLĂȘESCU							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Lect.dr.. Anca POPESCU							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut	DAP
							Obligativitate	

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
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					50
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore de activitate a studentului	144				
3.8 Total ore pe semestru	200				
3.9 Numărul de credite	8				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Competențe profesionale și rezultate ale învățării Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.4 Absolventul perfecționează sistemul de analiză și interpretare a unor studii de piață și a unor strategii de marketing în mediul internațional de afaceri. R.Î. 1.5 Absolventul valorifică experiența personală și colectivă din organizație pentru a dezvolta capacitatea de creație și inovare, prin utilizarea celor mai importante concepte, teorii, principii și metodologii la nivel mondial. Cp2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.1 Absolventul analizează și interpretează situațiile tranzacționale din mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.3 Absolventul analizează și interpretează rezultatele derulării unor contracte internaționale. R.Î. 2.4. Absolventul adaptează metodele de măsurare și evaluare a performanțelor organizației în raport cu misiunea, scopul și obiectivele de marketing specifice.
Competențe transversale	Ct1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. Ct2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale. R.Î. 2.1. Absolventul este capabil să realizeze un portofoliu de conducere care să conțină organigrama, sistemul intern de informare/raportare, enumerarea bazelor de date pe programe de lucru, ghidul de metode și procedee de monitorizare, analiză și prognoză etc.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Logistica internațională este o disciplină cu caracter teoretico-aplicativ, de specialitate care abordează problematica complexă a logisticii în context internațional dar și a managementului acestei activități. Disciplina, prin modul de abordare a temelor specifice, încearcă să sugereze faptul că gradul de sincronizare dintre mediul internațional al firmei, strategiile logistice și factorii umani și organizaționali vor determina, în cele din urmă, calitatea activităților internaționale de logistică. Cursul urmărește dobândirea de cunoștințe științifice în domeniul logisticii internaționale, prin însușirea de metode, deprinderi și capacități care să permită posibilitatea autoinstruirii în acest domeniu. Creează competențe în domeniile cu care interferează și obligă masteranzii să se autoperfecționeze, prin contactul permanent cu literatura de specialitate în limbi de circulație internațională și aplicațiile pe calculator.
7.2 Obiectivele specifice	Competențe de natură cognitivă, concretizate în: - cunoașterea aspectelor specifice schimburilor comerciale internaționale; - explicarea conceptuală a logisticii și a rolului pe care îl îndeplinește ca sursă de avantaj competitiv, instrument de îndeplinire a cerințelor și așteptărilor clienților și modalitate de dezvoltare a relațiilor cu operatorii din aval și amonte ale canalelor de distribuție; - înțelegerea rolului și importanței logisticii la nivelul firmelor angrenate în schimburile comerciale internaționale - cunoașterea conceptelor fundamentale privind managementul activităților logistice fundamentale (cumpararea marfurilor, transport, gestiunea stocurilor și depozitare); - abordarea sistemului logistic având ca centru de greutate conceptul de servire a clientului; - conceptualizarea și operaționalizarea unui diagnostic privind activitățile logistice de la nivelul firmei internaționale. De asemenea, prin parcurgerea acestei discipline, masteranzii vor dobândi acele competențe de natură funcțională (deprinderi sau capacități de utilizare a cunoștințelor într-o situație de muncă dată) care le vor permite: - dezvoltarea deprinderilor de a folosi în mod independent diferite practici și instrumente ale logisticii în vederea definirii unor politici și strategii eficiente la nivelul firmelor angrenate în schimburi comerciale internaționale; - elaborarea și folosirea de soluții și recomandări adaptate specificului local în afaceri, logistică și marketing; Competențele de specialitate sunt:

	- cunoașterea metodelor de diagnoza si decizie in domeniul logisticii in contextul afacerilor internationale - cunoasterea metodologiei specifice de cercetare in domeniul logisticii in contextul afacerilor internationale - capacitatea de a utiliza integrat teoriile si modelele specifice domeniului logisticii in contextul afacerilor internationale. Abilități cognitive specifice dobândite prin acest curs: - abilitatea de a folosi interdisciplinar teoriile si modelele insusite - capacitatea de aplicare creativa a metodelor si tehnicilor de cercetare in analiza,interpretarea si identificarea de solutii logistice pentru situatii specifice din economia afacerilor internationale - efectuarea de expertize si acordarea de consultanta in domeniul logisticii internationale - demonstrarea aptitudinilor manageriale și a cunoștințelor practice in domeniul logistic - demonstrarea competențelor necesare derulării proiectelor de cercetare științifică in domeniul logisticii internationale Aptitudini: - abilități de soluționare a problemelor specifice - abilitatea de a reflecta asupra acțiunilor practice întreprinse - abilități de a planifica și îndeplini acțiuni de învățare și perfecționare continuă - capacitatea de a lucra in echipa, de a conduce si de a motiva echipe de lucru interdisciplinariesi/sau interculturale
--	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Cap.1.Aspecte definitorii ale logisticii	Clasic și videoproiector sau online	2	
Cap.2.Servirea clientilor in contextul relatiilor comerciale internationale	Clasic și videoproiector sau online	2	
Cap.3.Cumpărarea mărfurilor pe piețele internationale	Clasic și videoproiector sau online	4	
Cap.4.Transportul international al mărfurilor	Clasic și videoproiector sau online	4	
Cap.5.Rolul și importanța stocurilor de mărfuri in comerțul international.	Clasic și videoproiector sau online	4	
Cap.6.Depozitarea marfurilor în comerțul internațional	Clasic și videoproiector sau online	4	
Cap.7.Organizarea activităților logistice internaționale	Clasic și videoproiector sau online	4	
Cap.8. Analiza sistemului logistic de distribuție la nivelul firmei X	Clasic și videoproiector sau online	4	
Bibliografie 1. Bălan C., Logistica, Editura Uranus, București, 2004. 2. Bălășescu M., Distribuția bunurilor de consum final. Teorie și studii de caz, Editura Infomarket, Brașov, 2005. 3. Chopra, S., Meindl, P., <i>Supply Chain Management Strategy- Planing and operation</i>, Third Edition, Pearson, Prentice Hall, 2007 4. Costea C., Firma de comerț în economia de piață, Editura Uranus, București, 2004 5. Gattorna L. J., Managementul logisticii și distribuției, Editura Teora, București, 2001. 6. Lowe, D., Commercial Management – Theory and practice, Manchester Business School, The University of Manchester, Wiley – Blakwell Publication, 2016			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare- învățare	Număr de ore	Observații
1.Gestiunea lantului logistic	Exemple și proiecte	2	
2.Conducerea activitatilor logistice intr-un mediu international dinamic	Idem	2	
3.Elaborarea planurilor strategice si operationala pentru activitatea de logistica internationala	Idem	2	
4.Stabilirea si personalizarea strategiilor de servire a clientilor	Idem	2	
5.Elaborarea strategiilor logistice optime	Idem	2	

6.Sistemele pentru suportul managementului logistic	Idem	2	
7.Canalele internaționala de distribuție	Idem	2	
8.Proiectarea unui depozit sau a unui centru de distribuție	Idem	2	
9.Managementul materialelor	Idem	2	
10.Administrarea unităților logistice	Idem	2	
11.Conexiunile esențiale în logistica	Idem	2	
12.Influența tehnologiei asupra costurilor de livrare	Idem	2	
13..Metodologia de proiectare a sistemului logistic de distribuție la nivelul firmei X-Studiu de caz	Idem	4	
Bibliografie 1. Bălan C., Logistica, Editura Uranus, București, 2004. 2. Bălășescu M., Distribuția bunurilor de consum final. Teorie și studii de caz, Editura Infomarket, Brașov, 2005. 3. Chopra, S., Meindl, P., <i>Supply Chain Management Strategy- Planing and operation</i>, Third Edition, Pearson, Prentice Hall, 2007 4. Costea C., Firma de comerț în economia de piață, Editura Uranus, București, 2004 5. Gattorna L. J., Managementul logisticii și distribuției, Editura Teora, București, 2001. 6. Lowe, D., Commercial Management – Theory and practice, Manchester Business School, The University of Manchester, Wiley – Blackwell Publication, 2016			

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

Continutul disciplinei este coroborat cu cerințele specifice de pe piața muncii din UE și implicit din România, vezi COR

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Însușirea cunoștințelor teoretice	Examen pe baza de prezentare de proiect	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Creativitate și realizarea temelor de seminar propuse	Teme seminar	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Minim 50% din cerințele examenului oral și minim 50 % din cerințele activităților de seminar			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de **25.09.2024** și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de **25.09.2024**.

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Decan	Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN Director de departament
Conf.dr. Simona BĂLĂȘESCU Titular de curs	Lect.dr. Anca POPESCU Titular de seminar

Notă:

- 1) Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- 2) Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- 3) Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- 4) Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- 5) Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	„TRANSILVANIA” DIN BRASOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING TURISM SERVICII ȘI TRANZACȚII INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii	AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclul de studii ¹⁾	MASTER
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELĂȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING ȘI AFACERI GLOBALE							
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ.dr. Dana Boșcor							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Prof. univ.dr. Dana Boșcor							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare Examen scris		2.7 Regimul disciplinei	Conținut ²⁾	DS
							Obligativitate ³⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					14
Examinări					10
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite ⁴⁾	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cunoștințe fundamentale de marketing internațional, achiziționate în ciclul de licență
4.2 de competențe	• Abilitate de analiză și sinteză a cunoștințelor fundamentale din domeniul economic

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Videoproiector, ecran de proiecție, PC, aplicația Power Point, conexiune internet, prezență activă la curs
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	• PC, aplicația Power Point, conexiune internet, realizarea temei de proiect atribuite, dezbateri studii de caz

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C1. Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î.1.1 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală. R.Î.1.2 Absolventul perfecționează sistemul de analiză și interpretare a unor studii de piață și a unor strategii de marketing în mediul internațional de afaceri. R.Î.1.3 Absolventul valorifică experiența personală și colectivă din organizație pentru a dezvolta capacitatea de creație și inovare, prin utilizarea celor mai importante concepte, teorii, principii și metodologii la nivel mondial. C2 Realizarea de modele și sisteme de evaluare a performanțelor firmelor implicate în afacerile internaționale. R.Î.2.1 Absolventul formulează soluții pentru sisteme de afaceri complexe utilizând tehnici și proceduri integrate în context internațional. R.Î.2.2 Absolventul utilizează strategii de marketing internațional adecvate specificului piețelor internaționale., R.Î.2.3 Absolventul elaborează un studiu privind modul în care organizația își asumă responsabilități sociale, urmat de formularea unor criterii de evaluare permanentă a gradului de îndeplinire a standardelor asumate voluntar.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î.1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. CT2 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic R.Î.1.1 Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul se predă masteranzilor la nivelul anului I și urmărește să aprofundeze cunoștințele legate de problematica formulării, dezvoltării și comparării de strategii utilizate de firme la nivel internațional.
7.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea strategiilor de export ale firmelor de pe piețele emergente - Cunoașterea avantajelor activităților de outsourcing la nivel global - Cunoașterea diferențelor și similarităților piețelor asiatice - Cunoașterea rețelelor strategice și a corporațiilor virtuale - Cunoașterea strategiilor de marketing intercultural - Cunoașterea strategiilor globale de la “baza piramidei” - Reunirea competențelor profesionale și transversale

8. Conținuturi-

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cap.I. Globalizare și regionalizare. Strategii globale utilizate pentru baza piramidei: Avantajele și dezavantajele globalizării și regionalizării Regândirea strategiei globale pentru piețele de la baza piramidei.	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	PRELEGERE DEZBATERI, REZOLVARI DE TEME INDIVIDUAL SI IN GRUP
Cap.II. Economii emergente II.1. Oportunități și riscuri ale piețelor emergente. II.2. Companiile multinaționale de pe piețele emergente II.3. Strategii de export ale firmelor de pe piețele emergente	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	
Cap.III. Strategii de personalizare adoptate de firme la nivel internațional	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune	

III.1. Strategiile de personalizare și tehnologiile digitale III.2. Aplicarea strategiilor de personalizare în diferite domenii. III.3. Raportul calitate-preț	internet	
Cap.IV. Globalizarea firmelor mici și mijlocii IV.1. Bariere în calea globalizării IV.2. Globalizarea firmelor mici și mijlocii prin folosirea Internetului	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	
Cap.V. Outsourcing-ul la nivel internațional V.1. Strategia de Outsourcing și avantajul competitiv V.2. Avantajele și dezavantajele activităților de outsourcing. V.3. Poziția României pe piața mondială a outsourcing-ului.	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	
Cap.VI. Strategii de marketing intercultural VI. Deciziile de marketing în mediul intercultural VI.2. Mixul de marketing islamic	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	
Cap.VII. Marketingul islamic VII.1. Strategii de marketing adoptate de firme străine pe piețele islamice. VII.2. Extinderea firmelor islamice la nivel internațional	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	
Cap.VIII. Impactul tehnologiei asupra afacerilor internaționale VIII.1. Avantajele folosirii Internetului pentru firme și pentru clienți VIII.2. Influența tehnologiei asupra metodelor de comunicare între firme și clienți.	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	
Cap.IX. Comerțul electronic și platformele digitale la nivel internațional. IX.1. Comerțul electronic IX.2. Platformele digitale din China	Curs interactiv pe bază de slide-uri și conexiune internet	
Bibliografie 1. Alserhan A. The Principles of Islamic Marketing, Gower Publishing Limited, 2011 2. Boșcor D. Marketing și afaceri globale, Editura Universității Transilvania Brașov, 2020 3. Czinkota, M, Ronkainen I, Kotabe M. Emerging Trends, Threats and Opportunities in International Marketing, Business-Expert Press, 2009 4. Cavusgil T. International Business, Pearson Prentice Hall, 2017 Knight G. Riesenberger J. 5. Czinkota M. International Marketing, Cengage Learning, 2022 Ronkainen I. Cui A. 6.. Daniels J. International Business. Environments and Operations, Pearson Prentice Hall, 2013 Radebaugh L. Sullivan D. 7. Doole I. International Marketing Strategy, Ed. Cengage Learning, 2019 Lowe R. Kenyon A. 8. Ghauri P. International Marketing, Ed. Mc Graw hill, 2021 Cateora Ph. 9. Jansson H, International Business Strategy in Emerging Country Markets, Edward Elgar Publishing, 2007 10. Peng M, Global Strategic Management, South-Western Cengage Learning, 2009 11. Peng M Global Business, South-Western Cengage Learning, 2009 12. Sauvart K, The Rise of Transnational Corporations from Emerging Markets, Edward Elgar Publishing, 2008 13. Segal-Horn S, Understanding Global Strategy, South-Western Cengage Learning, 2010 Faulkner D. 14. Segers R. Multinational Management, Ed. Springer, 2016 15. Usunier J., C. Marketing Across Cultures, Pearson Prentice Hall, 2009 Lee J., A. 16. Van Tulder R. International Business in the information and digital age, Emerald Publishing, 2019 Verbeke A. Piscitello L. 17. Van Looy A. Social Media Management. Technologies and Strategies for Creating Business Value, Ed. Springer, 2019 18. Wintz B. Digital Business Models, Ed. Springer, 2019		

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Observații
Dezbateri studii de caz , formularea unor strategii de export, strategii globale pentru piața de la baza piramidei, prezentarea comparativă a piețelor asiatice și a firmelor multinaționale de pe piețele emergente.	Conversație, lectură independentă, lucrul individual și în grupuri de 4 – 5 masteranzi, argumentare scrisă	Proiect realizat în grup pe o temă impusă/ prezentare studii de caz individuale Simulări ale examenului
Bibliografie – a se vedea cea pentru curs la care se adaugă site-uri ale diferitelor organizații și instituții, precum: *** - http://www.cia.gov *** - http://www.export.gov *** - http://globalconnector.org *** - www.tradegov/exportamerica/ *** - www.exporthotline.com *** - www.state.gov		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu așteptările reprezentanților mediului de afaceri și cu conținutul COR, deoarece masteranzii vor fi capabili să cunoască aprofundat afacerile internaționale și să elaboreze strategii de internaționalizare a firmei. De asemenea, masteranzii vor fi capabili să elaboreze proiecte profesionale și/sau de cercetare, utilizând cunoștințele din domeniul afacerilor internaționale. În plus, masteranzii vor fi capabili să execute sarcini profesionale complexe, în condiții de autonomie și de independență profesională și să își asume roluri/funcții de conducere a activității unor firme multinaționale sau a unor firme locale care desfășoară activități de export în condițiile în care și-au dezvoltat autocontrolul procesului de învățare și își pot diagnostica nevoile de formare continuă, având o analiză reflexivă a propriei activități profesionale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Explicarea corectă și/sau analiza unui proces, stare, situație, comportament din firmă și/sau din mediul organizațional, folosind cel puțin o teorie predată	Evaluare orală cu itemi subiectivi, aplicați individual (examenul oral)	
10.5 Seminar/ laborator/ proiect		Examen scris pe baza de studii de caz	60%
	Dezbateri și prezentare studii de caz , proiecte	Evaluare orală	40%
10.6 Standard minim de performanță			
- masterandul trebuie să fi participat activ la dezbaterile studiilor de caz - masterandul trebuie să poată formula strategii pentru firmele cu activitate internațională - masterandul trebuie să fi fost prezent activ la cel puțin 50% din cursuri			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23.09.2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23.09.2024.

Prof.dr. Gabriel Brătucu Decan	Prof.dr. Constantin Cristinel Director de departament
Prof.dr. Dana Boșcor Titular de curs	Prof.dr. Dana Boșcor Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 – 30 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	TRANSILVANIA din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism-Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE / economist specialist

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	STATISTICĂ PENTRU AFACERI INTERNAȚIONALE							
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. dr. ec. Liliana DUGULEANĂ							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Prof. dr. ec. Liliana DUGULEANĂ							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DAP
							Obligativitate ³⁾	DI

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					42
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					45
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					2
Examinări					20
Alte activități.....					2
3.7 Total ore de activitate a studentului	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe fundamentale de statistică, econometrie, informatică dobândite în ciclul de licență
4.2 de competențe	Abilități de înțelegere a conceptelor economice, abilități de analiză și sinteză a cunoștințelor fundamentale din domeniul economic, folosirea de programe de calcul computerizate (Word, Excel)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, ecran de proiecție, PC, internet, platforma e-learning
5.2 de desfășurare a seminarului	PC, internet, platforma e-learning, Excel, Power Point, SPSS

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale Cp2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri. Cp4 Realizarea de modele și sisteme de evaluare a performanțelor firmelor implicate în afacerile internaționale. Cp5 Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă Rezultatele învățării: - Absolventul realizează studii de caz domeniul afacerilor economice internaționale, aplicând metode și instrumente de analiză statistică; - Absolventul dobândește abilitatea de a înțelege natura evolutivă a comportamentului indicatorilor economici și sociali; - Absolventul realizează studii de analiză a influenței unor factori calitativi și cantitativi asupra variației unui fenomenului economic complex; - Absolventul realizează analiza comparativă a datelor economice utilizând software; - Absolventul are abilitatea de a interpreta și de a prezenta rezultatele obținute prin metode de analiză statistică.
Competențe transversale	- Abilitatea de a organiza în mod eficient munca. - Abilitatea de a utiliza tehnologia informației și a comunicațiilor - Capacitatea decizională în alegerea celei mai bune metode de analiză statistică;

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să aprofundeze cunoștințele de analiză statistică, cunoștințele teoretice, metodologice și practice necesare pentru a sprijini deciziile strategice de marketing pentru gestionarea eficientă a unei afaceri.
7.2 Obiectivele specifice	- cunoașterea aprofundată a metodelor de analiză statistică; - alegerea metodei adecvate de analiză statistică; - identificarea și utilizarea indicatorilor pentru analiza factorilor de influență - analiza corelației fenomenelor economice și sociale; - alegerea celor mai bune metode de ajustare și previziune; - interpretarea rezultatelor; - utilizarea de software Microsoft Excel, SPSS, Eviews pentru analiza statistică.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Capitolul I. Seriile de timp – Analize longitudinale 1.1. Componentele unei serii cronologice 1.2. Indicatori nominali vs. indicatori reali 1.3. Serii cronologice de intervale și de momente – prelucrarea lor 1.4. Analiza evoluției unei serii de timp – calculul indicatorilor 1.5. Metode mecanice de ajustarea și previziunea trendului 1.5.1. Metoda modificării medii absolute pentru modelarea trendului 1.5.2. Metoda indicelui mediu de dinamică pentru modelarea trendului 1.5.3. Alegerea celei mai bune metode mecanice de ajustare 1.6. Metode analitice pentru previziunea tendinței seriilor cronologice 1.6.1. Modelul liniar pentru ajustarea și previziunea trendului 1.6.2. Ajustarea neliniară și previziunea trendului 1.7. Indicatori nominali și reali. 1.8. Extrapolare normativă - Calcule normative ale creșterii economice, folosind indicii medii de dinamică	Prezentare curs în Power Point, Curs interactiv – videoproiector, Exerciții în Excel, Comentarii și interpretări, Documente încărcate pe platforma e-learning	8	
Capitolul II. Modelarea seriilor cronologice cu sezonaliitate 2.1. Analiza sezonaliității 2.1.1. Metoda mediilor aritmetice pentru analiza sezonaliității 2.1.2. Metoda mediilor mobile pentru analiza sezonaliității 2.1.3. Metoda regresiei în analiza sezonaliității 2.2. Ajustarea și previziunea unei serii cronologice cu sezonaliitate aditivă și multiplicativă	Teste pe platforma e-learning	2	

2.3. Alegerea celei mai bune metode de previziune a unei serii cronologice cu sezonabilitate			
2.4. Metoda descompunerii pentru previziunea unei serii cronologice cu sezonabilitate			
Capitolul III. Ciclicitatea în analiza seriilor cronologice 3.1. Ciclurile de afaceri 3.2. Clasificarea ciclurilor de afaceri 3.3. Metoda descompunerii pentru previziunea unei serii cronologice cu sezonabilitate și ciclicitate. 3.4. Exemplu de previziune a unei serii cronologice cu două componente oscilatorii		2	
Capitolul IV. Seriile teritoriale – analize transversale 4.1. Definiție, trăsături, grafice 4.2. Indicatorii statistici în analiza seriilor teritoriale 4.3. Comparatii in profil teritorial 4.4. Indicatorii concentrării – inegalitatea distribuției veniturilor 4.5. Ierarhizarea multicriteriala a unitatilor administrativ-teritoriale		4	
Capitolul V. Analize mixte – serii cronologice și teritoriale 5.1. Evaluarea potențialului de dezvoltare a unor unități administrativ – teritoriale într-o perioadă analizată; 5.2. Comparații ale performanțelor unităților administrativ – teritoriale pe plan internațional		2	
Capitolul VI. Modelarea econometrică și previziunea 6.1. Construirea modelelor econometrice de regresie simpla și multiplă 6.2. Selecția variabilelor explicative; Multicoliniaritatea. 6.3. Variabile dummy. 6.4. Date panel. Modele de date panel cu efecte fixe și aleatoare.		10	
Bibliografie 1. Benson Sincich Mc Clave, <i>Statistics for Business & Economics</i> , Pearson International Edition, tenth edition, 2008 2. Duguleană L. (1998), <i>Statistică economico-socială. Teorie și aplicații</i> , Ed. Infomarket 3. Duguleană L., Duguleană C. (1998), <i>Economie aplicată</i> , Ed. Universității Transilvania Brașov 4. Duguleană L. (2000), <i>Metode statistice utilizate în marketingul industrial</i> , Haco Internațional 5. Duguleană L. (2002), <i>Statistică</i> , Infomarket 6. Duguleană C. (2004), <i>Introducere în Economia Aplicată</i> , Ed. Infomarket, Brașov 7. Duguleană L., Petcu N. (2005), <i>Metode cantitative în analiza datelor</i> ", Ed. Infomarket, Brașov 8. Duguleană L. (2011), <i>Metode de previziune economică</i> , Ed. Universității "Transilvania", Brașov 9. Duguleană L. (2012), <i>Bazele statisticii economice</i> , Ed. C.H. Beck, București 10. Malhotra N., Birks D., <i>Marketing Research – An Applied Approach</i> , Ed. Prentice Hall, 2005 11. *** - www.insse.ro 12. *** - www.bnr.ro 13. *** - www.cnp.ro 14. *** - www.imf.org			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Indicatori nominali și reali. PIB real și nominal în România în perioada 1990-2021. Analiza dinamicii PIB în România, în perioada 2000-2022. Metode mecanice de ajustarea și previziune a trendului.	Aplicații pe platforma e-learning	2	
2. Metode analitice de ajustarea și previziunea trendului. Extrapolarea normativă a creșterii economice, folosind indicii medii de dinamică. Metoda regresiei. Ajustarea neliniară și previziunea trendului.	Aplicații pe platforma e-learning	2	
3. Sezonalitatea seriilor cronologice. Metoda mediilor mobile, în analiza variațiilor oscilatorii.	Aplicații pe platforma e-learning	2	
4. Ciclicitatea seriilor cronologice. Metoda descompunerii, în previziunea seriilor cronologice complexe, cu două componente oscilatorii	Aplicații pe platforma e-learning	2	
5. Serii teritoriale. Calculul indicatorilor ST. Comparatii in profil teritorial. Indicatorii concentrării. Ierarhizarea multicriteriala a unitatilor administrativ-teritoriale.	Aplicații pe platforma e-learning	2	
6. Evaluarea potențialului de dezvoltare a unor unități administrativ – teritoriale într-o perioadă analizată; comparații ale unităților administrativ	Aplicații pe platforma e-	2	

–teritoriale analizate	learning		
7. Modelarea econometrică a datelor panel	Aplicații pe platforma e-learning	2	
Bibliografie – a se vedea cea pentru curs la care se adaugă site-uri ale diferitelor organizații și instituții, precum: 1. Benson Sincich Mc Clave, <i>Statistics for Business & Economics</i>, Pearson International Edition, tenth edition, 2008 2. Duguleană L. (1998), <i>Statistică economico-socială. Teorie și aplicații</i>, Ed. Infomarket 3. Duguleană L., Duguleană C. (1998), <i>Economie aplicată</i>, Ed. Universității Transilvania Brașov 4. Duguleană L. (2000), <i>Metode statistice utilizate în marketingul industrial</i>, Haco Internațional 5. Duguleană L. (2002), <i>Statistică</i>, Infomarket 6. Duguleană C. (2004), <i>Introducere în Economia Aplicată</i>, Ed. Infomarket, Brașov 7. Duguleană L., Petcu N. (2005), <i>Metode cantitative în analiza datelor</i>, Ed. Infomarket, Brașov 8. Duguleană L. (2011), <i>Metode de previziune economică</i>, Ed. Universității "Transilvania", Brașov 9. Duguleană L. (2012), <i>Bazele statisticii economice</i>, Ed. C.H. Beck, București 10. Malhotra N., Birks D., <i>Marketing Research – An Applied Approach</i>, Ed. Prentice Hall, 2005 11. *** - www.insse.ro 12. *** - www.bnr.ro 13. *** - www.cnp.ro 14. *** - www.imf.org			

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu activitatea unui economist în mediul de afaceri. Disciplina oferă competențe adaptate conținutului COR. Masteranzii vor fi capabili să aplice metode de analiză statistică a performanțelor unităților administrativ teritoriale, să realizeze studii de sinteză, comparații pe plan internațional și previziuni ale fenomenelor economico-sociale.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen online pe platforma e-learning	Validare răspunsuri	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Teste de evaluare pe platforma e-learning	Validare răspunsuri	50%
10.6 Standard minim de performanță - nota 5, atât la testul final, cât și la media testelor intermediare.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024.

Prof. dr. ec. Gabriel BRĂTUCU, Decan	Prof. dr. ec. Cristinel Petrișor CONSTANTIN, Director de departament
Prof. dr. ec. Liliana DUGULEANĂ, Titular de curs	Prof. dr. ec. Liliana DUGULEANĂ, Titular de seminar/ laborator / proiect

Notă:

- 1) Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- 2) Ciclu de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- 3) Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- 4) Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);

⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de ¹⁾	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relatii economice internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Branding							
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr. Raluca Dania Todor							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Lect.dr. Anca Popescu							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	3	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DAP
							Obligativitate ³⁾	DI

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	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					35
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					22
Tutoriat					22
Examinări					4
Alte activități.....					0
3.7 Total ore de activitate a studentului	133				
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp6 Fundamentarea strategiilor de marketing, elaborarea planurilor de marketing la nivel internațional, managementul afacerilor internaționale. R.Î. 6.1 Absolventul prezintă strategiile, planurile și programele de marketing. R.Î. 6.2 Absolventul explică modul de fundamentare a deciziilor, efectelor și obiectivelor urmărite, pentru adoptarea și punerea lor în aplicare în mod efectiv și responsabil. R.Î. 6.3 Absolventul alege variante optime de decizii în condițiile unor universuri probabilistice, dar într-un mediu profesional de estimare a riscurilor. R.Î. 6.4 Absolventul argumentează deciziile luate în mediul internațional de afaceri și tehnicile folosite în derularea afacerilor internaționale. R.Î. 6.5 Absolventul propune sisteme de management pentru companiile implicate în afacerile internaționale.
Competențe transversale	Ct1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î.1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. Ct3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic. R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Pregătirea studenților cu privire la noțiunile fundamentale ale brandingului și formarea lor ca specialiști în domeniu care să înțeleagă importanța aplicării acestor concepte în activitatea de piață a oricărei companii.
7.2 Obiectivele specifice	- Operarea cu concepte specifice domeniului; - Identificarea principalelor aspecte teoretice legate de branding. - să comunice și să-și susțină opiniile în fața specialiștilor în domeniu și a non-specialiștilor;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Introducere	Prelegere pe bază de slide	2	
Noțiuni de bază în branding	Prelegere pe bază de slide	2	
Istoric branding și elemente de bază	Prelegere pe bază de slide	2	
Audiența brandurilor	Prelegere pe bază de slide	2	
Contextul pieței de branding	Prelegere pe bază de slide	2	
Managementul brandului-partea 1	Prelegere pe bază de slide	2	
Managementul brandului-partea 2	Prelegere pe bază de slide	2	
Norme legislative cu privire la branduri	Prelegere pe bază de slide	2	
Brandingul serviciilor	Prelegere pe bază de slide	2	
Strategii de branding	Prelegere pe bază de slide	2	
Branding personal	Prelegere pe bază de slide	2	
Branding de țară	Prelegere pe bază de slide	2	
Strategii de rebranding	Prelegere pe bază de slide	2	
Recapitulare	Prelegere pe bază de slide	2	
Bibliografie Soechtig, Steve (2022) Make Your Brand Matter: Experience-Driven Solutions to Capture Customers and Keep Them Loyal Miller, Donald (2021) Creaza un story brand , Editura Act si politon, Bucuresti. Sexton Don (2012) Branding, how to build the most valuable asset of a company, Bucharest, Old Court. Lupsa, Dana (2019), Be branded, Editura Libris Stephanie Hemelryk Donald, Eleonore Kofman, Catherine Kevin (2008) Branding Cities: Cosmopolitanism, Parochialism, and Social Change, New York, Routledge Publishing. B. Holt (2005) How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding, Harvard Business Press James Gregory (2004), The Best of Branding: Best Practices in Corporate Building, McGraw-Hill. Klein, Naomi (2016), No logo, trademark tyranny, Bucharest, comunicare.ro. Kotler, Philip (2003) Kotler about marketing. How to create, how to win and dominate markets, Brandbuilders marketing & advertising books, Bucharest, Curier Marketing Publishing House. Olins Wally (2006) About the brand, Bucharest, Comunicare.ro Pringle Hamish, Field Peter (2011) Strategies for successful branding, notoriety and longevity of a brand, Iasi, Polirom Publishing House			

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Introducere	Prezenare proiect	2	
Studii de caz	Prezenare proiect	2	
Studii de caz	Prezenare proiect	2	
Studii de caz	Prezenare proiect	2	
Prezentare proiecte	Prezenare proiect	2	
Prezentare proiecte	Prezenare proiect	2	
Prezentare proiecte	Prezenare proiect	2	
Bibliografie			
Soechtig, Steve (2022) Make Your Brand Matter: Experience-Driven Solutions to Capture Customers and Keep Them Loyal			
Miller, Donald (2021) Creaza un story brand , Editura Act si politon, Bucuresti.			
Sexton Don (2012) Branding, how to build the most valuable asset of a company, Bucharest, Old Court.			
Lupsa, Dana (2019), Be branded, Editura Libris			
Stephanie Hemelryk Donald, Eleonore Kofman, Catherine Kevin (2008) Branding Cities: Cosmopolitanism, Parochialism, and Social Change, New York, Routledge Publishing.			
B. Holt (2005) How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding, Harvard Business Press			
James Gregory (2004), The Best of Branding: Best Practices in Corporate Building, McGraw-Hill.			
Klein, Naomi (2016), No logo, trademark tyranny, Bucharest, comunicare.ro.			
Kotler, Philip (2003) Kotler about marketing. How to create, how to win and dominate markets, Brandbuilders marketing & advertising books, Bucharest, Curier Marketing Publishing House.			
Olins Wally (2006) About the brand, Bucharest, Comunicare.ro			
Pringle Hamish, Field Peter (2011) Strategies for successful branding, notoriety and longevity of a brand, Iasi, Polirom Publishing House			

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

Pregătirea viitorilor specialiști în domeniul relațiilor economice internaționale și aplicării diverselor instrumente de branding

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Sinteza. Analiza	Examen scris	45%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Contributii personale, prezentare proiecte	Sustinere orala Proiect individual	25% 30%
10.6 Standard minim de performanță			
- Operarea cu concepte specifice - Evaluarea critică a situațiilor apărute - Intocmirea proiectelor de seminar			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de **23/09/2024** și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de **23/09/2024**.

Decan Prof. dr. Gabriel Bratucu	Director de departament Prof.dr. Constantin Cristinel
Titular de curs Conf.dr. Todor Raluca Dania 	Semnătură titular de seminar/ laborator/ proiect Lect.dr. Anca Popescu 

Notă:

¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);

²⁾ Ciclu de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;

- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual)

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brasov
1.2 Facultatea	Facultatea de Stiinte Economice si Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MTSAI
1.4 Domeniul de studii de ¹⁾	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relatii economice internationale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Etică și integritate academică							
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.dr. Ileana Tache							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Conf. dr. Adina Candrea							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DSI
							Obligativitate ⁴⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/ laborator/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					2
3.7 Total ore de activitate a studentului	30				
3.8 Total ore pe semestru	58				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C1. Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.1 Absolventul cunoaște, înțelege și utilizează concepte, metode, tehnicile și instrumente specifice managementului firmelor în mediul internațional de afaceri. R.Î. 1.2 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Intelegerea de catre masteranzi a principiilor de comportament in mediul academic, cu un accent special asupra eticii scrierii academice, evitarii plagiatului, metodelor de cercetare utilizate in stiintele economice si a regulilor de publicare in casele editoriale de prestigiu.
7.2 Obiectivele specifice	Insusirea normelor prevazute in Codul de Etica si Deontologie al Universitatii Transilvania din Brasov.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Conceptul de etică și deosebirea dintre lege și etică	Curs interactiv, Învățare prin exemple, prezentare clasică îmbunătățită prin conversație, demonstrație didactică, exerciții, problematizare, dezbateri	2	
2. Scurt istoric al eticii occidentale	Curs interactiv, Învățare prin exemple, prezentare clasică îmbunătățită prin conversație, demonstrație didactică, exerciții, problematizare, dezbateri	2	
3. Conceptul de integritate academică	Curs interactiv, Învățare prin exemple, prezentare clasică îmbunătățită prin conversație, demonstrație didactică, exerciții, problematizare, dezbateri	2	
4. Etica cercetării științifice și proprietatea intelectuală	Curs interactiv, Învățare prin exemple, prezentare clasică îmbunătățită prin conversație, demonstrație didactică, exerciții, problematizare, dezbateri	2	
5. Comitetul de Etică a Publicării (COPE) – obiect de activitate și exemple de cazuri de abateri rezolvate	Curs interactiv, Învățare prin exemple, prezentare clasică îmbunătățită prin conversație, demonstrație didactică, exerciții, problematizare, dezbateri	2	
6. Inteligența artificială și comportamentul științific neadecvat	Curs interactiv, Învățare prin exemple, prezentare clasică îmbunătățită prin conversație, demonstrație didactică, exerciții, problematizare, dezbateri	2	
7. Implicațiile etice ale Chat GPT	Curs interactiv, Învățare prin exemple, prezentare clasică îmbunătățită prin conversație, demonstrație didactică, exerciții, problematizare, dezbateri	2	

Bibliografie 1. Tache Ileana, Dinca Gheorghita, Scriere Academică, Editura Universitatii Transilvania din Brasov, 2018 2. The Chicago Manual of Style Online (2017), disponibil la http://www.chicagomanualofstyle.org/home.html 3. Whitaker, A. (2009), Academic Writing Guide 2010 – A Step-by-Step Guide to Writing Academic Papers, City University of Seattle, Bratislava, Slovakia. 4. Cahn, S.M. (ed.) (2022), Academic Ethics Today: Problems, Policies, and Prospects for University Life, Rowman & Littlefield			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Istoria eticii – tratarea unui gânditor la alegere dintre cei menționați în suportul de curs - proiect	Proiecte și dezbateri	2	
2. Deosebirea dintre lege și etică cu exemple - proiect	Proiecte și dezbateri	2	
3. Conceptul de proprietate intelectuală - proiect	Proiecte și dezbateri	2	
4. Exemple de cazuri de comportament științific necorespunzător rezolvate de COPE - proiect	Proiecte și dezbateri	2	
5. Principii de etica publicațiilor științifice la mari case editoriale - proiect	Proiecte și dezbateri	2	
6. Avantaje și dezavantaje ale inteligenței artificiale cu exemple - proiect	Proiecte și dezbateri	2	
7. Aspecte etice ale utilizării Chat GPT - proiect	Proiecte și dezbateri	2	
Bibliografie 1. Tache Ileana, Dinca Gheorghita, Scriere Academică, Editura Universitatii Transilvania din Brasov, 2018 2. The Chicago Manual of Style Online (2017), disponibil la http://www.chicagomanualofstyle.org/home.html 3. Whitaker, A. (2009), Academic Writing Guide 2010 – A Step-by-Step Guide to Writing Academic Papers, City University of Seattle, Bratislava, Slovakia. 4. Cahn, S.M. (ed.) (2022), Academic Ethics Today: Problems, Policies, and Prospects for University Life, Rowman & Littlefield			

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

Masteranzii vor deprinde abilități de înțelegere a lucrării de disertație care să răspundă normelor de etică și integritate academică.
--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Rezolvarea și interpretarea corectă a conceptelor teoretice, a aplicațiilor practice și a studiilor de caz	Evaluare scrisă – test grilă	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor și teoriilor specifice	Note proiecte și participare la dezbateri	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Folosirea corectă a bibliografiei, utilizarea unui sistem de citare, elaborarea unei lucrări academice respectând structura minimală a unei astfel de cercetări.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel BRATUCU Decan	Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN Director de departament
Prof. dr. Ileana TACHE Titular de curs	Conf. dr. Adina CANDREA Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MTSAI
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	Economie și Afaceri Internaționale
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Practică de specialitate							
2.2 Titularul activităților de curs	-							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Nicolae Marinescu							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DS
							Obligativitate ³⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	6	din care: 3.2 curs	0	3.3 seminar/ laborator/ proiect	6
3.4 Total ore din planul de învățământ	84	din care: 3.5 curs	0	3.6 seminar/ laborator/ proiect	84
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					0
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					0
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					0
Tutoriat					0
Examinări					0
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	84				
3.8 Total ore pe semestru	84				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe privind afacerile internaționale, acumulate în ciclul de licență
4.2 de competențe	Abilitate de analiză și sinteză a cunoștințelor fundamentale din domeniul economic

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	-
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	- PC, conexiune internet, realizarea temelor de proiect atribuite

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale. R.Î.1.1 Absolventul cunoaște, înțelege și utilizează concepte, metode tehnicile și instrumente specifice managementului firmelor în mediul internațional de afaceri. R.Î.1.2 Absolventul utilizează integrat conceptele, teoriile, principiile și practicile moderne valoroase, pentru situații noi, prin dezvoltarea spiritului creativ și inovator. Absolventul analizează și elaborează strategiile dezvoltării portofoliului de afaceri, planifică noi afaceri. Cp.2 Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă. R.Î.2.1 Absolventul identifică variabilele caracteristice pieței țintă a organizației (economice sau nonprofit) și a modelelor de previziune a variabilelor explicative și a modelelor de gestionare a relațiilor cu clienți. R.Î.2.2 Absolventul explică mecanismul de gestionare a relațiilor cu consumatorii, concurenții și ceilalți "actori" din piață.
-------------------------	---

Competențe transversale	Ct.1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.1.1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Practica de specialitate oferă masteranzilor posibilitatea de a se familiariza cu mediul economic și financiar; masteranzii au posibilitatea de aplica toate cunoștințele teoretice asimilate; de a întocmi și elabora pe baza datelor oferite de societate și pe baza studierii piețelor strategii de marketing, strategii de export și strategii de pătrundere pe noi piețe.
7.2 Obiectivele specifice	Masteranzii vor fi capabili să realizeze studierea piețelor, să culeagă informațiile, să interpreteze și să analizeze datele obținute, să conceapă strategii de export, de marketing internațional și de pătrundere pe piețele externe.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
-	-		
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Cap. 1. Prezentarea entității economice 1.1. Denumire, scurt istoric, domeniu de activitate 1.2. Modul de organizare, conducerea și personalul 1.3. Situația contabilă (cifra de afaceri, profit), ultimii 5 ani Cap. 2. Analiza pieței în care își desfășoară entitatea activitatea, poziționarea entității în mediul concurențial și implicarea internațională 2.1. Analiza mediului concurențial din piața relevantă 2.2. Mixul de marketing 2.3. Modul de implicare în afacerile internaționale Cap. 3. Propunerea de îmbunătățire adusă unui proces desfășurat de entitatea economică în domeniul afacerilor internaționale 3.1. Identificarea unui proces din cadrul entității economice ce necesită îmbunătățire 3.2. Propuneri de îmbunătățire privind procesul respectiv 3.3. Decizii privind implicarea eficientă în afacerile internaționale pentru perioada următoare	Studiu de caz, culegerea și analiza datelor, sinteză	84	
1. Băcanu, B. – Practici de management strategic, ed. Polirom, 2006; 2. Bărbulescu Șeitan, O. – Plăți și finanțări internaționale. ed. UNITBV, 2011; 3. Brătucu, G., Boșcor, D. – Marketing internațional, ed. UNITBV, 2008; 4. Marinescu, N. – Comerț internațional și politici comerciale, ed. UNITBV, 2007.			

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu așteptările reprezentanților mediului de afaceri și cu conținutul COR, întrucât masteranzii vor fi capabili să cunoască aprofundat activitatea unei companii și implicarea acesteia în afacerile internaționale. De asemenea, masteranzii vor fi capabili să participe la elaborarea de politici și strategii, utilizând cunoștințele specializate din domeniul afacerilor internaționale.
--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Elaborare proiect de practică	Evaluare cu itemi obiectivi	100%
10.6 Standard minim de performanță			
Realizarea a minim 50% din cerințele proiectului			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024.

Prof. dr. Gabriel Brătucu, Decan	Prof. dr. Cristinel Constantin, Director de departament
	Prof. dr. Nicolae Marinescu Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii de master	Economie și Afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații economice internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Dezvoltare și politici regionale europene							
2.2 Titularul activităților de curs	Monica Răileanu Szeles							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Monica Răileanu Szeles							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	ex	2.7 Regimul disciplinei	Conținut	DCA
							Obligativitate	DI

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	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					30
Pregătire seminarii/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					12
Examinări					6
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	108				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite ⁴⁾	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.1 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală. R.Î. 1.2 Absolventul utilizează integrat conceptele, teoriile, principiile și practicile moderne valoroase, pentru situații noi, prin dezvoltarea spiritului creativ și inovator. R.Î. 1.3 Absolventul valorifică experiența personală și colectivă din organizație pentru a dezvolta capacitatea de creație și inovare, prin utilizarea celor mai importante concepte, teorii, principii și metodologii la nivel mondial. Cp2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.1 Absolventul analizează și interpretează situațiile tranzacționale din mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.2 Absolventul analizează și interpretează informații diverse pentru explicarea unor procese manageriale în context internațional.
Competențe transversale	Ct1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. Ct2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale. R.Î. 2.1. Absolventul este capabil să realizeze un portofoliu de conducere care să conțină organigrama, sistemul intern de informare/raportare, enumerarea bazelor de date pe programe de lucru, ghidul de metode și procedee de monitorizare, analiză și prognoză etc.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Principalul obiectiv al disciplinei este familiarizarea masteranzilor cu aspectele regionale ale procesului de integrare europeană și înțelegerea implicațiilor acestora asupra afacerilor europene.
7.2 Obiectivele specifice	Obiectivele specifice ale acestei discipline vizează cunoașterea procesului de integrare europeană în profil regional, a clusterelor, convergențelor și divergențelor regionale din Uniunea Europeană, și înțelegerea efectelor produse de acestea asupra relațiilor economice internaționale, precum și a oportunităților derivate din politicile regionale europene.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Dezvoltare, convergente și divergente regionale la nivelul UE	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
2. Decalaje economice și sociale în profil regional european	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
3. Obiectivele și sfera de cuprindere a politicii regionale europene	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
4. Bugetul Uniunii Europene și cadrul financiar multianual	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
5. Resursele proprii ale Uniunii Europene	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
6. Calendarul bugetar al UE, procedura și implementarea	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
7. Fondurile structurale și de investiții europene	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
8. Domeniile de investiții europene	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
9. Beneficiarii fondurilor structurale și de investiții europene	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
10. Orientare strategică și programare la nivelul UE	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
11. Strategia Europa 2020	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
12. Accesare fonduri nerambursabile la nivelul UE	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
13. Bugetul UE pentru perioada 2021-2027	Prezentare videoproiector, curs	2	

	interactiv		
14. Priorități și perspective ale politicii de coeziune și investiții 2021-2027	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
Bibliografie • Marcela Cristina Hurjui, „Politica regională în cadrul Uniunii Europene”, ed. Pro Universitaria 2015. • Lavinia Cipleu, „Politica de dezvoltare regională a Uniunii Europene”, ed. Economică 2016. • Flore Pop, “Aspecte conexe ale politicii de vecinătate a Uniunii Europene in Est”, Școala Ardeleană 2018. • Philip McCann „The Regional and Urban Policy of the European Union”, New Horizons in Regional Science, 2016. *** Colecția The Economist, Piața Financiară *** Resurse educaționale on-line: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Convergența economică reală în profil regional european	Studiu de caz	1	
2. Indicatori și modele de analiză a decalajelor economice și sociale regionale	Discuții, analize, prezentări interactive	1	
3. Politica regională europeană	Discuții, prezentări interactive	1	
4. Cadrul financiar multianual 2021-2027	Discuții, prezentări interactive	1	
5. Cadrul financiar multianual 2014-2020	Discuții, prezentări interactive	1	
6. Veniturile aferente bugetului UE	Studii de caz, discuții	1	
7. Fondul European de Dezvoltare Regională	Studii de caz, discuții	1	
8. Fondul Social European	Studii de caz, discuții	1	
9. Fondul de coeziune	Studii de caz, discuții	1	
10. Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală	Studii de caz, discuții	1	
11. Direcții și coordonate ale Strategiei 2020	Studii de caz, discuții	1	
12. Etape și principii aplicare fonduri nerambursabile	Studii de caz, discuții	1	
13. Studii de caz privind dinamica bugetului UE 2021-2027	Studii de caz, discuții	1	
14. Scenarii privind perspectivele politicii de coeziune și investiții 2021-2027	Studii de caz, discuții	1	
Bibliografie • Marcela Cristina Hurjui, „Politica regională în cadrul Uniunii Europene”, ed. Pro Universitaria 2015. • Lavinia Cipleu, „Politica de dezvoltare regională a Uniunii Europene”, ed. Economică 2016. • Flore Pop, “Aspecte conexe ale politicii de vecinătate a Uniunii Europene in Est”, Școala Ardeleană 2018. • Philip McCann „The Regional and Urban Policy of the European Union”, New Horizons in Regional Science, 2016. *** Colecția The Economist, Piața Financiară *** Resurse educaționale on-line: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/			

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

Cursul oferă o perspectivă de ansamblu asupra procesului de dezvoltare regională a Uniunii Europene și a politicilor regionale, cu implicații asupra afacerilor europene/ internaționale din Uniunea Europeană. Din această perspectivă, conținutul disciplinei este armonizat cu așteptările comunităților profesionale și angajatorilor potențiali.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Explicarea corectă a unui situații din sfera piețelor internaționale de capital, folosind teoriile predate la curs	Evaluare scrisă cu itemi subiectivi	50%
	Analiza unei situații standard din economia și finanțele internaționale	Evaluare scrisă cu itemi obiectivi	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor predate	Evaluare orală	60%

	Analiza unei situații din cadrul piețelor internaționale de capital, folosind metodele predate la curs	Metodă practică - proiect	40%
10.6 Standard minim de performanță			
• Operarea cu concepte fundamentale din domeniul politicii regionale europene • Rezolvarea unor probleme bine definite, de complexitate medie, din sfera politicii regionale europene • Evaluarea critică a problemelor și soluțiilor alternative din domeniul politicii regionale europene			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/24 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de /09/23 .

Decan Prof.dr. Brătucu Gabriel	Director departament Prof.dr. Constantin Cristinel
Titular curs Prof.dr. Răileanu Szeles Monica	Titular seminar Prof.dr. Răileanu Szeles Monica

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii de master	Economie și Afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații economice internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Investiții financiare și gestiunea portofoliului							
2.2 Titularul activităților de curs	Monica Răileanu Szeles							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Monica Răileanu Szeles							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	ex	2.7 Regimul disciplinei	Conținut	DCA
							Obligativitate	DI

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	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					30
Pregătire seminarii/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					12
Examinări					6
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	108				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite ⁴⁾	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.1 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală. R.Î. 1.2 Absolventul utilizează integrat conceptele, teoriile, principiile și practicile moderne valoroase, pentru situații noi, prin dezvoltarea spiritului creativ și inovator. R.Î. 1.3 Absolventul valorifică experiența personală și colectivă din organizație pentru a dezvolta capacitatea de creație și inovare, prin utilizarea celor mai importante concepte, teorii, principii și metodologii la nivel mondial. Cp2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.1 Absolventul analizează și interpretează situațiile tranzacționale din mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.2 Absolventul analizează și interpretează informații diverse pentru explicarea unor procese manageriale în context internațional.
Competențe transversale	Ct1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. Ct2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale. R.Î. 2.1. Absolventul este capabil să realizeze un portofoliu de conducere care să conțină organigrama, sistemul intern de informare/raportare, enumerarea bazelor de date pe programe de lucru, ghidul de metode și procedee de monitorizare, analiză și prognoză etc.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Principalul obiectiv al disciplinei este familiarizarea masteranzilor cu piața financiară, prin furnizarea de cunoștințe de bază privind instrumentele, produsele, modul de funcționare, mecanismele și procesele specifice acesteia, în vederea utilizării acestora în atragerea de resurse financiare la nivelul companiilor.
7.2 Obiectivele specifice	Obiectivele specifice acestei discipline vizează cunoașterea particularităților pieței financiare, a mecanismului specific tranzacțiilor spot și futures pe aceste piețe, a modului de atragere de resurse financiare de pe aceste piețe din punctul de vedere al companiilor multinaționale, și a strategiilor de speculație și hedging utilizate pe aceste piețe.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Noțiuni teoretice de bază legate de piața financiară	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
2. Instrumentele specifice pieței monetare și de capital	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
3. Instituții pe piața financiară	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
4. Piața internațională a acțiunilor	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
5. Piața internațională a obligațiunilor	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
6. Analiza comparativă a surselor de finanțare pe piața financiară	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
7. Utilizarea contractelor la termen în scop de hedging valutar pentru exportatorii români	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
8. Contractele futures	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
9. Analiza fundamentală – elemente avansate	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
10. Analiza tehnică – elemente avansate	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
11. Fundamentele teoriei portofoliului	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
12. Modele din teoria portofoliului	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	

13. Analiza comparativă a surselor de finanțare oferite de piața financiară internațională	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
14. Aspecte ale crizei financiare internaționale și implicațiile sale asupra politicii de finanțare a companiilor pe piața financiară	Prezentare videoproiector, curs interactiv	2	
Bibliografie • Monica Răileanu Szeles <i>Relații monetar-financiare internaționale</i>, edit. Lux Libris Brașov, 2006. • Monica Răileanu Szeles și Ramona Miron <i>Plăți și finanțări internaționale</i>, edit. Universității Transilvania din Brașov, 2011. • Fabozzi, F. And Modigliani, F. "Capital Markets. Institutions and instruments", Pearson International Edition, Prentice Hall, 2009. • Bodie, Z, Kane, A. And Marcus, A. "Investments", Irwin, 1996. • Daigler, R. "Financial futures markets", Harper Collins College Publishers, 1993. • Campbell, T. and Kracaw, W. "Financial institutions and capital markets", Harper Collins College Publishers, 1994. *** Colecția The Economist, Piața Financiară *** Resurse educaționale on-line			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Prezentarea componentelor și instrumentelor specifice pieței financiare	Discuții, prezentări interactive	1	
2. Prezentarea în sistemul burselor europene și americane a acțiunilor listate la diverse categorii	Discuții, prezentări interactive	1	
3. Analiza surselor de finanțare de care dispun companiile pe piața financiară	Discuții, prezentări interactive	1	
4. Emisiune de acțiuni versus emisiune de obligațiuni	Discuții, prezentări interactive	1	
5. Activitatea intermediarilor pe piața de capital	Discuții, prezentări interactive	1	
6. Oportunități de finanțare pe piața internațională de capital	Studii de caz, discuții	1	
7. Prezentarea surselor externe de finanțare oferite marilor companii de piața financiară internațională	Studii de caz, discuții	1	
8. Studiu de caz: Analiza procesului de emisiune de obligațiuni pe piețele internaționale pe un exemplu dat	Studii de caz, discuții	1	
9. Analiza fundamentală – studio de caz	Studii de caz, discuții	1	
10. Analiza tehnică – studiu de caz	Studii de caz, discuții	1	
11. Probleme și aplicații privind tehnicile de hedging valutar	Studii de caz, discuții	1	
12. Utilizarea contractelor futures de către importatori și exportatori	Studii de caz, discuții	1	
13. Constituirea unui portofoliu de două titluri financiare	Studii de caz, discuții	1	
14. Constituirea unui portofoliu de trei titluri financiare	Studii de caz, discuții	1	
Bibliografie • Monica Răileanu Szeles <i>Relații monetar-financiare internaționale</i>, edit. Lux Libris Brașov, 2006. • Monica Răileanu Szeles și Ramona Miron <i>Plăți și finanțări internaționale</i>, edit. Universității Transilvania din Brașov, 2011. • Fabozzi, F. And Modigliani, F. "Capital Markets. Institutions and instruments", Pearson International Edition, Prentice Hall, 2009. • Bodie, Z, Kane, A. And Marcus, A. "Investments", Irwin, 1996. • Daigler, R. "Financial futures markets", Harper Collins College Publishers, 1993. • Campbell, T. and Kracaw, W. "Financial institutions and capital markets", Harper Collins College Publishers, 1994. *** Colecția The Economist, Piața Financiară *** Resurse educaționale on-line			

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

Cursul oferă o perspectivă de ansamblu asupra piețelor de capital internaționale, cu accent pe aspectele practice ale înțelegerii funcționării mediului financiar internațional. Din această perspectivă, conținutul disciplinei este armonizat cu așteptările comunităților profesionale și angajatorilor potențiali.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Explicarea corectă a unei situații din sfera piețelor financiare, folosind teoriile predate la curs	Evaluare scrisă cu itemi subiectivi	50%
	Analiza unei situații standard din domeniul pieței financiare	Evaluare scrisă cu itemi obiectivi	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor predate	Evaluare orală	60%
	Analiza unei situații din cadrul piețelor financiare, folosind metodele predate la curs	Metodă practică - proiect	40%
10.6 Standard minim de performanță			
• Operarea cu concepte fundamentale din domeniul piețelor financiare • Rezolvarea unor probleme bine definite, de complexitate medie, din sfera piețelor financiare • Evaluarea critică a problemelor și soluțiilor alternative din domeniul piețelor financiare			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/24 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de /09/24.

Decan Prof.dr. Brătucu Gabriel	Director departament Prof.dr. Cristinel Constantin
Titular curs Prof.dr. Răileanu Szeles Monica	Titular seminar Prof.dr. Răileanu Szeles Monica

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	„TRANSILVANIA” DIN BRASOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM-SERVICII ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii	AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclul de studii ¹⁾	MASTER
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELĂȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE LA NIVEL INTERNAȚIONAL							
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ.dr. Tiberiu Foris							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Prof. univ.dr. Tiberiu Foris							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare		2.7 Regimul disciplinei	Conținut ²⁾	DS
				Examen oral			Obligativitate ³⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					14
Examinări					10
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite ⁴⁾	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cunoștințe fundamentale de management, achiziționate în ciclul de licență
4.2 de competențe	• Abilitate de analiză și sinteză a cunoștințelor fundamentale din domeniul economic

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Videoproiector, ecran de proiecție, PC, aplicația Power Point, conexiune internet, prezență activă la curs
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	• PC, aplicația Power Point, conexiune internet, realizarea temei de proiect atribuite, dezbateri studii de caz

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C1. Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î.1.1 Masterandul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală. R.Î.1.2 Masterandul perfecționează sistemul de analiză și interpretare a unor studii de piață și a unor strategii de marketing și management în mediul internațional de afaceri. R.Î.1.3 Masterandul valorifică experiența personală și colectivă din organizație pentru a dezvolta capacitatea de creație și inovare, prin utilizarea celor mai importante concepte, teorii, principii și metodologii la nivel mondial. C2 Realizarea de modele și sisteme de evaluare a performanțelor firmelor implicate în afacerile internaționale. R.Î.2.1 Masterandul formulează soluții pentru proiectarea și analiza sistemelor de management al resurselor umane utilizând tehnici și proceduri integrate în context internațional. R.Î.2.2 Masterandul utilizează strategii de marketing și management internațional adecvate specificului resurselor umane la nivel internațional. R.Î.2.3 Masterandul elaborează un studiu privind managementul resurselor umane, urmat de formularea unor criterii de evaluare permanentă a gradului de îndeplinire a standardelor asumate.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î.1.1 Masterandul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. CT2 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic R.Î.1.1 Masterandul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul se predă masteranzilor la nivelul anului I și urmărește să aprofundeze cunoștințele legate de problematica formulării, dezvoltării și comparării de strategii de resurse umane utilizate de firme la nivel internațional.
7.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea strategiilor de resurse umane utilizate la nivel internațional - Cunoașterea avantajelor competitive legate de utilizarea eficientă a resurselor umane - Cunoașterea diferențelor și similarităților dintre resursele umane la nivel internațional utilizând studiile multiculturale - Cunoașterea strategiilor de marketing și management intercultural - Reunirea competențelor profesionale și transversale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE – PRINCIPII DE BAZĂ - funcția de personal, schimbarea conținutului funcției de personal și constituirea Managementului Resurselor Umane (M.R.U.), Managementul Resurselor Umane – esență, scop, componente	Clasic, cu predare interactivă	2	Prelegere, dezbateri, rezolvări de teme individuale și în grup
2. PROIECTAREA STRUCTURILOR ORGANIZAȚIONALE - proiectarea organizațională - opțiuni și implicații, teorii referitoare la organizații, perspective în organizații, tipuri de structuri organizatorice, centralizarea și descentralizarea	Clasic, cu predare interactivă	4	

3. CONDUCEREA ORGANIZAȚIILOR - atributele liderului, teorii asupra stilului de conducere	Clasic, cu predare interactivă	2	
4. TEORII MOTIVAȚIONALE	Clasic, cu predare interactivă	2	
5. SALARIZAREA PERSONALULUI - evaluarea posturilor, formele de salarizare	Clasic, cu predare interactivă	4	
6 STRATEGII DE RESURSE UMANE - noțiunea de "strategie de resurse umane", tipuri de strategii, domeniul strategiilor de resurse umane, elaborarea strategiilor, etică și echitate, ierarhizare și decizie în strategiile resurse umane	Clasic, cu predare interactivă	4	
7. MANAGEMENTUL RELAȚIILOR INDUSTRIALE - organizațiile sindicale, organizațiile patronale, conflictul de muncă, grevele, proceduri de restabilire și menținere a relațiilor management - sindicate, tendințele în evoluția relațiilor management sindicate	Clasic, cu predare interactivă	2	
8. MANAGEMENTUL STRESULUI - definirea stresului ocupațional, costurile stresului, sursele de stres la locul de muncă, strategii anti stres	Clasic, cu predare interactivă	2	
9. MANAGEMENTUL COMUNICAȚIILOR - definirea și componentele comunicării interne, tipologia comunicărilor interne, deficiențe înregistrate în procesul comunicării, modalități de perfecționare a comunicării	Clasic, cu predare interactivă	2	
10. EVALUAREA ECONOMICĂ A PERFORMANȚELOR RESURSELOR UMANE - conținutul procesului de evaluare a resurselor umane, obiectivele evaluării, criterii și standarde de performanță, modalități de evaluare, metode de evaluare a performanțelor resurselor umane, surse generatoare de erori în procesul de evaluare	Clasic, cu predare interactivă	4	
Bibliografie 1. Armstrong, M., Managementul Resurselor Umane – manual de practică, editura CODECS, 2003 2. Cole, G., A., <i>Personnel Management</i> , DP Publications Ltd, London, 1993 3. Cowling, A., G., <i>Behavioural Sciences for Managers</i> , Hodder & Stoughton Publications, London, 1993 4. Foris, T., <i>Human Resources Management</i> , Editura Centrului Regional pentru Managementul Resurselor de Apărare, Brașov, 2000 5. Foris, T. <i>Managementul Resurselor Umane</i> , Ed. Infomarket, Brașov, 2007 6. Foris, T., <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Universității Transilvania din Brașov, 2010 7. Graham, H., T., <i>Human Resources Management</i> , Pitman Publishing, London, 1995 8. Hofstede, G., <i>Culture's Consequences - International Differences in Work-Related Values</i> , SAGE Publications, 1991 8. Hofstede, G., <i>Cultures and Organizations Software of the Mind</i> , Mc. Graw-Hill, 1991 9. Mathis, L., R., Nica, P., Rusu, C., <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Economică, București, 1997 10. Pitariu, H.D., - <i>Managementul resurselor umane</i> – Ed. All, București, 1994 11. Pitariu, H.D., - <i>Proiectarea fișelor de post, evaluarea posturilor de muncă și a personalului</i> - , Ed. IRECSON, București, 2003			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Resursele umane în contextul organizațional.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	Referat realizat în echipă pe o temă impusă/ prezentare studii de caz individuale Simulări ale examenului
2. Analiza pieței muncii în contextul aderării la Uniunea Europeană.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
3. Factori care determină performanța organizațională.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
4. Analiza și reproiectarea unei structuri organizaționale.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	

5. Recrutare și selecție. Realizarea unei fișe a postului.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
6. Recrutare și selecție. Simularea unui proces de selecție.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
7. Proiectarea unui program de pregătire profesională.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
8. Influența culturii de organizație asupra performanțelor resurselor umane.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
9. Relațiile la locul de muncă – element definitoriu al performanței organizaționale.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
10. Aplicarea teoriilor motivaționale la specificul românesc și european.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
11. Liderșhip și management. Abordare comparativă.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
12. Elementele constitutive ale conflictului organizațional. Tactici de rezolvare.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
13. Demisia la angajare. Angajamentul organizațional.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
14. Stresul. Construirea unui instrument de autoevaluare a stresului.	Probleme, studii de caz, dezbateri	2	
Bibliografie: 1. Armstrong, M., Managementul Resurselor Umane – manual de practică, editura CODECS, 2003 2. Cole, G.,A., <i>Personnel Management</i> , DP Publications Ltd, London, 1993 3. Cowling, A., G., <i>Behavioural Sciences for Managers</i> , Hodder & Stoughton Publications, London, 1993 4. Foris, T., <i>Human Resources Management</i> , Editura Centrului Regional pentru Managementul Resurselor de Apărare, Brașov, 2000 5. Foris, T. <i>Managementul Resurselor Umane</i> , Ed. Infomarket, Brașov, 2007 6. Foris, T., <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Universității Transilvania din Brașov, 2010 7. Graham, H., T., <i>Human Resources Management</i> , Pitman Publishing, London, 1995 8. Hofstede, G., <i>Culture's Consequences - International Differences in Work-Related Values</i> , SAGE Publications, 1991 8. Hofstede, G., <i>Cultures and Organizations Software of the Mind</i> , Mc. Graw-Hill, 1991 9. Mathis, L., R., Nica, P., Rusu, C., <i>Managementul resurselor umane</i> , Editura Economică, București, 1997 10. Pitariu, H.D., - <i>Managementul resurselor umane</i> – Ed. All, București, 1994 11. Pitariu, H.D., - <i>Proiectarea fișelor de post, evaluarea posturilor de muncă și a personalului</i> - , Ed. IRECSON, București, 2003			

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu așteptările reprezentanților mediului de afaceri și cu conținutul COR, deoarece masteranzii vor fi capabili să cunoască aprofundat mediul internațional de afaceri și să elaboreze strategii de resurse pentru o organizație. De asemenea, masteranzii vor fi capabili să elaboreze proiecte profesionale și/sau de cercetare, utilizând cunoștințele din domeniul afacerilor internaționale. În plus, masteranzii vor fi capabili să execute sarcini profesionale complexe, în condiții de autonomie și de independență profesională și să își asume roluri/funcții de conducere a activității unor firme multinaționale sau a unor firme locale care desfasoara activități de export în condițiile în care și-au dezvoltat autocontrolul procesului de învățare și își pot diagnostica nevoile de formare continuă, având o analiză reflexivă a propriei activități profesionale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Explicarea corectă și/sau analiza teoriilor, modelelor și tehnicilor utilizate în Managementul resurselor umane la nivel internațional, comparativ, utilizând teoria predată	Evaluare orală, individual (examen oral)	60%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect			

	Dezbateri și prezentare studii de caz, referate	Evaluare orală	40%
10.6 Standard minim de performanță			
- masterandul trebuie să fi participat activ la dezbaterile studiilor de caz - masterandul trebuie să poată formula strategii de resurse umane pentru firmele cu activitate internațională - masterandul trebuie să fi fost prezent activ la cel puțin 50% din cursuri			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23.09.2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23.09.2024.

Prof.dr. Gabriel Brătucu Decan	Prof.dr. Cristinel Constantin Director de departament
Prof.dr. Tiberiu Foris Titular de curs	Prof.dr. Tiberiu Foris Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 – 30 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „TRANSILVANIA” din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM SERVICII ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii de masterat	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELATȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Metode cantitativ calitative de studiere a piețelor							
2.2 Titularul activităților de curs	Tecău Alina Simona							
2.3 Titularul activităților de seminar	Tecău Alina Simona							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	4	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DAP
							Obligativitate ³⁾	DI

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					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					80
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					84
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	164				
3.8 Total ore pe semestru	206				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	8				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	• Bazele marketingului

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală dotată cu videoproiector / Platforma E-learning
5.2 de desfășurare a seminarului	Laborator dotat cu masa rotunda pentru organizare focus group-uri / Platforma E-learning

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.3 Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său R.Î. 3.1 Absolventul interpretează și evaluează impactul variabilelor de mediu asupra activității organizației R.Î. 3.2 Absolventul analizează și evaluează piața produsului de referință și piața organizației R.Î. 3.3 Absolventul culege, evaluează și prelucrează date privind piața-țintă și clienții pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiile de fezabilitate. Identifică tendințele pieței. R.Î. 3.5 Absolventul realizează cercetări de marketing pentru obținerea informațiilor cu privire la mediul organizației
-------------------------	---

Competențe transversale	Ct1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să îndeplinească sarcinile specifice domeniului de activitate respectând deontologia profesională
-------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul are ca scop dobândirea de cunoștințe științifice cu privire la metodele cantitativ-calitative de studiere a pieței, însușirea de deprinderi și capacități care să permită aplicarea practică a tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de cercetare calitativă de marketing.
7.2 Obiectivele specifice	La sfârșitul acestui curs, absolvenții vor fi capabili să organizeze și să întocmească raportul unei cercetări de marketing realizată prin cel puțin una dintre metodele specifice.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Aspecte conceptuale privind metodele cantitativ - calitative de studiere a pieței	Discutii libere bazate pe studiul individual, aplicații	4	
2. Metode calitative bazate pe tehnici individuale	Discutii libere bazate pe studiul individual, aplicații	2	
3. Metode calitative proiective	Discutii libere bazate pe studiul individual, aplicații	2	
4. Metode calitative de grup- tipologia metodelor calitative de grup	Discutii libere bazate pe studiul individual, aplicații	2	
5. Metoda discuției orientată de grup –focus group	Discutii libere bazate pe studiul individual, aplicații	18	
Bibliografie 1. Constantin, C., Tecau, A.S., Introducere în cercetarea de marketing, Editura Universitară, București, 2013; 2. Lefter, C (coordonator)- Marketing, Ed. Universității Transilvania, 2006; 3. Henning M., Hutter I., Bailey A, Qualitative Research Methods, Sage Publications, 2020; 4. Malhotra, N – Marketing Research. An applied orientation. Ediția a 4-a. Ed. Pearson Education International, New Jersey, 2004; 5. Popescu, I,C – Metode calitative utilizate în cercetările de marketing. Ed. ASE, București, 2000;			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Indrumare cu privire la realizarea unui focus group	Discuții libere, observații	4	
Organizarea unor discuții focalizate de grup (focus-group-uri) pe diverse teme	Discuții libere, observații	10	
Bibliografie: 6. Constantin, C., Tecau, A.S., Introducere în cercetarea de marketing, Editura Universitară, București, 2013; 7. Lefter, C (coordonator)- Marketing, Ed. Universității Transilvania, 2006; 8. Henning M., Hutter I., Bailey A, Qualitative Research Methods, Sage Publications, 2020; 9. Malhotra, N – Marketing Research. An applied orientation. Ediția a 4-a. Ed. Pearson Education International, New Jersey, 2004; 10. Popescu, I,C – Metode calitative utilizate în cercetările de marketing. Ed. ASE, București, 2000;			

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

--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere
-------------------	---------------------------	-------------------------	--------------

			din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Pregătirea materialelor necesare, organizarea unui focus group si redactarea raportului cercetarii	Evaluarea cu itemi obiectivi	100%
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea conceptelor specifice disciplinei			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din 23 .09. 2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23 .09. 2024

Prof.dr. Gabriel BRĂTUCU, Decan	Prof.dr. Cristinel CONSTANTIN, Director de departament
Prof.dr. Alina Simona TECĂU, Titular de curs	Prof. dr. Alina Simona TECĂU, Titular de seminar

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe economice și administrarea afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing Turism Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	Afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	EUROMARKETING							
2.2 Titularul activităților de curs	Chițu Ioana Bianca							
2.3 Titularul activităților de seminar	Chițu Ioana Bianca							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DAP
							Obligativitate ⁴⁾	DO

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe de marketing
4.2 de competențe	Abilități de sinteză a cunoștințelor economice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, ecran de proiecție, laptop, conexiune internet
5.2 de desfășurare a seminarului	Videoproiector, ecran de proiecție, laptop, conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.4 Absolventul perfecționează sistemul de analiză și interpretare a unor studii de piață și a unor strategii de marketing în mediul internațional de afaceri. Cp3 Proiectarea sistemelor de marketing și de cercetări de marketing în domeniul afacerilor internaționale. R.Î. 3.1 Absolventul identifică practicile valoroase la nivelul organizațiilor, proiectează, organizează și operaționalizează planurile strategice și programele de marketing specifice mediului internațional de afaceri. R.Î. 3.2 Absolventul descrie în detaliu impactul factorilor de mediu asupra politicilor și strategiilor de piață precum și a strategiilor specifice mixului de marketing, realizează strategii de branding la nivel internațional.
-------------------------	---

Competențe transversale	Ct.1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina are ca obiect prezentarea principalelor elemente caracteristice euromarketingului.
7.2 Obiectivele specifice	- cunoașterea conceptelor și caracteristicilor euromarketingului pentru a înțelege și a aprecia potențialul oferit de această disciplină de domeniu; - explicarea și analiza critică a tehnicilor și conceptelor utilizate;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1.Prezentarea conținutului disciplinei și a aspectelor organizatorice. Uniunea Europeană istoric	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
2.Uniunea Europeană prezent. Contextul apariției și semnificația euromarketingului. Conceptul de euromarketing	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
3.Piața unică – terenul de acțiune al euromarketingului	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
4.Consumatorul european, determinate socio-demografice, cultura- element major al comportamentului consumatorului european - 1	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
5.Consumatorul european, determinate socio-demografice, cultura- element major al comportamentului consumatorului european - 2	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
6.Concurența pe piața unică europeană – strategii concurențiale	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
7.Cadru legal, instituțional și politic în euromarketing	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
8.Mediul de marketing european	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
9.Politica de produs	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
10.Politica de distribuție	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
11.Politica de preț	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
12. Politica de promovare	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
13.Strategii de marcă	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	
14.Strategii de marketing pe piața europeană	Prelegere – prezentare PowerPoint	2	

Bibliografie

- Adăscăliței V. – Euromarketing, ed. Uranus, București, 2005
- Arons R – Euromarketing: a strategic planner for selling into New Europe, ed. Probus, Chicago, 1994
- Chițu, I.B. – Tehnici promoționale, curs pentru învățământul la distanță, Universitatea Transilvania din Brașov, 2023
- Florescu, C., Pop, N. Al., Mâlcome, P. – Marketing – dicționar explicativ, Ed. Economică, București, 2003
- Giurgiu, A. – Comerțul intraeuropean, ed. Economică, București, 2008
- Johnson, D, Turner, C. – European Business, second edition, Routledge, Taylor and Francis Group, 2006
- Kotler, P., Keller, K.L. – Marketing Management, 14th edition, Prentice Hall, 2012
- Kotler, Ph., Armstrong G – Principles of Marketing , Pearson Education Hall, 2018
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. - Marketing 5.0 . Technology for Humanity, John Wiley & Sons Inc, 2021
- Nicolescu, L – Marketing internațional. O abordare pan-europeană, ed Economică, București, 2005
- Popescu I.,C. – Comunicarea în marketing, Ed. Uranus, 2003
- Tescașiu B. – Introducere în euromarketing. Concept fundamentale de marketing specific Pieței Unice Europene, editura Universitară, București, 2017
- Todor R. – Introducere in branding, Editura Universitatii Transilvania, Brasov, 2017

14. http://ec.europa.eu			
8.2 Seminar	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Prezentarea cerințelor activității de seminar. Structura proiectului	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	2	
2. Conceptul de euromarketing, piața unică. Prezentări teme de seminar	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	2	
3. Consumatorul european	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	4	
4. Mixul de marketing european 1	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	4	
5. Mixul de marketing european 2	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	4	
6. Mixul de marketing european 3	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	4	
7. Strategii de marketing european	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	4	
8. Strategii de marcă pe piața europeană.	Discutii pe baza unor studii de caz, referate	4	
Bibliografie 1. Adăscăliței V. – Euromarketing, ed. Uranus, București, 2005 2. Arons R – Euromarketing: a strategic planner for selling into New Europe, ed. Probus, Chicago, 1994 3. Chițu, I.B. – Tehnici promoționale, curs pentru învățământul la distanță, Universitatea Transilvania din Brașov, 2023 4. Florescu, C., Pop, N. Al., Mălcomete, P. – Marketing – dicționar explicativ, Ed. Economică, București, 2003 5. Giurgiu, A. – Comerțul intraeuropean, ed. Economică, București, 2008 6. Johnson, D, Turner, C. – European Business, second edition, Routledge, Taylor and Francis Group, 2006 7. Kotler, P., Keller, K.L. – Marketing Management, 14th edition, Prentice Hall, 2012 8. Kotler, Ph., Armstrong G – Principles of Marketing , Pearson Education Hall, 2018 9. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. - Marketing 5.0 . Technology for Humanity, John Wiley & Sons Inc, 2021 10. Nicolescu, L – Marketing internațional. O abordare pan-europeană, ed Economică, București, 2005 11. Popescu I.,C. – Comunicarea în marketing, Ed. Uranus, 2003 12. Tescașiu B. – Introducere în euromarketing. Concept fundamentale de marketing specific Pieței Unice Europene, editura Universitară, București, 2017 13. Todor R. – Introducere in branding, Editura Universitatii Transilvania, Brasov, 2017 14. http://ec.europa.eu			

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

Conținutul disciplinei corespunde cerințelor și așteptărilor reprezentanților mediului de afaceri oferind studenților abilități de concepere a mixului de marketing pentru mediul de marketing european.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Realizarea unui proiect cu tema "Strategie de marketing pentru pătrunderea pe piața românească a"	Evaluarea orală a proiectului	50%
10.5 Seminar	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor specifice activității de seminar (prezență, realizare de proiecte în grup sau individual, participare activă în cadrul seminarului)	Evaluare orală	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Realizarea a minim 50% din cerințele testului cu itemi obiectivi și a minim 50% din cerințele de la seminar			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Decan	Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN Director de departament
Prof.dr. Ioana Bianca CHIȚU Titular de curs	Prof.dr. Ioana Bianca CHIȚU Titular de seminar

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brasov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MTSAI
1.4 Domeniul de studii de LICENTA	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relatii economice internationale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare in afaceri internaționale							
2.2 Titularul activităților de curs	Epuran Gheorghe							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Epuran Gheorghe							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	3	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DAP
							Obligativitate ³⁾	DO

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
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					50
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					46
Tutoriat					
Examinări					4
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu
4.2 de competențe	Nu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Nu
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	• Nu

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.1 Absolventul cunoaște, înțelege și utilizează concepte, metode, tehnicile și instrumente specifice managementului firmelor în mediul internațional de afaceri. R.Î. 1.2 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală. R.Î. 1.3 Absolventul utilizează integrat conceptele, teoriile, principiile și practicile moderne valoroase, pentru situații noi, prin dezvoltarea spiritului creativ și inovator. Absolventul analizează și elaborează strategiile dezvoltării portofoliului de afaceri, planifică noi afaceri. R.Î. 1.4 Absolventul perfecționează sistemul de analiză și interpretare a unor studii de piață și a unor strategii de marketing în mediul internațional de afaceri. R.Î. 1.5 Absolventul valorifică experiența personală și colectivă din organizație pentru a dezvolta capacitatea de creație și inovare, prin utilizarea celor mai importante concepte, teorii, principii și metodologii la nivel mondial. Cp2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.1 Absolventul analizează și interpretează situațiile tranzacționale din mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.2 Absolventul analizează și interpretează informații diverse pentru explicarea unor procese manageriale în context internațional. R.Î. 2.3 Absolventul analizează și interpretează rezultatele derulării unor contracte internaționale. R.Î. 2.4. Absolventul adaptează metodele de măsurare și evaluare a performanțelor organizației în raport cu misiunea, scopul și obiectivele de marketing specifice. Cp5 Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă. R.Î. 5.1 Absolventul identifică variabilele caracteristice pieței țintă a organizației (economice sau nonprofit) și a modelelor de previziune a variabilelor explicative și a modelelor de gestionare a relațiilor cu clienți. R.Î. 5.2 Absolventul explică mecanismul de gestionare a relațiilor cu consumatorii, concurenții și ceilalți actori, din piață. R.Î. 5.3 Absolventul utilizează integrat metodele de analiza a calității relațiilor cu clienții într-un mediu puternic concurențial. R.Î. 5.4 Absolventul proiectează un sistem decizional pentru o companie multinațională. R.Î. 5.5 Absolventul elaborează un sistem de management al unei companii multinaționale și elaborează un plan de derulare a tranzacțiilor internaționale.
Competențe transversale	Ct1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. Ct2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale. R.Î. 2.1. Absolventul este capabil să realizeze un portofoliu de conducere care să conțină organigrama, sistemul intern de informare/raportare, enumerarea bazelor de date pe programe de lucru, ghidul de metode și procedee de monitorizare, analiză și prognoză etc. Ct3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic. R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale.

7. Obiectivele cursului (rezultate din competențele specifice)

7.1 Obiectivul general	Dezvoltarea capacității de evaluare și implementare a deciziilor strategice de comunicare în mediul de afaceri internațional
7.2 Obiective specifice	Dezvoltarea abilităților manageriale în domeniul comunicării în afacerile internaționale, în vederea dezvoltării de noi afaceri, consolidării avantajului competitiv, dezvoltării de noi piețe,

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Elemente esențiale privind comunicarea în afacerile internaționale	Expunerea, dialogul euristic, brainstorming	
2. Experiențe, provocări, posibilități și riscuri în comunicarea din afacerile internaționale	Expunere, participarea interactivă	
3. Obiective strategice și mesaje cheie în comunicarea din afacerile internaționale	Expunerea, dialogul euristic	

4. Elaborarea programelor de acțiune	Expunerea, dialogul euristic	
5. Punerea în aplicare a planurilor de acțiune	Expunerea, dialogul euristic, exemplificarea	
6. Comunicarea în diferite contexte culturale	Expunerea, conversația interactivă, exemplificarea	
Bibliografie - Balanica Silviu - (223). Comunicare în afaceri. Ed. ASE, Bucuresti, - Olivesi, St. (2005). Comunicarea managerială, Editura Tritonic, București - Wilson, M.R., Gilligan, C. (2005). Strategic Marketing Management, third edition, Elsevier Butterworth – Heinemann, Oxford - Mühlbacher, H.L.H., Dahringer, L. (2006). International Marketing. A Global perspective, 3rd, Edition, Thomson		
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore
1. Elemente esențiale privind comunicarea în afacerile internaționale - Comunicarea: modele și procese - Comunicarea organizațională	Dialog euristic, studiu de caz	
2. Experiențe, provocări, posibilități și riscuri în comunicarea din afacerile internaționale - Principalele domenii în comunicarea din afacerile internaționale - Provocări, posibilități și riscuri	Dialog euristic, studiu de caz	
3. Obiective și mesaje cheie - Obiective strategice în comunicarea din afacerile internaționale - Posibilități și riscuri	Dialog euristic, studiu de caz	
4. Elaborarea programelor de comunicare - Fazele elaborării - Comunicarea internă - Comunicarea externă - Domenii transversale	Dialog euristic, studiu de caz, prezentare proiecte individuale, proiecte de grup	
5. Punerea în aplicare a planului de comunicare - Planificarea activităților - Bugetul - Controlul și evaluarea	Dialog euristic pe baza proiectelor	
Bibliografie Balanica Silviu - (223). Comunicare în afaceri. Ed. ASE, Bucuresti, Olivesi, St. (2005). Comunicarea managerială, Editura Tritonic, București Wilson, M.R., Gilligan, C. (2005). Strategic Marketing Management, third edition, Elsevier Butterworth – Heinemann, Oxford Mühlbacher, H.L.H., Dahringer, L. (2006). International Marketing. A Global perspective, 3rd, Edition, Thomson		

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

Prin conținutul său, disciplina Strategii de marketing în turism este în concordanță cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi în domeniul legat de program. Tematica este în concordanță cu pregătirea la nivel de master și oferă studenților oportunitatea de a operaționaliza cunoștințele într-un program de lucru la nivel de organizație.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea și aplicarea conceptelor specifice domeniului, coerența logică a abordării	Evaluare scrisă	50%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Cunoașterea și aplicarea conceptelor specifice domeniului, coerența logică a abordării	Proiect individual; proiect de grup	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea a cel puțin 50% la nivel conceptual și operațional			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU, Decan	Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN Director de departament
Prof. dr. Gheorghe EPURAN Titular de curs	Prof dr Gheorghe Epuran Titular de seminar/ laborator/ proiect

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania Brașov
1.2 Facultatea	Științe economice și administrarea afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism-Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de masterat	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclul de studii ¹⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații economice internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing strategic							
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. dr. Brătucu Gabriel							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Prof dr. Plumbotă Lavinia							
2.4 Anul de studiu		2.5 Semestrul		2.6 Tipul de evaluare		2.7 Regimul disciplinei	Conținut ²⁾	DAP
I		1		Examen			Obligativitate ³⁾	DI

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					6
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite ⁴⁾	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• FINALIZARE STUDII DE LICENȚĂ ÎN DOMENIUL ECONOMIC
4.2 de competențe	• SPECIFICE ECONOMISTULUI CU LICENȚA OBȚINUTĂ ÎN MARKETING ȘI RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp5 Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă. R.Î. 5.1 Absolventul identifică variabilele caracteristice pieței țintă a organizației (economice sau nonprofit) și a modelelor de previziune a variabilelor explicative și a modelelor de gestionare a relațiilor cu clienți. R.Î. 5.2 Absolventul explică mecanismul de gestionare a relațiilor cu consumatorii, concurenții și ceilalți actori, din piață. R.Î. 5.3 Absolventul utilizează integrat metodele de analiza a calității relațiilor cu clienții într-un mediu puternic concurențial. R.Î. 5.4 Absolventul proiectează un sistem decizional pentru o companie multinațională. R.Î. 5.5 Absolventul elaborează un sistem de management al unei companii multinaționale și elaborează un plan de derulare a tranzacțiilor internaționale.
Competențe transversale	Ct2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale. R.Î. 2.1. Absolventul este capabil să realizeze un portofoliu de conducere care să conțină organigrama, sistemul intern de informare/raportare, enumerarea bazelor de date pe programe de lucru, ghidul de metode și procedee de monitorizare, analiză și prognoză etc.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul urmărește dobândirea de cunoștințe științifice în domeniul marketingului strategic, prin însușirea de metode, deprinderi și capacități care să permită posibilitatea autoinstruirii în acest domeniu. Creează competențe în domeniile cu care interferează și obligă masteranzii să se autoperfecționeze, prin contactul permanent cu literatura de specialitate în limbi de circulație internațională și aplicațiile pe calculator.
7.2 Obiectivele specifice	Masteranzii vor dobândi competențe de natură cognitivă, concretizate în: - cunoașterea strategiilor concurențiale și relaționale; - înțelegerea și utilizarea strategiilor specifice componentelor tradiționale ale mixului de marketing; - înțelegerea și utilizarea sistemului informațional de marketing. De asemenea, prin parcurgerea acestei discipline, masteranzii vor dobândi acele competențe de natură funcțională (deprinderi sau capacități de utilizarea cunoștințelor într-o situație de muncă dată) care le vor permite: - evaluarea și implementarea strategiilor în cadrul organizației; - proiectarea și analiza organigramei compartimentului de marketing; - elaborarea programelor de marketing; - fundamentarea bugetului pentru activitatea de marketing. Competențele de specialitate sunt: - înțelegerea dimensiunilor interculturale ale comerțului și marketingului internațional cu ajutorul unor medele specifice (vezi modelul Hofstede) - evaluarea factorilor care influențează evoluția organizațiilor care operează în domeniul comercial Abilități cognitive specifice dobândite prin acest curs: - planificarea, conceperea, obținerea și comunicarea unui volum substanțial de informații dobândit prin învățare independentă, ca urmare a utilizării mijloacelor media cele mai adecvate - demonstrarea aptitudinilor manageriale și a cunoștințelor practice Aptitudini: - abilități de interrelaționare în cadrul unui grup - abilități de soluționare a problemelor - abilitatea de a reflecta asupra acțiunilor practice întreprinse - abilități de a planifica și îndeplini acțiuni de învățare și perfecționare continuă

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Nr de ore	Observații
----------	-------------------	-----------	------------

1. Definirea conceptului de analiză strategică	Videoproiector + dezbateri + studii de caz	2	
2. ANALIZA SITUAȚIEI STRATEGICE 2.1 Analiza mediului extern 2.1.1 Analiza macromediului. Modelul STEEP 2.1.2 Analiza micromediului. Modelul cu " 5 forțe" ale lui M. Porter 2.2 Analiza mediului intern 2.2.1 Analiza lanțului valorii 2.2.2 Relația mediu intern – mediu extern 2.2.3 Analiza SWOT	Videoproiector + dezbateri + studii de caz	10	
3. MISIUNEA ȘI OBIECTIVELE FIRMEI 3.1 Matricea marilor strategii 3.2 Matricile Boston Consulting Group 3.3 Matricea General Electric – McKinsey 3.4. Matricea Honda. Matricea G. Serraf	Videoproiector + dezbateri + studii de caz	8	
4. MIX-UL DE MARKETING STRATEGIC 4.1 Strategii de produs/servicii 4.2 Strategii de prețuri și tarife 4.3 Strategii de distribuție 4.4 Strategii de promovare și comunicare	Videoproiector + dezbateri + studii de caz	8	
Bibliografie - Barney, J., B., Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Addison-Wesley, 2023. - Băcanu, B., Management strategic, Editura Teora, București, 1997. - Băcanu, B., Strategia organizației, Editura Infomarket, Brașov, 1999. - Boitor B, Brătucu G.: Strategii și politici de marketing utilizate în domeniul produselor software, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2014 - Buzell, R., Gale, B., The PIMS Principles Linking Strategy to Performance, The Free Press, 2022. - Campbell, M., Marketing strategic, Editura CODECS, București, 2022. - Ciobanu, I., Management strategic, Editura Polirom, Iași, 1998. - Cole, G., A., Strategic Management, DP Publications Ltd, London, 2021. - David, F., R., Strategic Management, Merrill, 1989. - Drucker Peter, Inovația și sistemul antreprenorial, Ed. Enciclopedică, București, 1993. - Drucker, Peter, Societatea post-capitalistă, Editura Image, 1999. - Dubois, P.,L., Jolibert, A., Marketing - teorie și practică, vol II, Editura Economică, București, 1994. - Florescu, C., ș.a., Marketing, Editura Marketer, București, 1992 - Hammer, M., Champy, J., Reengineering-ul întreprinderii, Ed. Tehnică, București, 1996. - Hendry, J., ș.a., European Cases in Strategic Management, Chapman & Hall Publishing, London, 2022. - Hofstede, G., Culture's Consequences - International Differences in Work-Related Values, SAGE Publications, 1991Hofstede, G., Cultures and Organizations Software of the Mind, Mc. Graw-Hill, 1991. - Porter, M., E., Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors, Free Press, 2020. - Porter, M., E., Competitive Advantages. Creating ans Sustaining Superior Performance, Free Press, 2018. - Tălpău A., Brătucu G., Politici și Strategii de Marketing utilizate în Mediul Online, Editura Universității Transilvaniam 2014.			
8.2 Seminar/laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Nr de ore	Observații
1. Analiza situației strategice. Modelul STEEP	Discuții, analize, interpretare date de marketing, dezbateri teme seminar + proiecte	2	
2. Analiza micromediului. Modelul cu " 5 forțe " al lui M. Porter		2	
3. Relația mediu intern – mediu extern. Analiza SWOT. Matricea marilor strategii		2	
4. Strategii de produs/servicii		2	

5. Strategii de prețuri și tarife		2	
6. Strategii de distribuție		2	
7. Strategii de promovare și comunicare		2	

Bibliografie

1. Barney, J., B., **Gaining and Sustaining Competitive Advantage**, Addison-Wesley, 2023.
2. Băcanu, B., **Management strategic**, Editura Teora, București, 1997.
3. Băcanu, B., **Strategia organizației**, Editura Infomarket, Brașov, 1999.
4. Boitor B, Brătucu G.: **Strategii și politici de marketing utilizate în domeniul produselor software**, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2014
5. Buzell, R., Gale, B., **The PIMS Principles Linking Strategy to Performance**, The Free Press, 2022.
6. Campbell, M., **Marketing strategic**, Editura CODECS, București, 2022.
7. Ciobanu, I., **Management strategic**, Editura Polirom, Iași, 1998.
8. Cole, G., A., **Strategic Management**, DP Publications Ltd, London, 2021.
9. David, F., R., **Strategic Management**, Merrill, 1989.
10. Drucker Peter, **Inovația și sistemul antreprenorial**, Ed. Enciclopedică, București, 1993.
11. Drucker, Peter, **Societatea post-capitalistă**, Editura Image, 1999.
12. Dubois, P., L., Jolibert, A., **Marketing - teorie și practică**, vol II, Editura Economică, București, 1994.
13. Florescu, C., ș.a., **Marketing**, Editura Marketer, București, 1992
14. Hammer, M., Champy, J., **Reengineering-ul întreprinderii**, Ed. Tehnică, București, 1996.
15. Hendry, J., ș.a., **European Cases in Strategic Management**, Chapman & Hall Publishing, London, 2022.
16. Hofstede, G., **Culture's Consequences - International Differences in Work-Related Values**, SAGE Publications, 1991Hofstede, G., **Cultures and Organizations Software of the Mind**, Mc. Graw-Hill, 1991.
17. Porter, M., E., **Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors**, Free Press, 2020.
18. Porter, M., E., **Competitive Advantages. Creating ans Sustaining Superior Performance**, Free Press, 2018.
19. Tălpău A., Brătucu G., **Politici și Strategii de Marketing utilizate în Mediul Online**, Editura Universității Transilvaniam 2014.

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

Conținutul disciplinei este coroborat cu cerințele specifice de pe piața muncii din UE și, implicit din România, vezi COR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezență, spontaneitate, receptivitate, paticipativitate.	Examen + Teme de cercetare	70%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Prezență, spontaneitate, receptivitate, paticipativitate, realizarea proiectelor și a temelor de casă.	Proiecte	30% (<u>obținerea notei 5 la seminar este obligatorie pentru prezentarea la examen</u>)
10.6Standard minim de performanță			
Prin parcurgerea acestei discipline, masteranzii vor dobândi acele competențe de natură funcțională (deprinderi sau capacități de utilizare a cunoștințelor într-o situație de muncă dată) care le vor permite fundamentarea bugetului pentru activitatea de marketing.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Decan	Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN Director de departament
------------------------------------	---

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Titular de curs	Prof. dr. Lavinia PLUMBOTĂ Titular de seminar
--	--

Notă:

- 1) Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- 2) Ciclu de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- 3) Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- 4) Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- 5) Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM SERVICII ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii de Masterat	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclu de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELĂȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	POLITICI ȘI STRATEGII INTERNAȚIONALE PENTRU DEZVOLTARE DURABILĂ							
2.2 Titularul activităților de curs	CANDREA ADINA NICOLETA							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	CANDREA ADINA NICOLETA							
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	4	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut	DAP
							Obligativitate	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					80
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					84
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	164				
3.8 Total ore pe semestru	206				
3.9 Numărul de credite	8				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Parcursarea cursurilor de specialitate la nivel de ciclu de licență
	- Realizarea de studii pentru societăți comerciale, instituții private și publice în domeniul afacerilor internaționale - Gestionarea bazelor de date în domeniul afacerilor internaționale

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă. R.Î. 1.1 Studentul identifică variabilele caracteristice pieței țintă a organizației (economice sau nonprofit) și a modelelor de gestionare a relațiilor cu clienți. R.Î. 1.2 Studentul explică mecanismul de gestionare a relațiilor cu consumatorii, concurenții și ceilalți actori din piață. Cp.2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.1 Studentul analizează și interpretează situațiile tranzacționale din mediul internațional de afaceri. R.Î. 2.2 Studentul analizează și interpretează informații diverse pentru explicarea unor manageriale în context internațional.
Competențe transversale	Ct.1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Studentul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea competențelor de identificare și analiză a politicilor internaționale pentru dezvoltare durabilă
7.2 Obiectivele specifice	- Dobândirea cunoștințelor referitoare la conceptul de dezvoltare durabilă - Formarea abilităților de analiză a necesității și provocărilor dezvoltării durabile pe plan internațional - Formarea abilităților de analiză a politicilor pentru dezvoltare durabilă la nivel internațional și național

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Clarificări conceptuale privind dezvoltarea durabilă	Expunere, curs interactiv	4	
2. Necesitatea dezvoltării durabile pe plan internațional	Expunere, curs interactiv	4	
3. Provocările dezvoltării durabile pe plan internațional	Expunere, curs interactiv	4	
4. Politica de dezvoltare regională și dezvoltarea durabilă	Expunere, curs interactiv	4	
5. Politici și strategii pentru dezvoltarea durabilă la nivel internațional	Expunere, curs interactiv	4	
6. Politici europene pentru dezvoltare durabilă	Expunere, curs interactiv	4	
7. Politici și strategii pentru dezvoltarea durabilă în România	Expunere, curs interactiv	4	

Bibliografie

- Beatley, T. and Manning, K., The Ecology of Place: Planning for Environment, Economy, and Community, Washington, DC: Island Press, 1997.
- Bugge, H. C., „1987-2007: „Our Common Future Revisited”, in Sustainable Development in International and National Law, Groningen: Europa Law Publishing, 2008.
- Kidd, C., ‘The Evolution of Sustainability’, 1992, Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 5/1, pp. 1-26.
- Jordan, A., Schout, A., The Coordination of the European Union, Oxford: Oxford University Press, 2006.
- Lang, S., Promoting Sustainable Development in Europe through Regional Funds, WWF European Policy Office, aprilie 2008.
- Macleod, C., Contingency and Sustainable Development Policy Integration: Lessons from Scotland’s European Structural funds Experience, 58 Political Studies Association Conference, University of Swansea, aprilie 2008.
- OECD, “Strategies for Sustainable Development: Practical Guidance for Development Cooperation”, Paris: OECD, 2001.
- Vatanen, L., EU Sustainable Development Strategy, Vleba - Liaison Agencz Flanders Europe, decembrie 2009.
- WCED (The World Commission on Environment and Development), Our Common Future, Oxford: Oxford University Press, 1997.
- Wheeler, S.M., Planning for Sustainability. Creating Livable, equitable, and Ecological Communities , New York: Routledge, 2004.

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare- învățare	Număr de ore	Observații
8. Clarificări conceptuale privind dezvoltarea durabilă	Prezentări de referate,	2	

	studii de caz		
9. Necesitatea dezvoltării durabile pe plan internațional	Prezentări de referate, studii de caz	2	
10. Provocările dezvoltării durabile pe plan internațional	Prezentări de referate, studii de caz	2	
11. Politica de dezvoltare regională și dezvoltarea durabilă	Prezentări de referate, studii de caz	2	
12. Politici și strategii pentru dezvoltarea durabilă la nivel internațional	Prezentări de referate, studii de caz	2	
13. Politici europene pentru dezvoltare durabilă	Prezentări de referate, studii de caz	2	
14. Politici și strategii pentru dezvoltarea durabilă în România	Prezentări de referate, studii de caz	2	

Bibliografie

1. Beatley, T. and Manning, K., The Ecology of Place: Planning for Environment, Economy, and Community, Washington, DC: Island Press, 1997.
2. Bugge, H. C., „1987-2007: „Our Common Future Revisited”, in Sustainable Development in International and National Law, Groningen: Europa Law Publishing, 2008.
3. Kidd, C., ‘The Evolution of Sustainability’, 1992, Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 5/1, pp. 1-26.
4. Jordan, A., Schout, A., The Coordination of the European Union, Oxford: Oxford University Press, 2006.
5. Lang, S., Promoting Sustainable Development in Europe through Regional Funds, WWF European Policy Office, aprilie 2008.
6. Macleod, C., Contingency and Sustainable Development Policy Integration: Lessons from Scotland’s European Structural funds Experience, 58 Political Studies Association Conference, University of Swansea, aprilie 2008.
7. OECD, “Strategies for Sustainable Development: Practical Guidance for Development Cooperation”, Paris: OECD, 2001.
8. Vatanen, L., EU Sustainable Development Strategy, Vleba - Liaison Agencz Flanders Europe, decembrie 2009.
9. WCED (The World Commission on Environment and Development), Our Common Future, Oxford: Oxford University Press, 1997.
10. Wheeler, S.M., Planning for Sustainability. Creating Livable, equitable, and Ecological Communities , New York: Routledge, 2004.

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

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Înțelegerea și asimilarea cunoștințelor teoretice din domeniul dezvoltării durabile	Evaluarea cunoștințelor pe parcursul semestrului și în cadrul examenului final (test scris)	50 %
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Capacitatea de culegere și analiză a informațiilor, analiza și rezolvarea problemelor supuse atenției, creativitate	Evaluarea activității de seminar (participarea activă la seminar și elaborarea temelor de seminar)	50 %

10.6 Standard minim de performanță

- înțelegerea și asimilarea cunoștințelor teoretice din domeniul dezvoltării durabile;
- testarea abilităților studentului în ceea ce privește munca de culegere și analiză a informațiilor, analiza și rezolvarea problemelor supuse atenției

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23.09.2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23.09.2024.

Prof. Dr. Gabriel BRĂTUCU Decan	Prof. Dr. Cristinel CONSTANTIN Director de departament
------------------------------------	---

Conf. Dr. Adina Nicoleta CANDREA Titular de curs	Conf. Dr. Adina Nicoleta CANDREA Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

1. Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
2. Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
3. Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
4. Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
5. Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRASOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM, SERVICII ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii de master ¹⁾	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclul de studii ²⁾	MASTER
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELĂȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ACTIVITATE DE CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ							
2.2 Titularul activităților de curs								
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Prof. dr. Dana Boșcor							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DSI
							Obligativitate ³⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
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					63
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					80
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore de activitatea studentului	147				
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe fundamentale de afaceri internaționale achiziționate în ciclul de licență
4.2 de competențe	Abilitate de calcul, abilitate de analiză și sinteză a cunoștințelor fundamentale din domeniul afacerilor internaționale

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, ecran de proiecție, PC, aplicația Power Point, conexiune internet, prezență activă la curs
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Videoproiector, ecran de proiecție, PC, sistemul SPSS, sală care să permită lucrul în grupuri mici

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp1. Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă. R.Î. 1.1 Absolventul utilizează integrat metodele de analiza a calității relațiilor cu clienții într-un mediu puternic concurențial. R.Î. 1.2 Absolventul proiectează un sistem decizional pentru o companie multinațională. R.Î.1.3 Absolventul elaborează un sistem de management al unei companii multinaționale și elaborează un plan de derulare a tranzacțiilor internaționale. Cp2 Realizarea de modele și sisteme de evaluare a performanțelor firmelor implicate în afacerile internaționale. R.Î. 2.1 Absolventul identifică anumite tehnici de tranzacționare ținând cont de particularitățile mediului de afaceri internațional. R.Î. 2.2 Absolventul formulează soluții pentru sisteme de afaceri complexe utilizând tehnici și proceduri integrate în context internațional. R.Î. 2.3 Absolventul dezvoltă o viziune strategică argumentată în condițiile complexității mediului internațional de afaceri.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î.1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. CT2 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic R.Î.1.1 Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea competențelor de analiza avansată a pieței în vederea fundamentării și elaborării strategiilor mix-ului de marketing al organizației
7.2 Obiectivele specifice	- Formarea abilităților de căutare a literaturii de specialitate în baze de date - Formarea abilităților de analiză a literaturii de specialitate - Formarea abilităților de analiză a pieței unui produs - Formularea abilităților de stabilire a planului strategic de marketing al unei organizații - Formarea competențelor transversale identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observatii
1. Definirea temelor proiectelor de cercetare	Activitate independentă plus consultații	2	
2. Analiza literaturii de specialitate	Activitate independentă plus consultații	4	
3. Evaluare intermediară a proiectelor	Activitate independentă plus consultații	2	
4. Analiza pieței unui produs	Activitate independentă plus consultații	2	
5. Auditul de marketing al organizației	Activitate independentă plus consultații	4	
6. Evaluare intermediară a proiectelor	Activitate independentă plus consultații	2	
7. Stabilirea planului strategic de	Activitate independentă plus	6	

marketing al organizației	consultații		
8. Evaluare intermediară a proiectelor	Activitate independentă plus consultații	2	
9. Prezentarea proiectelor și evaluarea finală	Activitate independentă plus consultații	4	
Bibliografie Brătucu, G., Țierean, O. – Marketing General. Ed. Universității Transilvania din Brașov, 2011 Jackson, G., Ahuja, V. -Dawn of the digital age and the evolution of the marketing mix, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 2016. doi: 10.1057/dddmp.2016.3. Czinkota M., Ronkainen I. Cui A. - International Marketing, Ed. Cengage Learning, 2022 Ghauri P., Cateora Ph. – International Marketing, Ed. Mac Graw Hill, 2021 Kotler, P, Armstrong, G. – Principiile Marketingului. Ed. Teora, București, 2008 Kotler, P, Armstrong, G. – Principles of Marketing, 14th Edition,. Ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2012 Kotler, Ph., Keller, K.L. – Managementul Marketingului. Ed. Teora, București, 2008 Kotler, Ph., Keller, K.L. – Marketing Management, 14th Edition,. Ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2012 McDonald, M., Wilson, H. - Marketing Plans: How to Prepare Them, How to Use Them. 7th edition, Ed. Wiley, 2011 Tache, Ileana. Politicile externe ale Uniunii Europene. Brasov : Editura Universitatii 'Transilvania' din Brasov, 2015 Talpai, Alexandra; Bratucu Gabriel. Politici si strategii de marketing utilizate in mediul online. Brasov : Editura Universitatii 'Transilvania' din Brasov, 2014. Usunier J., C. Lee J., A. Marketing Across Cultures, Pearson Prentice Hall, 2009 Van Tulder R. Verbeke A. Piscitello L. International Business in the information and digital age, Emerald Publishing, 2019 Buletinul științific al Universității Transilvania din Brașov, Seria V – http://webbut.unitbv.ro/Bulletin/Series%20V/Series%20V.html Revista de marketing online - http://www.editurauranus.ro/marketing-online/52/5.html Revista Management & Marketing Craiova - http://www.mnmk.ro/index.php Baze de date internaționale cu acces prin Portalul universității - https://www.unitbv.ro/biblioteca.html			

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

Conținutul disciplinei corespunde așteptărilor organizațiilor din diferite domenii de activitate, având în vedere necesitatea acestora de elaborare a planurilor strategice de marketing printr-o abordare științifică, bazată pe analiza pieței produsului. Competențele dobândite constituie o premisă esențială pentru dezvoltarea unor proiecte complexe de dezvoltare a strategiilor de marketing pentru organizații care activează în diferite domenii.
--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Realizarea corectă a elementelor de conținut al proiectului	Evaluare orală pe bază de expunere	50%
	Prezentarea proiectelor și argumentarea soluțiilor utilizate	Evaluare orală pe bază de expunere	50%
10.6 Standard minim de performanță			
- Realizarea corectă a analizei literaturii de specialitate pe o temă la alegere. - Analiza corectă a mix-ului de marketing specific unei organizații - Elaborarea unei strategii ale mix-ului de marketing pentru organizația analizată			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de .23/09/2024.

Prof.dr. Gabriel Brătucu - Decan	Prof. dr. Cristinel Constantin – Director de departament
--	--

.....	Prof. dr. Dana Boșcor – titular de seminar/proiect
-------	---

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 – 30 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM SERVICII ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii de Masterat	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELATȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETINGUL DESTINAȚIEI TURISTICE INTERNAȚIONALE							
2.2 Titularul activităților de curs	Ana ISPAS							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Ana ISPAS							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut	DAP
							Obligativitate	DI

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Turism internațional, Marketing
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C3. Proiectarea sistemelor de marketing și de cercetări de marketing în domeniul afacerilor internaționale. R.Î. 3.1 Absolventul identifică practicile valoroase la nivelul organizațiilor, proiectează, organizează și operaționalizează planurile strategice și programele de marketing specifice mediului internațional de afaceri. R.Î. 3.2 Absolventul descrie în detaliu impactul factorilor de mediu asupra politicilor și strategiilor de piață precum și a strategiilor specifice mixului de marketing, realizează strategii de branding la nivel internațional. R.Î. 3.3 Absolventul analizează structura pieței, alege strategiile de poziționare, fundamentează mixul de marketing adoptat de firme la nivel internațional. R.Î. 3.4 Absolventul utilizează tehnici și proceduri integrate pentru coordonarea unor organizații multiculturale, realizează planuri de afaceri pentru accesarea fondurilor europene și învață să se implice în managementul afacerilor internaționale. R.Î. 3.5 Absolventul generalizează experiența pozitivă, ca model de gândire strategică de marketing, în formarea unei culturi organizaționale într-un mediu competitiv, dar marcat și de responsabilități sociale.
Competențe transversale	CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina „Marketingul destinației turistice internaționale” își propune să asigure studenților cunoștințe foarte specializate, unele dintre ele situându-se în avangarda nivelului de cunoștințe din domeniul marketingului destinației turistice, ca bază a unei gândiri și cercetări originale.
7.2 Obiectivele specifice	- Măsurarea competitivității unei destinații turistice - Evaluarea imaginii unei destinații turistice - Sustenabilitatea destinației turistice - Marketingul și managementul integrat al calității unei destinații turistice - Promovarea unei destinații turistice prin intermediul unui suvenir

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Cap. 1. Marketingul destinației turistice. Aspecte conceptuale.	Expunere, curs interactiv	4	
Cap. 2. Rolul organizațiilor de marketing și management al destinației turistice.	Expunere, curs interactiv	4	
Cap. 3. Provocări și oportunități în marketingul destinației turistice.	Expunere, curs interactiv	4	
Cap. 4. Competitivitatea și sustenabilitatea destinației turistice.	Expunere, curs interactiv	4	
Cap. 5. Imaginea destinației turistice: formare, evaluare, comunicare.	Expunere, curs interactiv	4	
Cap. 6. Managementul integrat al calității unei destinații turistice.	Expunere, curs interactiv	4	
Cap. 7. Promovarea unei destinații turistice prin intermediul unui suvenir.	Expunere, curs interactiv	4	
Bibliografie - Ispas, A. (2019). <i>Marketingul destinației turistice</i>, Editura Universității Transilvania din Brașov. - Ispas, A., Candrea, A.N. (2015). Marketing of Ecological and Sustainable Tourism Destinations. In Arraiza Bermúdez-Cañete, María Paz, López Álvarez, José Vicente, García Rodríguez, José Luis (eds.) <i>Management of Ecological and Sustainable Tourism</i> (505-598). Ed. Fundación Conde del Valle de Salazar E.T.S.I. de Montes. UPM. Ciudad Universitaria s/n. - Ispas, A., Constantin, C.P., Candrea, A.N. (2016). Evaluating the Image of Tourist Destinations: A Theoretical and Empirical Approach. In A.-M. Nedelea, M. Korstanje, & B. George (eds.), <i>Strategic Tools and Methods for Promoting Hospitality and Tourism Services</i> (pp.26-48). USA: IGI Global. - Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J. (2010). <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i>. Prentice Hall International Inc. - Wang, Y., Pizam, A. (2011). <i>Destination Marketing and Management. Theories and Applications</i>. Cambridge, MA: CAB International. - World Tourism Organization (2017). <i>Practical Guidelines for Integrated Quality Management in Tourism Destinations – Concepts, Implementation and Tools for Destination Management Organizations</i>. UNWTO, Madrid.			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-	Număr de	Observații

	învățare	ore	
1. Definirea destinației turistice. Clarificări ale conceptelor de bază.	Referate	2	
2. Rolul organizațiilor de marketing/management al destinației turistice.	Referate	2	
3. Competitivitatea unei destinații turistice.	Studii de caz	2	
4. Sustenabilitatea unei destinații turistice.	Studii de caz	2	
5. Evaluarea imaginii unei destinații turistice internaționale.	Studii de caz	2	
6. Poziționarea și brandingul unei destinații turistice internaționale.	Studii de caz	2	
7. Promovarea unei destinații turistice prin intermediul unui suvenir.	Studii de caz	2	

Bibliografie

1. **Ispas, A.** (2019). *Marketingul destinației turistice*, Editura Universității Transilvania din Brașov.
2. **Ispas, A., Candrea, A.N.** (2015). Marketing of Ecological and Sustainable Tourism Destinations. In Arraiza Bermúdez-Cañete, María Paz, López Álvarez, José Vicente, García Rodríguez, José Luis (eds.) *Management of Ecological and Sustainable Tourism* (505-598). Ed. Fundación Conde del Valle de Salazar E.T.S.I. de Montes. UPM. Ciudad Universitaria s/n.
3. **Ispas, A., Constantin, C.P., Candrea, A.N.** (2016). Evaluating the Image of Tourist Destinations: A Theoretical and Empirical Approach. In A.-M. Nedelea, M. Korstanje, & B. George (eds.), *Strategic Tools and Methods for Promoting Hospitality and Tourism Services* (pp.26-48). USA: IGI Global.
4. **Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J.** (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice Hall International Inc.
5. **Wang, Y., Pizam, A.** (2011). *Destination Marketing and Management. Theories and Applications*. Cambridge, MA: CAB International.
6. **World Tourism Organization** (2017). *Practical Guidelines for Integrated Quality Management in Tourism Destinations – Concepts, Implementation and Tools for Destination Management Organizations*. UNWTO, Madrid.

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

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen scris, sub forma unui subiect tradițional, constând în răspunsul la întrebările formulate în urma analizării unui studiu de caz.	Fiecare întrebare este evaluată cu un număr de puncte, în funcție de gradul de dificultate.	70 %
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Activitățile de seminar constau în prezentarea și analizarea unor studii de caz, propuse de profesor sau identificate de către studenți, în urma studierii bibliografiei recomandate.	Realizarea SC presupune identificarea temei acestuia (ce problemă existentă la nivelul unei destinații își propune să soluționeze/ evidențieze), acțiunile întreprinse/ principalele repere, actorii implicați, rezultatele obținute, lecțiile învățate și situația destinației turistice la momentul actual (dacă are un site web). SC se va încheia cu menționarea a 3-5 întrebări la care studenții participanți la seminar sunt invitați să răspundă.	30 %
10.6 Standard minim de performanță			
• Studentul trebuie să poată explica în mod corect cel puțin 1 proces/stare/situație folosind teoriile predate sau, alternativ, să rezolve corect întrebările formulate în urma analizării studiului de caz. • Studentul trebuie să fi realizat un studiu de caz și să fi fost prezent la cel puțin 50% din seminare.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23.09.2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23.09.2024.

Prof. Univ. Dr. Gabriel BRĂTUCU, Decan	Prof. Univ. Dr. Cristinel-Petrișor CONSTANTIN, Director de departament
Prof. Univ. Dr. Ana ISPAS, Titular de curs	Prof. Univ. Dr. Ana ISPAS, Titular de seminar

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MTSAI
1.4 Domeniul de studii de licență ¹⁾	Economie și Afaceri Internaționale
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Politici economice europene							
2.2 Titularul activităților de curs	Nicolae Marinescu							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Nicolae Marinescu							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DAP
							Obligativitate ³⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					38
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					26
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					14
Examinări					2
Alte activități.....					0
3.7 Total ore de activitate a studentului	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe fundamentale de economie europeană, achiziționate în ciclul de licență
4.2 de competențe	Abilitate de analiză și sinteză a cunoștințelor fundamentale din domeniul economic

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, ecran de proiecție, PC, Power Point, conexiune internet, prezență activă
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	PC, Power Point, conexiune internet, realizarea temelor de proiect atribuite, dezbateri studii de caz

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale. R.Î.1.1 Absolventul cunoaște, înțelege și utilizează concepte, metode tehnicile și instrumente specifice managementului firmelor în mediul internațional de afaceri. R.Î.1.2 Absolventul utilizează integrat conceptele, teoriile, principiile și practicile moderne valoroase, pentru situații noi, prin dezvoltarea spiritului creativ și inovator. Absolventul analizează și elaborează strategiile dezvoltării portofoliului de afaceri, planifică noi afaceri. Cp.2 Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă. R.Î.2.1 Absolventul identifică variabilele caracteristice pieței țintă a organizației (economice sau nonprofit) și a modelelor de previziune a variabilelor explicative și a modelelor de gestionare a relațiilor cu clienți. R.Î.2.2 Absolventul explică mecanismul de gestionare a relațiilor cu consumatorii, concurenții și ceilalți "actori" din piață.
Competențe transversale	Ct.1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î.1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schema de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina urmărește pregătirea masteranzilor în domeniul politicilor economice europene pentru cunoașterea și însușirea instrumentelor folosite de UE în diferitele sale politici, precum și implicațiile mecanismelor de funcționare asupra României.
7.2 Obiectivele specifice	- Disciplina are ca obiectiv crearea de specialiști în politici economice europene care să cunoască și evalueze corect problemele cu care se confruntă firmele românești și administrația publică în contextul statutului de stat membru al UE. - Disciplina implică participarea în echipă la elaborarea de proiecte de finanțare pentru accesarea de fonduri europene și obligă masteranzii să se autoperfecteze, prin parcurgerea și cercetarea literaturii de specialitate în limba română și limba engleză.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Introducere în integrarea europeană	Prelegere pe bază de slide	2	
2. Politica comercială	Prelegere pe bază de slide	2	
3. Politica industrială – concepte de bază	Prelegere pe bază de slide	2	
4. Politica industrială - industriile-cheie și competitivitatea	Prelegere pe bază de slide	2	
5. Politica concurențială – fuziunile și poziția dominantă	Prelegere pe bază de slide	2	
6. Politica concurențială – ajutorul de stat	Prelegere pe bază de slide	2	
7. Politica agricolă comună – concepte de bază	Prelegere pe bază de slide	2	
8. Politica monetară – concepte de bază	Prelegere pe bază de slide	2	
9. Politica monetară - efectele monedei unice euro	Prelegere pe bază de slide	2	
10. Politica de mediu	Prelegere pe bază de slide	2	
11. Politica regională – fondurile structurale	Prelegere pe bază de slide	2	
12. Politica regională – managementul proiectelor europene	Prelegere pe bază de slide	2	
13. Impactul integrării în Uniunea Europeană asupra României	Prelegere pe bază de slide	2	
14. Strategii aplicate în mediul de afaceri european	Prelegere pe bază de slide	2	
Bibliografie 1. Baldwin, R., Wyplosz, C. – The Economics of European Integration, ed. a 6-a, ed. McGraw-Hill, 2019; 2. El-Agraa, A.M. – The European Union: Economics and Policies, ed. a 9-a, ed. Cambridge University Press, 2011; 3. Marinescu. N. – Integrare europeană, ed. UNITBV, 2011; 4. Conea, A.M. – Politicile Uniunii Europene, ed. Universul Juridic, 2019.			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Politica comercială	Studii de caz	4	
Politica agricolă	Studii de caz	2	
Politica industrială	Studii de caz	2	
Politica monetară	Studii de caz	2	
Politica concurențială	Studii de caz	4	
Completare documente din proiecte de finanțare	Aplicații proiecte	14	
Bibliografie 1. Baldwin, R., Wyplosz, C. – The Economics of European Integration, ed. a 6-a, ed. McGraw-Hill, 2019; 2. El-Agraa, A.M. – The European Union: Economics and Policies, ed. a 9-a, ed. Cambridge University Press, 2011; 3. Marinescu. N. – Integrare europeană, ed. UNITBV, 2011; 4. Conea, A.M. – Politicile Uniunii Europene, ed. Universul Juridic, 2019.			

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu așteptările reprezentanților mediului de afaceri și cu conținutul COR, întrucât masteranzii vor fi capabili să cunoască aprofundat domeniile importante din politicile economice ale UE. De asemenea, masteranzii vor fi capabili să participe la elaborarea de proiecte de finanțare și de cercetare, utilizând cunoștințele din domeniul politicilor UE.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Analiză, sinteză	Evaluare scrisă	40%
	Participare activă și pertinentă	Observare, comunicare interactivă	10%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Elaborare proiecte, aplicare	Rezolvare aplicații, studii de caz	50%
10.6 Standard minim de performanță			
- Operarea cu concepte specifice - Evaluarea critică a situațiilor apărute			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024.

Prof. Dr. Gabriel BRĂTUCU Decan	Prof. Dr. Cristinel CONSTANTIN Director de departament
Prof. Dr. Nicolae MARINESCU Titular de curs	Prof. Dr. Nicolae MARINESCU Titular de seminar

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclu de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii de licență	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Instituții comunitare							
2.2 Titularul activităților de curs	Tesașiu Bianca							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Dr Piuaru Brenda-Andreea							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DAP
							Obligativitate ⁴⁾	DI

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					33
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					8
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunostințe de bază de teoria integrării internaționale și economie europeană
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu videoproiector și calculatoare
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Sală de seminar prevăzută cu calculatoare

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.1 Absolventul cunoaște, înțelege și utilizează concepte, metode, tehnicile și instrumente specifice managementului firmelor în mediul internațional de afaceri R.Î. 1.2 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală C2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri R.Î.2.1 Absolventul analizează și interpretează situațiile tranzacționale din mediul internațional de afaceri R.Î.2.2 Absolventul analizează și interpretează informații diverse pentru explicarea unor procese manageriale în context internațional C3 Proiectarea sistemelor de marketing și de cercetări de marketing în domeniul afacerilor internaționale R.Î.3.1 Absolventul identifică practicile valoroase la nivelul organizațiilor, proiectează, organizează și operaționalizează planurile strategice și programele de marketing specifice mediului internațional de afaceri R.Î.3.2 Absolventul descrie în detaliu impactul factorilor de mediu asupra politicilor și strategiilor de piață precum și a strategiilor specifice mixului de marketing, realizează strategii de branding la nivel internațional
Competențe transversale	CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă R.Î 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea sistemului instituțional și decizional al Uniunii Europene și a mecanismelor de decizie europeană
7.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea componenței și reprezentativității instituțiilor europene și a modului lor de funcționare - Cunoașterea mecanismelor de decizie la nivel comunitar - Cunoașterea principalelor aspecte legate de guvernarea europeană și reforma sistemului instituțional

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Integrarea internațională. Rolul integrării în context internațional. Apariția și evoluția Uniunii Europene	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	4	
2. Considerații generale privind arhitectura instituțională a Uniunii Europene	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	2	
3. Consiliul European	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	4	
4. Parlamentul European	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	4	
5. Comisia Europeană	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	4	
6. Consiliul Uniunii Europene	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	2	
7. Alte instituții europene	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	2	
8. Agenții specializate ale Uniunii Europene	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	2	
9. Mecanisme de decizie în UE	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	2	
10. Guvernarea europeană. Tratat constitutive și ulterioare ale Uniunii	Curs interactiv, cu suport de prezentare în Power-Point	2	
Bibliografie			
Crăcăna, M., Căpățână, M., Libera circulație a persoanelor, bunurilor, serviciilor și capitalurilor, Colecția Uniunea			

Europeană, Seria Europa mea, Editura Tritonic, București, 2007 • El-Agraa, A. M., The European Union – Economics and Politics, Seventh Edition, Prentice Hall, 2004 • Jinga, I., Popescu, A., Integrarea europeană – Dicționar de termeni comunitari, Editura Lumina Lex, București, 2000 • Marinescu, N., Integrare europeană, Editura Universității Transilvania, 2011 • Nelse, B., Stubb, A., The European Union – Readings on the Theory and Practice of European Integration, Third edition, Palgrave, Macmillan, 2003 • Popescu, G., Economie europeană, Editura Economică, București, 2007 • Prisecaru, P. (coord), Piața internă unică – Cele patru libertăți fundamentale, Editura POLITEIA-SNSPA, 2003 • Tescașiu, B., Instituții europene. Schimbări și adaptări din perspective extinderii Uniunii Europene, Editura CH Beck, București, 2009 • Tescașiu, B., Introducere în euromarketing – Concepte fundamentale de marketing specifice Pieței Unice Europene, Editura Universitară, București, 2017			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1.Privire generală asupra sistemului instituțional european	Dezbateri, studii de caz	2	
2.Sisteme administrative din statele Uniunii Europene	Studii de caz, recenzii	4	
3.Aspecte operaționale privind instituțiile europene	Dezbateri, studii de caz	4	
4. România și reprezentativitatea sa în arhitectura instituțională europeană	Analiză și dezbateri	2	
Bibliografie • http://www.economicsonline.co.uk/Global_economics/Economic_integration.html • http://www.proeuropa.ro/pan_europa.html • https://europa.eu/european-union/topics • https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries_ro • http://hdr.undp.org/en/composite/trends • https://europa.eu/european-union/documents-publications/statistics_ro • Să înțelegem politicile Uniunii Europene, publicație UE, Luxemburg • Andoniceanu, A., Sisteme administrative în state ale Uniunii Europene, Editura Universitară, București, 2015			

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

--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Utilizarea și înțelegerea corectă a conceptelor teoretice	Evaluare prin itemi obiectivi	70%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată, corectă a conceptelor	Evaluare prin proiecte și teme de cercetare	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Realizarea a minim 50% din punctajul de seminar • Realizarea a minim 50% din punctajul de examen			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de/...../..... și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de/...../.....

Prof. dr. BRĂTUCU Gabriel, Decan	Prof. dr. CONSTANTIN Cristinel-Petrișor, Director de departament
Prof. dr. TESCAȘIU Bianca, Titular de curs	Prof. dr. TESCAȘIU Bianca, Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea <i>Transilvania</i> din Brașov
1.2 Facultatea	Științe economice și administrarea afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism-Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Limba engleză și comunicare de specialitate (avansat) 2							
2.2 Titularul activităților de curs								
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Lector dr. Maria-Anca Maican							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ⁴⁾	DFac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					3
3.7 Total ore de activitate a studentului	45				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	Cunoașterea limbii engleze la nivel B2 și a limbajului economic general.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Pentru desfășurarea optimă a seminarului de limba engleză este necesară o sală dotată cu echipament de proiecție, i.e. calculator, video-proiector, ecran.

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C1. Analiza integrată a informațiilor din discursuri orale și scrise și utilizarea lor în producerea de mesaje orale și scrise. R.Î. 1. Selectarea informațiilor relevante dintr-un text de specialitate în limba engleză prin diverse tehnici de lectură; R.Î. 2. Corelarea informațiilor din mai multe texte de specialitate în limba engleză în vederea exprimării unor puncte de vedere coerente plecând de la informațiile date; R.Î. 3. Utilizarea unui limbaj adecvat în diverse situații de comunicare: comunicarea cu clienți și furnizori, comunicarea cu colegi/ angajator/ angajați, rezolvarea reclamațiilor; R.Î. 4. Realizarea de proiecte orale piate pe temele propuse, care să evidențieze situația actuală în anumite sectoare ale economiei la nivel național sau internațional.
-------------------------	---

Competențe transversale	C1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a documentării în limba engleză și redactarea de texte funcționale. R.Î 1. Studentul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare a problemelor profesionale care necesită folosirea limbii străine. C2. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic. R.Î. 1. Studentul este capabil să se adapteze situațiilor socio-profesionale care necesită utilizarea limbii engleze. R.Î. 2 Studentul este capabil să învețe independent și să inițieze acțiunile necesare pentru îmbunătățirea deprinderilor receptive și productive în limba engleză, astfel încât să răspundă mereu cerințelor de pe piața muncii.
-------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul seminarului de limba engleză este de a dezvolta vocabularul specific domeniului marketingului, precum și deprinderile studenților de receptare și producere a mesajelor scrise și orale. Studenții vor opera cu o gamă largă de teme și cuvinte, vor identifica elemente cheie în textele date, vor iniția și dezvolta conversații complexe în care să-și exprime propriile opinii, să răspundă la solicitări, să compare și contrasteze informații plecând de la temele date.
7.2 Obiectivele specifice	Seminarul urmărește dobândirea de către studenți a unor competențe cognitive prin aprofundarea vocabularului specific domeniului economic, precum resursele umane, marketingul, descrierea indicatorilor de performanță, contabilitate și audit, fuziuni și preluări etc. De asemenea, se urmărește formarea unor competențe aplicative și de comunicare, prin dezvoltarea deprinderii de înțelegere a unor texte din literatura de specialitate și de producere a mai multor tipuri de texte în limba engleză. De asemenea, seminarul urmărește dezvoltarea capacității de comunicare orală a studenților (de la conversații simple până la cele care necesită competențe lingvistice complexe) în limba engleză, axate pe diverse situații socio-profesionale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Introduction	Explicația, turul de sală, brainstorming-ul, învățarea prin probleme.	2	
2. Describing products and services		2	
3. The SWOT analysis		2	
4. Consumer behaviour		2	
5. Branding		2	
6. Political marketing		2	
7. Negotiation in international relations		2	
8. Diplomatic language		2	
9. Marketing audits		2	
10. Marketing ethics		2	
11. E-marketing		2	
12. Marketing through trade fairs		2	
13. Business writing: letters, agendas, minutes		2	
14. Business writing: reports, memos, proposals		2	
Bibliografie			
1. Allison, J., Powell, M. <i>In Company. Case Studies</i> , Macmillan, 2005; 2. Allsop, J., Aspinall, T. <i>BEC Vantage Test builder</i> , Macmillan, 2004; 3. Andrei, L. <i>Episodes in Business English</i> , Editura Sedcom Libris, București, 2006; 4. Brookes, M., Horner, D. <i>Business English</i> , Teora, 2006; 5. Buller, R. <i>Real Business</i> , Delta Publishing, 2018; 6. Comfort, J., Brieger, N. <i>Finance</i> , Prentice Hall International, 1992;			

7. Comfort, J., Brieger, N. *Marketing*, Prentice Hall International, 1992;
8. Condruz-Bancescu, M. *Business English for Business people*, Editura Universitara, 2009;
9. Dubicka, I., O'Keeffe, M. *Market Leader - Advanced*, Longman, 2005;
10. Emmerson, P. *Business Grammar Builder*, Macmillan, 2002;
11. Flinders, S. *Professional English. Business: General*, Pearson Education Limited, 2007;
12. Frendo, E., Mahoney, S. *English for Accounting, Express Series*, OUP, 2008;
13. Greenall, S. *Business Targets*, Heinemann, 1986;
14. Guffrey, M.E., Seefer, C. *Business English*, Cengage Learning, 2019;
15. Helliwell, M. *Business Plus*, CUP, 2014;
16. Helm, S. *Market Leader: Accounting and Finance*, Pearson Education Limited, 2010;
17. Hollinger, A. *Test Your Business English Vocabulary*, Editura Teora, București, 2004;
18. Horner, D. *1000 de cuvinte-cheie în afaceri*, Editura Compania, București, 2002;
19. Johnson, C. *Banking and Finance*, Longman, 2000;
20. Jones, L., Alexander, R. *New International Business English*, Cambridge University Press, 1996;
21. MacKenzie, I. *Professional English in Use. Finance*, Cambridge University Press, 2009;
22. Mascull, B. *Business Vocabulary in Use*, Cambridge University Press, 2002;
23. Mascull, B. *Market Leader - Upper-intermediate*, Longman, 2006;
24. Mastery, L. *Business English Vocabulary. Build Powerful Idioms, Sayings and Expressions to Make You Sound Smarter in Business*, **Lingo Mastery, 2020;**
25. Mol, H. *English for tourism and hospitality*, Garnet Education, 2008;
26. Nicolae, M. *Communicate in Business*, ASE, București, 2000;
27. Nicolae, M., Marinescu, R.E., David, I. *Dancing through English for Intercultural Communication*, ASE, București, 2018;
28. O'driscoll, Pilbeam, A. *Meetings and discussions*, Longman, 1991;
29. Pilbeam, A. *Meetings and Discussions*, Longman, 1987;
30. Powell, M. *In Company. Upper Intermediate*, Macmillan, 2004;
31. Prelipceanu, C. *English for marketing*, Editura Cavallioti, București, 2004;
32. Prelipceanu, C. et al. *English for tourism and hospitality industry*, Editura universitară, București, 2005;
33. Protopopescu, D. *Business English – Theory and Practice*, Editura Universitatii din Bucuresti, 2013
34. Sharma, P. *In Company*, Macmillan, 2004;
35. Strutt, P. *English for International Tourism*, Pearson Education Limited, 2003;
36. Sweeney, S. *Professional English. Management*, Pearson Education Limited, 2002;
37. Sweeney, S. *Professional English. Finance*, Pearson Education Limited, 2007;
38. Tracey, S. *Mastering business English – Unlocking powerful idioms, sayings and expressions to build your vocabulary for success*, Independently published, 2023;
39. www.onestopenglish.com
40. www.learningenglishfeelgood.com
41. www.nonstopenglish.com
42. www.bbcenglish.com
43. www.english-at-home.com
44. www.english-test.net
45. www.english-online.at
46. www.esltower.com
47. www.englishforeveryone.org
48. www.englishexercises.org
49. www.learningenglish.com
50. <http://goeurope.about.com>

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

Competențe de comunicare scrisă și orală în limba engleză în situații de viață și/sau profesionale

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice disciplinei	Colocviu	70%

	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor specifice.		30%
10.6 Standard minim de performanță			
Operarea cu concepte fundamentale din domeniul morfologiei și sintaxei limbii engleze, în situații concrete de comunicare.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof.dr. Gabriel BRĂTUCU Decan 	Prof. dr. Cristinel Petrișor CONSTANTIN Director de departament 
Titular de curs 	Lector dr. Maria-Anca Maican Titular de seminar 

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea <i>Transilvania</i> din Brașov
1.2 Facultatea	Științe economice și administrarea afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism-Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Limba engleză și comunicare de specialitate (avansat) 1							
2.2 Titularul activităților de curs								
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Lector dr. Maria-Anca Maican							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ⁴⁾	DFac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					3
3.7 Total ore de activitate a studentului	45				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	Cunoașterea limbii engleze la nivel B2 și a limbajului economic general.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Pentru desfășurarea optimă a seminarului de limba engleză este necesară o sală dotată cu echipament de proiecție, i.e. calculator, video-proiector, ecran.

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C1. Analiza integrată a informațiilor din discursuri orale și scrise și utilizarea lor în producerea de mesaje orale și scrise. R.Î. 1. Selectarea informațiilor relevante dintr-un text de specialitate în limba engleză prin diverse tehnici de lectură; R.Î. 2. Corelarea informațiilor din mai multe texte de specialitate în limba engleză în vederea exprimării unor puncte de vedere coerente plecând de la informațiile date; R.Î. 3. Utilizarea unui limbaj adecvat în diverse situații de comunicare: comunicarea cu clienți și furnizori, comunicarea cu colegi/ angajator/ angajați, rezolvarea reclamațiilor; R.Î. 4. Realizarea de proiecte orale pliate pe temele propuse, care să evidențieze situația actuală în anumite sectoare ale economiei la nivel național sau internațional.
-------------------------	--

Competențe transversale	C1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a documentării în limba engleză și redactarea de texte funcționale. R.Î. 1. Studentul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare a problemelor profesionale care necesită folosirea limbii străine. C2. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic. R.Î. 1. Studentul este capabil să se adapteze situațiilor socio-profesionale care necesită utilizarea limbii engleze. R.Î. 2 Studentul este capabil să învețe independent și să inițieze acțiunile necesare pentru îmbunătățirea deprinderilor receptive și productive în limba engleză, astfel încât să răspundă mereu cerințelor de pe piața muncii.
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul seminarului de limba engleză este de a dezvolta vocabularul specific domeniului marketingului, precum și deprinderile studenților de receptare și producere a mesajelor scrise și orale. Studenții vor opera cu o gamă largă de teme și cuvinte, vor identifica elemente cheie în textele date, vor iniția și dezvolta conversații complexe în care să-și exprime propriile opinii, să răspundă la solicitări, să compare și contrasteze informații plecând de la temele date.
7.2 Obiectivele specifice	Seminarul urmărește dobândirea de către studenți a unor competențe cognitive prin aprofundarea vocabularului specific domeniului economic, precum resursele umane, marketingul, descrierea indicatorilor de performanță, contabilitate și audit, fuziuni și preluări etc. De asemenea, se urmărește formarea unor competențe aplicative și de comunicare, prin dezvoltarea deprinderii de înțelegere a unor texte din literatura de specialitate și de producere a mai multor tipuri de texte în limba engleză. De asemenea, seminarul urmărește dezvoltarea capacității de comunicare orală a studenților (de la conversații simple până la cele care necesită competențe lingvistice complexe) în limba engleză, axate pe diverse situații socio-profesionale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Introduction	Explicația, turul de sală, brainstorming-ul, învățarea prin probleme.	2	
2. Business organizations		2	
3. Business communication		2	
4. Money and banking		2	
5. Human resources		2	
6. Mergers and takeovers		2	
7. Transport and delivery		2	
8. Selling and buying		2	
9. Contracts		2	
10. Marketing and advertising		2	
11. Cultural marketing		2	
12. The marketing mix		2	
13. The market research		2	
14. Financial services marketing		2	
Bibliografie - Allison, J., Powell, M. <i>In Company. Case Studies</i>, Macmillan, 2005; - Allsop, J., Aspinall, T. <i>BEC Vantage Test builder</i>, Macmillan, 2004; - Andrei, L. <i>Episodes in Business English</i>, Editura Sedcom Libris, București, 2006; - Brookes, M., Horner, D. <i>Business English</i>, Teora, 2006; - Buller, R. <i>Real Business</i>, Delta Publishing, 2018; - Comfort, J., Brieger, N. <i>Finance</i>, Prentice Hall International, 1992; - Comfort, J., Brieger, N. <i>Marketing</i>, Prentice Hall International, 1992; - Condruz-Bancescu, M. <i>Business English for Business people</i>, Editura Universitaria, 2009; - Dubicka, I., O'Keeffe, M. <i>Market Leader - Advanced</i>, Longman, 2005;			

10. Emmerson, P. *Business Grammar Builder*, Macmillan, 2002;
11. Flinders, S. *Professional English. Business: General*, Pearson Education Limited, 2007;
12. Frendo, E., Mahoney, S. *English for Accounting, Express Series*, OUP, 2008;
13. Greenall, S. *Business Targets*, Heinemann, 1986;
14. Guffrey, M.E., Seefer, C. *Business English*, Cengage Learning, 2019;
15. Helliwell, M. *Business Plus*, CUP, 2014;
16. Helm, S. *Market Leader: Accounting and Finance*, Pearson Education Limited, 2010;
17. Hollinger, A. *Test Your Business English Vocabulary*, Editura Teora, București, 2004;
18. Horner, D. *1000 de cuvinte-cheie în afaceri*, Editura Compania, București, 2002;
19. Johnson, C. *Banking and Finance*, Longman, 2000;
20. Jones, L., Alexander, R. *New International Business English*, Cambridge University Press, 1996;
21. MacKenzie, I. *Professional English in Use. Finance*, Cambridge University Press, 2009;
22. Mascull, B. *Business Vocabulary in Use*, Cambridge University Press, 2002;
23. Mascull, B. *Market Leader - Upper-intermediate*, Longman, 2006;
24. Mastery, L. *Business English Vocabulary. Build Powerful Idioms, Sayings and Expressions to Make You Sound Smarter in Business*, **Lingo Mastery, 2020;**
25. Mol, H. *English for tourism and hospitality*, Garnet Education, 2008;
26. Nicolae, M. *Communicate in Business*, ASE, București, 2000;
27. Nicolae, M., Marinescu, R.E., David, I. *Dancing through English for Intercultural Communication*, ASE, București, 2018;
28. O'driscoll, Pilbeam, A. *Meetings and discussions*, Longman, 1991;
29. Pilbeam, A. *Meetings and Discussions*, Longman, 1987;
30. Powell, M. *In Company. Upper Intermediate*, Macmillan, 2004;
31. Prelipceanu, C. *English for marketing*, Editura Cavallioti, București, 2004;
32. Prelipceanu, C. et al. *English for tourism and hospitality industry*, Editura universitară, București, 2005;
33. Protopopescu, D. *Business English – Theory and Practice*, Editura Universitatii din Bucuresti, 2013
34. Sharma, P. *In Company*, Macmillan, 2004;
35. Strutt, P. *English for International Tourism*, Pearson Education Limited, 2003;
36. Sweeney, S. *Professional English. Management*, Pearson Education Limited, 2002;
37. Sweeney, S. *Professional English. Finance*, Pearson Education Limited, 2007;
38. Tracey, S. *Mastering business English – Unlocking powerful idioms, sayings and expressions to build your vocabulary for success*, Independently published, 2023;
39. www.onestopenglish.com
40. www.learningenglishfeelgood.com
41. www.nonstopenglish.com
42. www.bbcenglish.com
43. www.english-at-home.com
44. www.english-test.net
45. www.english-online.at
46. www.esltower.com
47. www.englishforeveryone.org
48. www.englishexercises.org
49. www.learningenglish.com
50. <http://goeurope.about.com>

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

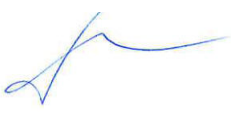
Competențe de comunicare scrisă și orală în limba engleză în situații de viață și/sau profesionale

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice disciplinei	Colocviu	70%
	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor		30%

	specifice.		
10.6 Standard minim de performanță			
Operarea cu concepte fundamentale din domeniul morfologiei și sintaxei limbii engleze, în situații concrete de comunicare.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof.dr. Gabriel BRĂTUCU Decan 	Prof. dr. Cristinel Petrișor CONSTANTIN Director de departament 
Titular de curs 	Lector dr. Maria-Anca Maican Titular de seminar 

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM-SERVICII, AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclul de studii ²⁾	MASTERAT
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Limba franceză și comunicare de specialitate (avansat) 2							
2.2 Titularul activităților de curs								
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Conf. dr. IOANA-PAULA ARMĂȘAR							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ³⁾	DFac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore de activitate a studentului	35				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	• Studierea limbii franceze în sistemul de învățământ preuniversitar sau universitar, nivel B2 de cunoștințe de limbă franceză (scris și oral)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.2 de desfășurare a seminarului	Sală dotată cu proiector /calculatoare
----------------------------------	--

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	* Cp1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de limba franceză în domeniul economic R.Î. 1.1 Absolventul recunoaște conceptele gramaticale din limba franceză și le utilizează în mod corect R.Î. 1.2 Absolventul este capabil să utilizeze în contexte adecvate termeni din vocabularul general și din vocabularul specific al domeniului R.Î. 1.3 Absolventul aplică cunoștințele de limbă franceză în situații de viață și de activitate profesională
Competențe transversale	* Ct3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic. R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale; să utilizeze cunoștințele de limbă franceză acumulate. Absolventul utilizează eficient resursele și tehnicile de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Seminarul de limba franceză își propune ca studentul să ajungă la: Înțelegerea sistemului gramatical al limbii franceze; cunoașterea limbajului de specialitate; Capacitatea de a înțelege și reproduce pertinent structuri lingvistice; Capacitatea de a se exprima eficient în scris și oral; Capacitatea de a aplica creativ cunoștințele dobândite în facultate, în situații profesionale diverse; Abilitatea de a comunica eficient în limba franceză; Capacitatea de a utiliza moduri și stiluri de comunicare variate, adecvate situațiilor specifice profesionale sau de viață.
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea seminarului de limba franceză studentul trebuie să atingă următoarele competențe: Competențe cognitive: înțelegerea sistemului gramatical al limbii franceze; cunoașterea limbajului de specialitate Competențe aplicativ-practice: capacitatea de a înțelege și reproduce pertinent structuri lingvistice; capacitatea de a se exprima eficient în scris și oral; capacitatea de a aplica creativ cunoștințele dobândite în facultate, performarea limbajului de specialitate, consultarea unei bibliografii de specialitate în limba franceză Competențe de comunicare și relaționale: abilitatea de a comunica eficient în limba franceză; capacitatea de a utiliza moduri și stiluri de comunicare variate, adecvate situațiilor specifice profesionale și cotidiene

8. Conținuturi

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Modèles des lettres commerciales (exemples, exercices)	interactiv	2	
2. Realisation d'un offre/une lettre de réclamation –travail en groupes	interactiv	2	
3. Le style français vs. le style américain/roumain dans les lettres commerciales	interactiv	2	
4. Exemples des 5 types de lettres à caractère commercial (l'appel d'offre, l'offre, la lettre de commande, la lettre de réclamation, la relance)	interactiv	2	
5. Modèle pour lettres a caractère	interactiv	2	

personnel : lettre d'excuse, invitation, refuse etc.)			
6. Rédaction des lettres pour des situations données	interactiv	2	
7. Rédaction des lettres en vue du recrutement pour un travail (C.V., lettre d'embauche etc.)	interactiv	2	
8. Style, ponctuation, éléments d'une lettre commerciale	Interactiv	2	
9. Typologie des lettres selon les buts relatifs à la transaction commerciale	Interactiv	2	
10. Lettre de réclamation et réponses possibles	Interactiv	2	
11. Correspondance relative aux ressources humaines	Interactiv	2	
12. Correspondance ayant des buts de nature confidentielle	Interactiv	2	
13. Lettres administratives: transport, assurances, logement	Interactiv	2	
14. Correspondances privées: remerciements, excuses, invitation, félicitation, condoléances, vœux, fêtes	Interactiv	2	
Bibliografie ARMĂȘAR IOANA-PAULA Français des Sciences Economiques, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2013 CILIANU-LASCU, C., PERIȘANU, M., Le français à l'usage des professionnels, Editura Meteor Press, București, 2008 RENNER, H., RENNER, U., TEMPESTA, G., Le français de l'hôtellerie et de la restauration, CLE International, Paris, 1992 ZGARDAN, N., Economie générale, économie d'entreprise, diplomatie économique, Editura Arc, Chișinău, 2002 WILIAMS, S, McANDREW-CAZORLA, N., Franceza pentru oamenii de afaceri, Editura Teora, București, 2000			

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

Competențe de comunicare scrisă și orală în limba franceză în situații de viață și/sau profesionale

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice disciplinei	Colocviu	70%
	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor specifice.		30%
10.6 Standard minim de performanță			
Operarea cu concepte fundamentale din domeniul morfologiei și sintaxei limbii franceze, în situații concrete de comunicare.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Decan 	Prof. dr. Cristinel Petrișor CONSTANTIN Director de departament 
---	--

	Conf. dr. Ioana-Paula ARMĂȘAR Titular de seminar 
--	---

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- 5) Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM-SERVICII, AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii de masterat	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclul de studii ²⁾	MASTERAT
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Limba franceză și comunicare de specialitate (avansat) 1							
2.2 Titularul activităților de curs								
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Conf. dr. IOANA-PAULA ARMĂȘAR							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ³⁾	DFac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	35				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	• Studierea limbii franceze în sistemul de învățământ preuniversitar sau universitar, nivel B2 de cunoștințe de limbă franceză (scris și oral)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.2 de desfășurare a seminarului	Sală dotată cu proiector/calculatoare
----------------------------------	---------------------------------------

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	* Cp1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de limba franceză în domeniul economic R.Î. 1.1 Absolventul recunoaște conceptele gramaticale din limba franceză și le utilizează în mod corect R.Î. 1.2 Absolventul este capabil să utilizeze în contexte adecvate termeni din vocabularul general și din vocabularul specific al domeniului R.Î. 1.3 Absolventul aplică cunoștințele de limbă franceză în situații de viață și de activitate profesională
Competențe transversale	* Ct3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic. R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale; să utilizeze cunoștințele de limbă franceză acumulate. Absolventul utilizează eficient resursele și tehnicile de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Seminarul de limba franceză își propune ca studentul să ajungă la: • Înțelegerea sistemului gramatical al limbii franceze; cunoașterea limbajului de specialitate; Capacitatea de a înțelege și reproduce pertinent structuri lingvistice; Capacitatea de a se exprima eficient în scris și oral; Capacitatea de a aplica creativ cunoștințele dobândite în facultate, în situații profesionale diverse; Abilitatea de a comunica eficient în limba franceză; Capacitatea de a utiliza moduri și stiluri de comunicare variate, adecvate situațiilor specifice profesionale sau de viață.
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea seminarului de limba franceză studentul trebuie să atingă următoarele competențe: Competențe cognitive: înțelegerea sistemului gramatical al limbii franceze; cunoașterea limbajului de specialitate Competențe aplicativ-practice: capacitatea de a înțelege și reproduce pertinent structuri lingvistice; capacitatea de a se exprima eficient în scris și oral; capacitatea de a aplica creativ cunoștințele dobândite în facultate, performarea limbajului de specialitate, consultarea unei bibliografii de specialitate în limba franceză Competențe de comunicare și relaționale: abilitatea de a comunica eficient în limba franceză; • capacitatea de a utiliza moduri și stiluri de comunicare variate, adecvate situațiilor specifice profesionale și cotidiene

8. Conținuturi

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Éléments de communication : - exercices de conversation - comment apprendre en écrivant: rédaction de texte - les combinaisons qui suscitent la confusion – exemples, exercices	interactiv	2	
2. Realisation d'un offre – application, travail en groupes	interactiv	2	
3. Exercices d'autoévaluation pour suivre les progrès enregistrés	interactiv	2	
4. Résoudre des textes grille en langage de spécialité, explications des réponses	interactiv	2	
5. Présentation du lieu de travail – conversation, rédaction des textes, suivre des images à commenter	interactiv	2	
6. Lettres commerciales - types, modèles, applications	interactiv	2	
7. Réaliser une bonne présentation de			

soi en vue du recrutement pour un travail (C.V., interview etc.)	interactiv	2	
8. Situations de communications courantes, spécifiques aux activités professionnelles	interactiv	2	
9. Language non-verbal pendant un interview d'emploi	interactiv	2	
10. Rôle des documents authentiques dans l'administration des affaires en tourisme	interactiv	2	
11. Rédiger des documents dans des buts personnels et professionnels	interactiv	2	
12. Rôle du marketing dans le tourisme	interactiv	2	
13. Communication avec les clients dans de divers circonstances: entreprise/ restaurant/hôtel/festival	Interactiv	2	
14. Regles de comportement ethique et déontologique dans les affaires	interactiv	2	
Bibliografie ARMĂȘAR IOANA-PAULA Français des Sciences Economiques, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2013 CILIANU-LASCU, C., PERIȘANU, M., Le français à l'usage des professionnels, Editura Meteor Press, București, 2008 RENNER, H., RENNER, U., TEMPESTA, G., Le français de l'hôtellerie et de la restauration, CLE International, Paris, 1992 ZGARDAN, N., Economie générale, économie d'entreprise, diplomatie économique, Editura Arc, Chișinău, 2002 WILIAMS, S, McANDREW-CAZORLA, N., Franceza pentru oamenii de afaceri, Editura Teora, București, 2000			

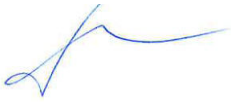
9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, ale asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Competențe de comunicare scrisă și orală în limba franceză în situații de viață și/sau profesionale

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice disciplinei	Colocviu	70%
	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor specifice.		30%
10.6 Standard minim de performanță			
Operarea cu concepte fundamentale din domeniul morfologiei și sintaxei limbii franceze, în situații concrete de comunicare.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Decan 	Prof. dr. Cristinel Constantin Petrișor Director de departament 
	Conf. dr. Ioana-Paula ARMĂȘAR Titular de seminar 

--	--

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- 5) Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania, Brașov
1.2 Facultatea	Științe economice și administrarea afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism-Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Masterat
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Limba germană și comunicare de specialitate							
2.2 Titularul activităților de curs								
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Lect. dr. Claudia Gabriela ȘERBU							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ³⁾	DFac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/ laborator/ proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/ laborator/ proiect	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	35				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• -
4.2 de competențe	• Cunoașterea limbii germane la nivel A1.1

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	• Pentru desfășurarea optimă a seminarului de limba germană este necesară o sală dotată cu echipament de proiecție, i.e. calculator, projector, ecran.
--	--

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	* Cp1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de limba germană în domeniul economic R.Î. 1.1 Absolventul recunoaște conceptele gramaticale din limba germană și le utilizează în mod corect R.Î. 1.2 Absolventul este capabil să utilizeze în contexte adecvate termeni din vocabularul general și din vocabularul specific al domeniului R.Î. 1.3 Absolventul aplică cunoștințele de limbă germană în situații de viață și de activitate profesională
-------------------------	---

Competențe transversale	* Ct3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic. R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale; să utilizeze cunoștințele de limbă acumulate. Absolventul utilizează eficient resursele și tehnicile de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Seminarul de limba germană urmărește dobândirea unor competențe cognitive prin familiarizarea studenților cu tehnici eficiente de prezentare orală în limba germană și cu vocabularul specific unor arii de interes din domeniul marketingului. De asemenea, ele vizează formarea unor competențe practic-aplicative și de comunicare, prin dezvoltarea deprinderii de înțelegere și producere a unor texte din literatura de specialitate redactate în limba germană și a capacității de comunicare orală a studenților în limba germană (de la conversații simple până la cele care necesită competențe lingvistice complexe), axate pe diverse situații socio-profesionale. Studenții vor învăța să folosească activ un vocabular pentru rezolvarea unor probleme specifice din domeniul lor în relație cu piața.
7.2 Obiectivele specifice	Ca obiective specifice, seminarul se axează pe dezvoltarea deprinderilor de receptare și producere a mesajelor scrise și orale. Studenții vor opera cu o gamă largă de teme și cu un vocabular vast, vor identifica elemente cheie în textele date, vor iniția și dezvolta conversații complexe în care să-și exprime propriile opinii, să răspundă la solicitări, să compare și contrasteze informații plecând de la temele discutate. De asemenea, studenții își vor perfecționa abilitățile de pregătire și prezentare a unui proiect alcătuit în perechi sau grupuri mici plecând de la temele propuse.

8. Conținuturi

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
1. Text suport din caietul de seminar: „Neu in der Firma“	Se vor folosi textele din caietul de seminar ca suport pentru discuții și exerciții. Se urmărește consolidarea vocabularului și al structurilor gramaticale. Seminar interactiv, brainstorming-ul, problematizarea, munca în echipă, jocul de rol urmăresc să aplice cunoștințele obținute	4	
2. Text suport: „Freunde, Kollegen und ich.“		4	
3. Text suport: „Alltag am Arbeitsplatz“		4	
4. Text suport: „Unterwegs“!		4	
5. Text suport: „Deutschland und die Schweiz“		4	
6. Text suport: „Freunde zu Besuch“		4	
7. Text suport: „Tag für Tag!“		4	

Bibliografie

- Dengler, S., Rusch, P. *Netzwerk. Deutsch als Fremdsprache*, Langenscheidt, 2013;
- Becker, N., Braunert, J. *Alltag, Beruf & Co.*, Hueber, 2008;
- Harst, E., Kaufmann, S. *Linie 1*, Hueber, 2015;
- Sander, I., Farmache A. *DaF im Unternehmen*, Klett, 2005;
- Funk, H., Kuhn, C. *Studio express*, Klett, 2017;
- Becker, N., Braunert, J. *Unternehmen Deutsch Grundkurs*, Klett, 2016;
- Niebis, D., Specht, F. *Schritte plus neu 1+2*, Hueber, 2016;
- Heuer, W., Schober, E. *Schritte plus im Beruf*, Hueber, 2016;
- Volgnandt, G., Volgnandt, D. *Exportwege neu*, Schubert, 2009;
- Harst, E., Kaufmann, S. *Treffpunkt Beruf*, Langenscheidt, 2012;
- Ros, L. *Perspektive Deutsch. Kommunikation am Arbeitsplatz*, Klett, 2012,
- Grigull, I., Raven, S. *Geschäftliche Begegnungen*, Schubert, 2012;
- Kaufmann, S., Rohrmann, S. *Orientierung im Beruf*, Langenscheidt, 2008;
- Guenat, G., Hartmann P. *Berufspraxis Deutsch*, Klett, 2014;
- Perlmann-Balme, M., Schwalb S. *Sicher!*, Hueber, 2013;
- Angioni, M., Hälbig I. *Einfach besser! Deutsch für den Beruf*, Telc, 2012;
- Becker, J., Merkelbach M. *Plusspunkte Beruf: Deutsch am Arbeitsplatz*, Cornelsen, 2013;
- Müller, A., Schlüter, S. *Im Beruf*, Hueber, 2013;
- Müller, A., Schlüter, S. *Im Beruf Neu*, Hueber, 2017;

20. Klotz, V., Merkelbach, M. *Fokus Deutsch: Erfolgreich in Alltag und Beruf*, Cornelsen, 2016;
21. www.wirtschaftsdeutsch.de
22. www.goethe.de
23. www.deutsch-lernen-online.net/business.com
24. www.bbc.co.uk/languages/german/business/.com
25. www.deutsch-kommunikativ.pl
26. www.dw.com
27. www.lingoda.com

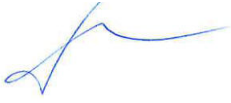
9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, ale asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Competențe de comunicare scrisă și orală în limba germană în situații de viață și/sau profesionale

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice disciplinei	Colocviu	70%
	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor specifice.		30%
10.6 Standard minim de performanță			
Realizarea a minim 50% din cerințele testului cu itemi obiectivi.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Decan 	Prof. dr. Cristinel Petrișor CONSTANTIN Director de departament 
	Lect. dr. Claudia Gabriela ȘERBU  Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 – 30 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA din BRAȘOV
1.2 Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.3 Departamentul	MARKETING, TURISM SERVICII ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.4 Domeniul de studii de masterat ¹⁾	ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
1.5 Ciclu de studii ²⁾	MASTER
1.6 Programul de studii/ Calificarea	RELĂȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Limba spaniolă și comunicare de specialitate							
2.2 Titularul activităților de curs								
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Adrian DAMȘESCU							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ³⁾	DFac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs		3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					
3.7 Total ore de activitate a studentului	35				
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	• Studierea limbii spaniole în sistemul de învățământ preuniversitar sau universitar, nivel B2 de cunoștințe de limbă spaniolă (scris și oral)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	• Sală dotată cu proiector / calculatoare	•
--	---	---

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	- C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de limba spaniolă în domeniul economic - R.Î. 1.1 Absolventul recunoaște conceptele gramaticale din limba spaniolă și le utilizează în mod corect - R.Î. 1.2 Absolventul este capabil să utilizeze în contexte adecvate termeni din vocabularul general și din vocabularul specific al domeniului - R.Î. 1.3 Absolventul aplică cunoștințele de limbă spaniolă în situații de viață și de activitate profesională
-------------------------	--

Competențe transversale	CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare R.Î 3.1. Absolventul este capabil să identifice oportunitățile de formare continuă pentru dezvoltarea carierei profesionale și să utilizeze cunoștințele de limbă spaniolă acumulate. R.Î 3.2 Absolventul utilizează eficient resursele și tehnicile de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Seminarul de limba spaniolă își propune ca studentul să ajungă la: Înțelegerea sistemului gramatical al limbii spaniole; cunoașterea limbajului de specialitate; Capacitatea de a înțelege și reproduce pertinent structuri lingvistice; Capacitatea de a se exprima eficient în scris și oral; Capacitatea de a aplica creativ cunoștințele dobândite în facultate, în situații profesionale diverse; Abilitatea de a comunica eficient în limba spaniolă; Capacitatea de a utiliza moduri și stiluri de comunicare variate, adecvate situațiilor specifice profesionale sau de viață.
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea seminarului de limba spaniolă studentul trebuie să atingă următoarele competențe: Competențe cognitive: înțelegerea sistemului gramatical al limbii spaniole; cunoașterea limbajului de specialitate Competențe aplicativ-practice: capacitatea de a înțelege și reproduce pertinent structuri lingvistice; capacitatea de a se exprima eficient în scris și oral; capacitatea de a aplica creativ cunoștințele dobândite în facultate, performarea limbajului de specialitate, consultarea unei bibliografii de specialitate în limba spaniolă Competențe de comunicare și relaționale: abilitatea de a comunica eficient în limba spaniolă; capacitatea de a utiliza moduri și stiluri de comunicare variate, adecvate situațiilor specifice profesionale și cotidiene

8. Conținuturi

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Fraze cu SER. Lexic substantive si adjective.	Prelegere/Interactiv	4	
Fraze cu pronume si adjective demonstrative.	Prelegere/Interactiv	8	
Fraze cu SER si ESTAR	Prelegere/Interactiv	4	
Localizari cu ESTAR si HABER; prepozitii de loc.	Prelegere/Interactiv	4	
Dialoguri situationale la piata, restaurant; fraze cu verbe cu diftongare si pronume personale, complemente directe, indirecte sau reflexive	Prelegere/Interactiv	4	
Dialog situational cu Imperative; Imperative + pronume personale si reflexive	Prelegere/Interactiv	4	
Bibliografie Damsescu, Adrian, Curs de limba spaniola, reprografia Univ. Transilvania, 1998 Siteuri WEB, ziare, reviste, RTVE.es			

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

Competențe de comunicare scrisă și orală în limba spaniolă în situații de viață și/sau profesionale

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice disciplinei	Colocviu	70%
	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor specifice.		30%
10.6 Standard minim de performanță			
Realizarea a minim 50% din cerințele testului cu itemi obiectivi.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/9/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/9/2024.

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU Decan 	Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN Director de Departament 
	Lector dr. Adrian DAMĂȘESCU Titular de seminar 

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 – 30 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Transilvania” din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism-Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de Master ¹⁾	Economie și Afaceri Internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații economice internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul afacerilor internaționale							
2.2 Titularul activităților de curs	Lector Dr. Stavre Alexandru BUCOI							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Asistent Dr. Cristina RUNCEANU ALBU							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ⁴⁾	DI

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/ proiect	1	
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14	
Distribuția fondului de timp ore						
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	20					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	39					
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri	20					
Tutoriat	2	Examinări	2			
Alte activități.....	-					
3.7 Total ore de activitate a studentului	83					
3.8 Total ore pe semestru	125					
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	5					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	☐ Licență în domeniu sau (în caz contrar) cunoștințe de economie, management general, management strategic, contabilitate, finanțe, resurse umane, relații economice internaționale, marketing
4.2 de competențe	☐ Capacitate de analiză și sinteză, creativitate

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	☐ Videoproiector, ecran de proiecție, PC, aplicația Power Point, prezență activă la curs
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	☐ Videoproiector, ecran de proiecție, PC, aplicația Power Point, prezență activă la seminar

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	Cp.2 Studierea, proiectarea, elaborarea și aplicarea de strategii care să asigure diferitelor organizații o dezvoltare durabilă și un înalt nivel de competitivitate R.Î. 2.1 Absolventul este capabil să studieze și să identifice noi teorii și metode necesare proiectării, elaborării și aplicării de strategii de dezvoltare durabilă și competitivitate în diverse organizații R.Î. 2.3 Absolventul este capabil să utilizeze concepte, metode și tehnici noi în proiectarea, elaborarea și implementarea de strategii competitive de dezvoltare durabilă în condiții de informare incompletă R.Î. 2.5 Absolventul este capabil să realizeze strategii competitive necesare organizațiilor folosind inovativ metode cantitative și calitative specifice domeniului pentru o dezvoltare durabilă Cp.4 Particularizarea și utilizarea adecvată a modalităților moderne de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în cadrul organizațiilor R.Î. 4.2 Absolventul este capabil să explice, să adapteze și să interpreteze în contexte noi fenomene, situații și procese complexe, specifice funcțiilor manageriale pt. diverse organizații R.Î. 4.3 Absolventul este capabil să utilizeze concepte, metode și tehnici noi pt. implementarea de metode de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în condiții de informare incompletă R.Î. 4.4 Absolventul este capabil să evalueze pertinent modalități de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în cadrul organizațiilor R.Î. 4.5 Absolventul este capabil să elaboreze studii și lucrări de previziune, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare utilizând un spectru variat și inovativ de metode cantitative și calitative Cp.5 Cercetarea, fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații complexe ce activează în diverse domenii de activitate R.Î. 5.1 Absolventul cunoaște aprofundat concepte necesare procesului decizional pentru organizații complexe ce activează în diverse domenii de activitate R.Î. 5.2 Absolventul este capabil să explice și să interpreteze adecvat diverse contexte decizionale noi și complexe în diverse organizații R.Î. 5.3 Absolventul este capabil să aplice principii, metode, tehnici de decizie în condiții de informare incompletă în organizații diverse și complexe R.Î. 5.4 Absolventul este capabil să evalueze pertinent modalități de fundamentare, adoptare și implementare a deciziilor în organizații complexe din diverse domenii de activitate R.Î. 5.5 Absolventul este capabil să dezvolte și să implementeze lucrări ce vizează procesul decizional utilizând inovativ un spectru variat de metode cantitative și calitative
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	☐ Aprofundarea cunoștințelor privind aspectele esențiale ale teoriei și practicii managementului afacerilor internaționale și al comportamentului antreprenorului
7.2 Obiectivele specifice	☐ Capacitatea de utilizare a metodelor și tehnicilor de management în domeniul complex al afacerilor și al tehnologiei manageriale a viitorului, antreprenoriatul
	☐ Formarea abilităților necesare pentru inițierea, dezvoltarea și conducerea unei afaceri internaționale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
Afacere. Mediul de afaceri. Lumea afacerilor: caracteristici, tendințe, dinamică. Forțele economice și influența asupra afacerilor. Marile și micile afaceri – conlucrare și confruntare. Restricții, facilități și privilegii în lumea afacerilor. Afacerile la nivel global și regional. Caracteristicile de bază ale unei afaceri.	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv	4	
Conștientizarea ocaziei favorabile de pe piața internațională. Factorii externi firmei: piața, concurenții, consumatorii, autoritățile. Factorii interni: resursele și managementul. Parteneri și clienți într-o afacere – tipologie. Analiza STEP. Analiza SWOT. Cadru VRIO de analiză internă. Globalizare și strategii de piață	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv	6	
Multinaționalele în acțiune. Natura și caracteristicile firmelor multinaționale. Internaționalizarea proceselor. Strategii de piață. Avantaje de țară și avantaje de firmă. Politică și cultură.	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv	4	
Abordarea afacerii. Întrebările esențiale. Planificarea: premise, obiective, etape, control, efecte. Analiza de portofoliu. Matricea BCG, Strategii specifice pieței globale.	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv	4	
Organizarea pentru afaceri. Structuri moderne de afaceri. Eficiența organizării: unde, ce, când și cum schimbăm. Risc și incertitudine în afaceri. Decizie și negocieri.	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv	2	
Conducerea afacerilor internaționale. Instrumente. Echipa: constituire, motivare, conducere, performanțe. Metode și conducere în afaceri. Liderul și arta conducerii. Gafe în afaceri	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv	4	
Strategii în afaceri. Strategii: caracteristici, variante, evaluare. Modele de analiză strategică în afaceri.	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv	2	
Antreprenoriatul. Concepte de bază. Structuri. Inovație tehnică – inovație socială – inovație economică. Antreprenoriatul în instituțiile publice. Strategii antreprenoriale. Strategia riscului maxim. Strategia imitației. Strategia nișei de piață. Strategia schimbării valorilor și caracteristicilor.	Prelegere pe bază de slide-uri, curs interactiv2	2	
Bibliografie 1. Antonoaie, D-Cr., Antonoaie, N. – Managementul Afacerilor. Editura Universității Transilvania din Brașov, 2007 2. Antonoaie, N., Antonoaie, D-Cr. – Managementul Afacerilor. Editura Universității Transilvania din Brașov, 2011 3. Antonoaie, N. – Management. Afaceri. Antreprenoriat. Editura Infomarket, Brașov, 2006 [ed.1] și 2008 [ed. a II-a] 4. Albu, R., Antonoaie, N. – Managementul serviciilor. Editura Universității Transilvania din Brașov, 2010 5. Barrow, C., Barrow, P., Barrow, R. – Ghidul întocmirii Planului de afaceri, Cluj Napoca, 2002 6. Băcanu, B. – Management strategic. Editura Teora, 1998			

7. Drucker, P. F. – Inovația și sistemul antreprenorial. Editura Enciclopedică, București, 1993
8. Drucker, P. F. – REalitățile lumii de mâine, Editura Teora, București, 1999
9. Glouchevitch, Ph. Juggernaut - Cheile succesului german în afaceri. Editura SEDONA, Timișoara, 1996
10. Hatten, T. – Small Businesses Entrepreneurship and Beyond, Prentice Hall, N.J., 1997
11. Jones, G. – Primii pași în afaceri. Editura TEORA, București, 1997
12. Kotler, P. – Managementul marketingului: analiză, planificare, implementare, control, Editura TEORA, București, 1997
13. Kotler, Ph.– Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control. Prentice Hall, New Jersey, 1988 (Sixth Edition) și 1993 (Eight Edition)
14. Nastase, G. - Managementul afacerilor. Editia a IV-a, revazuta si adaugita, Editura Pro Universitaria, Bucurestie, 2021
15. Ohmae, K. – Inteligența strategiei. Arta afacerilor în Japonia, Editura Teora, București, 1998
16. Popescu, D. – Conducerea afacerilor. Editura SCRIPTA, București, 1995

Rugman, A., Collinson, S. - International Business, London: Financial Times Prentice Hall, 2006

8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predareînvățare	Număr de ore	Observații
1. Mediul de afaceri și întreprinderile multinaționale	Dezbateri, aplicații, studii de caz	2	
2. Conștientizarea ocaziilor favorabile de piață	Dezbateri, aplicații, studii de caz	2	
3. Accesul pe piața globală. Afacerile internaționale și triada UE-USA-Japonia	Dezbateri, aplicații, studii de caz	2	
4. Abordarea afacerii: planificarea, organizarea, barierele	Dezbateri, aplicații, studii de caz	2	
5. Strategii de afaceri	Dezbateri, aplicații, studii de caz	2	
6. Risc și incertitudine în afacerile internaționale	Dezbateri, aplicații, studii de caz	2	
7. Strategii antreprenoriale în afacerile internaționale	Dezbateri, aplicații, studii de caz	2	

Bibliografie

1. Antonoaie, D-Cr., Antonoaie, N. – Managementul Afacerilor. Editura Universității Transilvania din Brașov, 2007
2. Antonoaie, N., Antonoaie, D-Cr. – Managementul Afacerilor. Editura Universității Transilvania din Brașov, 2011
3. Antonoaie, N. – Management. Afaceri. Antreprenoriat. Editura Infomarket, Brașov, 2006 [ed.1] și 2008 [ed. a II-a]
4. Albu, R., Antonoaie, N. – Managementul serviciilor. Editura Universității Transilvania din Brașov, 2010
5. Barrow, C., Barrow, P., Barrow, R. – Ghidul întocmirii Planului de afaceri, Cluj Napoca, 2002
6. Băcanu, B. – Management strategic. Editura Teora, 1998
7. Drucker, P. F. – Inovația și sistemul antreprenorial. Editura Enciclopedică, București, 1993
8. Drucker, P. F. – Realitățile lumii de mâine, Editura Teora, București, 1999
9. Glouchevitch, Ph. Juggernaut - Cheile succesului german în afaceri. Editura SEDONA, Timișoara, 1996
10. Hatten, T. – Small Businesses Entrepreneurship and Beyond, Prentice Hall, N.J., 1997
11. Jones, G. – Primii pași în afaceri. Editura TEORA, București, 1997
12. Kotler, P. – Managementul marketingului: analiză, planificare, implementare, control, Editura TEORA, București, 1997
13. Kotler, Ph. – Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control. Prentice Hall, New Jersey, 1988 (Sixth Edition) și 1993 (Eight Edition)
14. Nastase, G. - Managementul afacerilor. Editia a IV-a, revazuta si adaugita, Editura Pro Universitaria, Bucurestie, 2021
15. Ohmae, K. – Inteligența strategului. Arta afacerilor în Japonia, Editura Teora, București, 1998

16. Popescu, D. – Conducerea afacerilor. Editura SCRIPTA, București, 1995

Rugman, A., Collinson, S. - International Business, London: Financial Times Prentice Hall, 2006

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu așteptările mediului de afaceri din sector.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Nivelul înțelegerii conceptuale	Examen scris	60%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Realizare corectă a temelor de seminar	Activități desfășurate la întâlnirile de curs și seminar	30%
	Implicare activă în dezbaterile temelor prezentate	Activități desfășurate la întâlnirile de curs și seminar	10%
10.6 Standard minim de performanță			
- Pentru calculul notei finale și promovare, studentul trebuie să obțină cel puțin nota 5, atât la examenul final, cât și la activitatea de seminar - Condiția minimală de intrare în examen este obținerea notei 5 la seminar			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024 .

Prof. univ. dr.ec. Gabriel BRĂTUCU, Decan	Prof. dr. Constantin Cristinel, Director de departament
Lect.dr. Bucoi Alexandru – titular de curs Titular de curs	Lect. Dr. Carmen Cristina RUNCEANU ALBU Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Marketing, Turism Servicii și Afaceri Internaționale
1.4 Domeniul de studii de ¹⁾	Economie și Afaceri Internaționale
1.5 Ciclul de studii ²⁾	Licență
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul calității serviciilor							
2.2 Titularul activităților de curs	NEACȘU NICOLETA ANDREEA							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	NEACȘU NICOLETA ANDREEA							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DSI
							Obligativitate ⁴⁾	DI

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					12
Examinări					4
Alte activități.....					2
3.7 Total ore de activitate a studentului	58				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- Accesul în sala de curs cu echipamente de înregistrare/redare a sunetului sau imaginii este permis numai cu acordul explicit al titularului de curs, iar telefoanele se închid la debutul prelegerilor; - Toți participanții la activitățile didactice se vor prezenta într-o ținută vestimentară decentă, adecvată unei instituții de învățământ.
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	- Accesul în sala de curs cu echipamente de înregistrare/redare a sunetului sau imaginii este permis numai cu acordul explicit al titularului de curs, iar telefoanele se închid la debutul prelegerilor; - Toți participanții la activitățile didactice se vor prezenta într-o ținută vestimentară decentă, adecvată unei instituții de învățământ. - Termenul predării lucrărilor aplicative/ proiectelor/ studiilor de caz/ referatelor este stabilit de către titular. Nu se acceptă amânări decât din motive obiectiv întemeiate.

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	CP1. Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale R.Î. 1.1 Absolventul cunoaște, înțelege și utilizează concepte, metode, tehnicile și instrumente specifice managementului firmelor în mediul internațional de afaceri. R.Î. 1.2 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală. CP6 Fundamentarea strategiilor de marketing, elaborarea planurilor de marketing la nivel internațional, managementul afacerilor internaționale. R.Î. 6.1 Absolventul prezintă strategiile, planurile și programele de marketing. R.Î. 6.2 Absolventul explică modului de fundamentare a deciziilor, efectelor și obiectivelor urmărite, pentru adoptarea și punerea lor în aplicare în mod efectiv și responsabil. R.Î. 6.3 Absolventul alege variante optime de decizii în condițiile unor universuri probabilistice, dar într-un mediu profesional de estimare a riscurilor. R.Î. 6.4 Absolventul argumentează deciziile luate în mediul internațional de afaceri și tehnicile folosite în derularea afacerilor internaționale. R.Î. 6.5 Absolventul propune sisteme de management pentru companiile implicate în afacerile internaționale.
Competențe transversale	CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale. CT2. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă. R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul urmărește dobândirea de cunoștințe științifice în domeniul managementului calității prin însușirea de metode și tehnici specifice acestei discipline. Creează competențe în domeniile cu care interferează și obligă studenții să se autoperfecționeze, prin contactul permanent cu literatura de specialitate.
7.2 Obiectivele specifice	- Însușirea și înțelegerea legislației care reglementează activitatea de implementare a managementului calității; - Însușirea și aplicarea procedurii și metodologiei de implementare a managementului calității; - Aplicarea tehnicilor și metodelor specifice; - Elaborarea unor modele inovative de îmbunătățire continuă a sistemelor de management al calității, mediului și siguranței alimentelor.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
CAP.I – CURS INTRODUCTIV 1.1. Recapitularea elementelor fundamentale ale calității produselor și serviciilor 1.2. Standardizarea și certificarea produselor și serviciilor 1.3. Calitatea totală	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	2	
CAP.II – CULTURA CALITĂȚII 2.1. Cultura organizațională 2.2. Managementul schimbărilor organizaționale 2.3. Implementarea sistemului de management al calității	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	4	
CAP.III – PLANIFICAREA CALITĂȚII 3.1. Banchmarking 3.2. Diagrama Pareto 3.3. Tabloul de bord al managementului	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	4	

CAP.IV – POLITICI ȘI STRATEGII DE CALITATE 4.1. Elementele fundamentale ale filosofiei manageriale 4.2. Viziunea și misiunea pentru calitate 4.3. Strategii de calitate 4.4. Politica pentru calitate 4.5. Stabilirea obiectivelor pentru calitate	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	6	
CAP.V – EVALUAREA PERFORMANȚELOR SISTEMULUI DE MANAGEMENT AL CALITĂȚII 5.1. Auditul de certificare 5.2. Preauditul calității 5.3. Premiile pentru excelență - Premiul „Deming” Pentru Calitate - Premiul European pentru Calitate - Malcolm Baldrige National Quality Award 5.4. Six Sigma	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	4	
CAP.VI – SISTEMUL CALITĂȚII SERVICIILOR 6.1. Caracteristicile serviciului și prestării de serviciu 6.2. Metode de rezolvare a problemelor calității	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	4	
CAP.VII – COSTURILE CALITĂȚII	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	2	
Recapitulare	Prelegere pe bază de slide+dezbateri	2	
Bibliografie: • Cătuneanu V., Drăgulănescu N. Drăgulănescu M. – Calitatea serviciilor, Fundația Română pentru Promovarea Calității, București, 2012 • Ciobanu R. – Calitatea în industrie și servicii, Ed. Fides, București, 2012 • Dogaru M.M. - Managementul calității, Ed. Universitară, București, 2016 • Drăgulănescu N., Drăgulănescu M. – Managementul calității serviciilor, Ed. AGIR, București, 2013 • Juran J.M. – Planificarea calității, Ed.Teora, București, 2000 • Madar A., Neacșu N. - Quality Management for products and services, Lambert Academic Publishing, 2014 • Paraschivescu A.O. – Managementul calității, Ed. Tehnopress, București, 2020 • Pop C. - Managementul calității, Ed. Alfa, București, 2018			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Studii de caz privind sistemul calității la diferiți agenți economici din domeniul serviciilor internaționale	Expunere + conversație + studiu de caz	2	
Implementarea sistemului de management al calității și a strategiilor de calitate în cadrul unei firme	Expunere + conversație + studiu de caz	4	
Prezentare proiecte/ referate	Expunere + dezbateri	6	
Seminar sumativ	Expunere + conversație	2	
Bibliografie: • Cătuneanu V., Drăgulănescu N. Drăgulănescu M. – Calitatea serviciilor, Fundația Română pentru Promovarea Calității, București, 2012 • Ciobanu R. – Calitatea în industrie și servicii, Ed. Fides, București, 2012 • Dogaru M.M. - Managementul calității, Ed. Universitară, București, 2016 • Drăgulănescu N., Drăgulănescu M. – Managementul calității serviciilor, Ed. AGIR, București, 2013 • Madar A., Neacșu N. - Quality Management for products and services, Lambert Academic Publishing, 2014 • Paraschivescu A.O. – Managementul calității, Ed. Tehnopress, București, 2020 • Pop C. - Managementul calității, Ed. Alfa, București, 2018 • Popescu A., Madar A., Neacșu N.A., - Perspective moderne în gestionarea și înțelegerea calității mărfurilor, Ed. Universitară, București, 2024			

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

- Disciplina este în concordanță cu cerințele societăților comerciale, instituțiilor private și publice în domeniul relațiilor economice internaționale;
- Programul este în acord cu recomandările.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice disciplinei	Evaluare scrisă/orală cu itemi obiectivi (test/proiect)	70%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Evaluarea îndeplinirii sarcinilor specifice	Evaluare scrisă/orală (lucrare de laborator/studiu de caz/referat/proiect)	20%
	Prezența activă și rezolvarea aplicațiilor	Consemnarea prezenței și a implicării în dezbateri și în rezolvarea aplicațiilor	10%
10.6 Standard minim de performanță			
• Realizarea a minimum 50% din punctajul aferent activităților de curs și de seminar.			

Prezentă Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024.

Prof.dr. Gabriel BRĂTUCU, Decan	Prof.dr. Cristinel CONSTANTIN, Director de departament
Prof.dr. Andreea NEACȘU Titular de curs	Prof.dr. Andreea NEACȘU Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii de ¹⁾	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclu de studii ²⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Antreprenoriat							
2.2 Titularul activităților de curs	Bărbulescu Oana							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect								
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	ex	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ³⁾	DCA
							Obligativitate ⁴⁾	DO

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/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore de activitate a studentului	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite ⁵⁾	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

Competențe profesionale	C1 Evaluarea cauzelor fenomenelor și a factorilor de influență în afacerile internaționale R.Î.1.1 Dobândirea capacităților necesare demarării unei afaceri R.Î.1.2 Cunoașterea posibilităților de finanțarea a afacerilor R.Î.1.3 Dobândirea abilităților de negociere R.Î.1.4 Cunoașterea principalelor reguli de management financiar R.Î.1.5 Cunoașterea modalităților de dezvoltarea a afacerilor
-------------------------	--

Competențe transversale	-
-------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul cursului este de a oferi studenților facultăților de științe economice o analiză a componentelor cheie ale unei afaceri încă din etapa de startup dar și pe parcursul acesteia și a modului în care ele se întrepătrund pentru a clădi un business durabil, profitabil, solid și de succes.
7.2 Obiectivele specifice	- să cunoască calitățile și competențele necesare unui bun antreprenor - să identifice oportunitățile de piață la începutul dar și pe parcursul dezvoltării afacerii - să cunoască pașii dezvoltării unui plan de afaceri - să identifice trasaturile membrilor unei echipe de succes - să cunoască strategiile de creștere ale unei afaceri - să cunoască metodele de finanțare ale unui business - să cunoască procesul luării deciziilor antreprenoriale - să cunoască ciclurile de economice ale afacerii în vederea identificării de oportunități în fiecare etapă - să cunoască strategiile de exit

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Intraprenoriat vs antreprenoriat	Prezentare power point	2	
2. Plan de afaceri vs. model de afaceri	Prezentare power point	2	
3. Surse de finanțare	Prezentare power point	4	
4. Managementul dezvoltării afacerii	Prezentare power point	4	
5. Strategii de marketing în vederea dezvoltării afacerii	Prezentare power point	4	
6. Negocierea contractelor	Prezentare power point	4	
7. Management financiar	Prezentare power point	2	
8. Gestionarea factorilor externi și managementul problemelor strategice	Prezentare power point	2	
9. Managementul investițiilor pe termen lung	Prezentare power point	2	
10. Recapitulare	Discuții libere	2	
Bibliografie Marius Ghenea – Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Ed. Universul juridic, București 2011 Iancu Guda - De ce esuează companiile, Ed. Publica, București 2018 Iancu Guda - Economia în vremea coronavirusului, Ed. Publica, București 2020			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Dezvoltarea intraprenoriatului în cadrul companiei	Discuții	2	
Elaborarea unui plan de afaceri după modelul BMC	Proiecte	4	
Identificarea surselor de finanțare	Studii de caz	2	
Utilizarea strategiilor de marketing și vânzări în simulări de business	Jocuri de rol	2	
Simularea negocierii unui contract	Jocuri de rol	2	
Strategii de management financiar	Studii de caz	2	
Bibliografie Marius Ghenea – Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Ed. Universul juridic, București 2011 Iancu Guda - De ce esuează companiile, Ed. Publica, București 2018 Iancu Guda - Economia în vremea coronavirusului, Ed. Publica, București 2020			

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

Pregătirea viitorilor specialiști în comerțul exterior în concordanță cu normele în vigoare.
--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen	Scris	90%
10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Prezentare referate	Oral	5%
	Teste	Scris	5%
10.6 Standard minim de performanță			
Prezentarea cel puțin a unui referat și obținerea notei 5 la examen.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel Brătucu Decan	Prof.dr. Cristinel Constantin Director de departament
Prof. dr. Oana Barbulescu Titular de curs	Prof. dr. Oana Barbulescu Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Transilvania din Brașov
1.2 Facultatea	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Științe Economice și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Economie și afaceri internaționale
1.5 Ciclul de studii ¹⁾	Master
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Relații Economice Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Drept comercial în Uniunea Europeană							
2.2 Titularul activităților de curs	Bărbulescu Oana							
2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	Bărbulescu Oana							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	ex	2.7 Regimul disciplinei	Conținut ²⁾	DCA
							Obligativitate ³⁾	DO

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator/ proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/ laborator/ proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite ⁴⁾	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Evaluarea cauzelor fenomenelor și a factorilor de influență în afacerile internaționale
Competențe transversale	-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul cursului este de a oferi studentilor facultatilor de stiinte economice o alta dimensiune a fenomenului negocierii si contractarii internationale. Cursul isi propune sa prezinte si sa examineze intr-o maniera interdisciplinara structura contractelor comerciale internaționale.
7.2 Obiectivele specifice	- sa inteleagă necesitatea stipularii legii aplicabile intr-un contract international - sa diferențieze cele doua categorii de norme aplicabile unui raport juridic de drept al comerțului international - sa cunoască regulile INCOTERMS 2010 - sa cunoască cele doua categorii de izvoare ale dreptului comerțului international - sa identifice participantii la dreptul comerțului international - sa poata realiza o diferentiere intre filiala , sucursala si reprezentanta - sa se cunoasca diferenta intre societate globala si societate transnationala - sa cunoasca toate etapele procesului de negociere - sa inteleaga importanta fiecarei etape de negociere - sa cunoasca diferentele care exista intre diferitele sisteme nationale de drept in ceea ce priveste caracteristicile fiecarei etape de negociere - sa cunoasca diferentele care exista pe plan mondial in ceea ce priveste momentul incheierii contractului si importanta acestui moment - sa evidentieze rolul locului incheierii contractului - sa distinga particularitatile diferitelor forme ale contractelor - sa prezinte continutul principalelor clauze contractuale - sa argumenteze importanta clauzelor specifice contractelor comerciale internationale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr de ore	Observații
1. Noțiuni generale privind dreptului comerțului internațional 1.1 Definirea dreptului comerțului internațional 1.2. Obiectul dreptului comerțului internațional	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
1. Noțiuni generale privind dreptului comerțului internațional 1.3. Norme aplicabile în dreptul comerțului internațional 1.4. Izvoarele dreptului comerțului internațional	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
1. Noțiuni generale privind dreptului comerțului internațional 1.5. Reguli și uzanțe uniforme în vânzarea internațională – INCOTERMS 2010 versus INCOTERMS 2000	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
2. Subiectele dreptului comerțului internațional 2.1. Subiectele de naționalitate română ale dreptului comerțului internațional 2.2. Societățile transnaționale	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
2. Subiectele dreptului comerțului internațional 2.3. Activitatea comercială a persoanelor juridice străine în România 2.4. Societățile europene	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
3. Clasificarea și condițiile de validitate ale contractelor comerciale internaționale 3.1. Clasificarea contractelor comerciale internaționale 3.2. Particularități privind condițiile de validitate ale contractelor comerciale	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
4. Încheierea contractelor comerciale internaționale 4.1. Operațiuni precontractuale. Locul negocierii în procesul de încheiere a contractului	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
4. Încheierea contractelor comerciale internaționale 4.1. Oferta și acceptarea 4.2. Momentul și locul încheierii contractului 4.3. Forma contractului	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
5. Conținutul contractelor comerciale internaționale	Curs interactiv pe bază de	2	

5.1. Clauze generale în contractele comerciale internaționale	slide-uri		
5. Conținutul contractelor comerciale internaționale 5.2. Clauze specifice în contractele comerciale internaționale	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
5. Conținutul contractelor comerciale internaționale 5.3. Determinarea conținutului contractelor pe bază de clauze prestabilite	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
6. Efectele contractelor comerciale internaționale 6.1. Executarea în natură voluntară a obligațiilor din contractele comerciale 6. Efectele contractelor comerciale internaționale 6.2. Efectele specifice contractelor comerciale internaționale	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
6. Efectele contractelor comerciale internaționale 6.3. Neexecutarea obligațiilor din contractele comerciale internaționale	Curs interactiv pe bază de slide-uri	2	
Recapitulare	Discuții libere	2	
Bibliografie Sitaru Dragoș Alexandru - Dreptul comerțului internațional, Tratat - partea generală, Ed. Universul Juriduc, București 2008 Macovei Ioan - Dreptul comerțului internațional, curs universitar, Ed. C.H. Beck, București 2006 Goode Roy - Transnational Commercial Law, Oxford University Press, London 2007 Kronke Herbert McKendrick Ewan Bărbulescu Oana - Dreptul comerțului internațional, Ed. Universității Transilvania din Brașov, 2011			
8.2 Seminar/ laborator/ proiect	Metode de predare-învățare	Număr de ore	Observații
Izvoarele dreptului comercial internațional	Referate	1	
Izvoarele dreptului comercial internațional	Referate	1	
Subiectele dreptului comercial internațional	Referate	1	
Subiectele dreptului comercial internațional	Referate	1	
Negocierea contractelor externe	Aplicatii	1	
Negocierea contractelor externe	Aplicatii	1	
Incheierea contractelor internaționale	Referate	1	
Incheierea contractelor internaționale	Referate	1	
Continutul contractelor	Aplicatii	1	
Continutul contractelor	Aplicatii	1	
Efectele contractelor comerciale internaționale	Referate	1	
Efectele contractelor comerciale internaționale	Referate	1	
Recapitulare	Discuții libere	1	
Recapitulare	Discuții libere	1	
Bibliografie Sitaru Dragoș Alexandru - Dreptul comerțului internațional, Tratat - partea generală, Ed. Universul Juriduc, București 2008 Macovei Ioan - Dreptul comerțului internațional, curs universitar, Ed. C.H. Beck, București 2006 Goode Roy - Transnational Commercial Law, Oxford University Press, London 2007 Kronke Herbert McKendrick Ewan Bărbulescu Oana - Dreptul comerțului internațional, Ed. Universității Transilvania din Brașov, 2011			

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

Pregătirea viitorilor specialiști în comerțul exterior în concordanță cu normele în vigoare.
--

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen	Scris	90%

10.5 Seminar/ laborator/ proiect	Prezentare referate	Oral	5%
	Teste	Scris	5%
10.6 Standard minim de performanță			
Prezentarea cel puțin a unui referat și obținerea notei 5 la examen.			

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 23/09/2024 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de 23/09/2024

Prof. dr. Gabriel Brătucu Decan	Prof.dr. Cristinel Constantin Director de departament
Prof. dr. Oana Barbulescu Titular de curs	Prof. dr. Oana Barbulescu Titular de seminar/ laborator/ proiect

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: DF (disciplină fundamentală)/ DD (disciplină din domeniu)/ DS (disciplină de specialitate)/ DC (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; DAP (disciplină de aprofundare)/ DSI (disciplină de sinteză)/ DCA (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: DI (disciplină obligatorie)/ DO (disciplină opțională)/ DFac (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 – 30 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).