

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați       |
| 1.2 Facultatea                        | Economie și Administrarea Afacerilor            |
| 1.3 Departamentul                     | Economie  |
| 1.4 Domeniul de studii                | Administrarea afacerilor                        |
| 1.5 Ciclul de studii                  | Licență   |
| 1.6 Programul de studii               | Administrarea afacerilor în alimentația publică |

### 2. Date despre disciplină

|  |                           |               |           |                       |          |
|--|---------------------------|---------------|-----------|-----------------------|----------|
| 2.1 Denumirea disciplinei              | <b>TEHNICI COMERCIALE</b> |               |           |                       |          |
| 2.2 Titularul activităților de curs    |                           |               |           |                       |          |
| 2.3 Titularul activităților de seminar |                           |               |           |                       |          |
| 2.4 Anul de studiu                     | <b>II</b>                 | 2.5 Semestrul | <b>II</b> | 2.6 Tipul de evaluare | <b>V</b> |
| 2.7 Regimul disciplinei                | <b>Ob</b>                 |               |           |                       |          |

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

|  |            |                    |           |                       |           |
|--|------------|--------------------|-----------|-----------------------|-----------|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână  | <b>4</b>   | din care: 3.2 curs | <b>2</b>  | 3.3 seminar/laborator | <b>2</b>  |
| 3.4 Total ore din planul de învățământ   | <b>44</b>  | din care: 3.5 curs | <b>22</b> | 3.6 seminar/laborator | <b>22</b> |
| 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 seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                          |            |                    |           |                       | 13        |
| Tutoriat   |            |                    |           |                       | 6         |
| Examinări  |            |                    |           |                       | 2         |
| Alte activități.....   |            |                    |           |                       |           |
| <b>3.7 Total ore studiu individual</b>   | <b>81</b>  |                    |           |                       |           |
| <b>3.8 Total ore pe semestru</b>   | <b>125</b> |                    |           |                       |           |
| <b>3.9 Numărul de credite</b>  | <b>5</b>   |                    |           |                       |           |

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

|                   |   |
|-------------------|---|
| 4.1 de curriculum | <ul style="list-style-type: none"> <li>Economie</li> </ul>  |
| 4.2 de competențe | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea noțiunilor de bază utilizate în comerț și servii;</li> <li>Stăpânirea limbajului specific domeniului comercial.</li> </ul> |

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

|   |  |
|---|--|
| 5.1. de desfășurare a cursului                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Prezența obligatorie la curs și seminar.</li> <li>Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs și seminar/laborator.</li> </ul>   |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului | <ul style="list-style-type: none"> <li>Termenul predării lucrării de seminar este stabilit de titular de comun acord cu studenții. Nu se acceptă cererile de amânare decât pe motive obiectiv întemeiate.</li> </ul> |



## 6. Competențele specifice acumulate

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Competențe profesionale</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demararea, organizarea, conducerea și coordonarea proceselor specifice din alimentația publică;</li> <li>• Planificarea fluxurilor, proceselor și sistemelor tehnice, economice, financiare și socio-culturale în unitățile de alimentație publică; controlul și evaluarea acestor activități;</li> <li>• Gestionarea sistemelor de informații: aplicații software - operare și customizare, bazate pe indicatori specifici domeniului;</li> <li>• Comercializarea produselor/serviciilor;</li> <li>• Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii;</li> <li>• Competențe privind planificarea strategică, managementul resurselor umane, tehnici de conducere, metode de producție, gestiunea unor portofolii financiare;</li> <li>• Capacitatea de a exercita valorile gândirii critice și creative în procesul de adoptare a deciziilor în situații complexe, de a gestiona optim arhitectura partenerială și de a practica managementul proceselor;</li> <li>• Organizarea deșeurilor în vederea reciclării;</li> <li>• Aplicarea măsurilor pentru protecția mediului și utilizarea energiilor regenerabile;</li> <li>• Utilizarea produselor bio</li> </ul> |
| <b>Competențe transversale</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea, în mod responsabil, a principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în realizarea sarcinilor profesionale și identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, a etapelor de lucru, a duratelor de execuție, a termenelor de realizare și a riscurilor aferente;</li> <li>• Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficiente în cadrul echipei;</li> <li>• Identificarea oportunităților de formare continuă și utilizarea eficientă, pentru propria dezvoltare, a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională;</li> <li>• Competențe digitale</li> </ul>  |

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

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplină fundamentală care oferă studenților economiști cunoștințele și informațiile necesare înțelegerii și aprofundării fenomenelor și proceselor comerciale care stau la baza formării lor profesionale inițiale.</li> </ul>   |
| 7.2 Obiectivele specifice             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor de bază utilizate în domeniul comercial și cel al alimentației publice;</li> <li>• Înțelegerea și însușirea limbajului specific comercial;</li> <li>• Învățarea deprinderilor de utilizare a metodelor și tehnicilor de studiu a fenomenelor comerciale.</li> </ul> |

## 8. Conținuturi

| 8. 1 Curs   | Metode de predare | Observații |
|---|-------------------|------------|
| Concepte moderne privind activitățile comerciale      | Prelegere         | 2          |
| Posibilități de organizare a activității comerciale   | Prelegere         | 4          |
| Tendențe strategice actuale în activitatea comercială | Prelegere         | 2          |
| Politici comerciale noi în comerțul cu amănuntul      | Prelegere         | 2          |
| Sisteme de organizare a aparatului comercial          | Prelegere         | 4          |
| Sfera relațiilor comerciale                           | Prelegere         | 2          |
| Distribuția mărfurilor                                | Prelegere         | 2          |
| Comerțul electronic                                   | Prelegere         | 2          |
| Retailing și merchandising în „economia distribuției” | Prelegere         | 2          |



| Bibliografie  |                           |            |
|---|---------------------------|------------|
| 1. Florescu C., <b>Cererea de mărfuri a populației</b> , Editura Științifică, București, 1967.  |                           |            |
| 2. Fota C., <b>Politici comerciale</b> , Editura Arta Grafică, București, 1993.   |                           |            |
| 3. Buturoiu G., <b>Tehnici de vânzări</b> , Editura ALL, București, 1998.   |                           |            |
| 4. Munteanu V.A., <b>Marketing</b> , vol. II, Editura Fundației Chemarea, Iași, 1997.   |                           |            |
| 5. Pekar V., Smadici C., <b>Marketing – modelarea matematică a fenomenelor de piață</b> , Editura Universității „Al. I. Cuza” Iași, 1995. |                           |            |
| 6. Buletin Economia Legislativ, <b>Marketingul agenților economici</b> , nr. 8/1994, Editura Tribuna Economică, București.                |                           |            |
| 7. Adăscăliței V., <b>Tehnici comerciale moderne – marketingul spațiilor de vânzare</b> , Editura Uranus, București, 2006.                |                           |            |
| 8. Costea C., <b>Afaceri comerciale – abordări moderne</b> , Editura All Beck, București, 2005.   |                           |            |
| 9. Mouton D, Paris G, <b>Practica merchandisingului</b> , Editura Polirom, București, 2009.   |                           |            |
| 8. 2 Seminar/laborator  | Metode de predare         | Observații |
| Tipologia activității comerciale cu amănuntul   | studii de caz             | 2          |
| Strategii de comercializare în sectorul detailist   | studii de caz             | 4          |
| Analiza sistemelor de organizare a aparatului comercial   | referate                  | 2          |
| Relațiile comerțului cu consumatorii  | referate                  | 2          |
| Alternative în alegerea sistemelor de distribuție   | studii de caz             | 2          |
| Impactul comerțului electronic asupra afacerilor comerciale   | referate                  | 2          |
| Economia digitală   | analize statistice        | 2          |
| Retailing și merchandising  | studii de caz             | 4          |
| Probleme specifice „economiei distribuției”   | referate și studii de caz | 2          |
| Bibliografie  |                           |            |
| 1. Adăscăliței V., <b>Tehnici comerciale moderne – marketingul spațiilor de vânzare</b> , Editura Uranus, București, 2006.                |                           |            |
| 2. Costea C., <b>Afaceri comerciale – abordări moderne</b> , Editura All Beck, București, 2005.   |                           |            |
| 3. Mouton D, Paris G, <b>Practica merchandisingului</b> , Editura Polirom, București, 2009.   |                           |            |
| 4. Buturoiu G., <b>Tehnici de vânzări</b> , Editura ALL, București, 1998.   |                           |            |

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

- Nu este cazul

**10. Evaluare**

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare  | 10.3 Pondere din nota finală |
|----------------|---------------------------|--|------------------------------|
| 10.4 Curs      | Răspunsurile la examen    | Examen scris, accesul la examen fiind condiționat de prezentarea la penultimul seminar/laborator a portofoliului de lucrări. | 70%                          |



|  |   |  |     |
|--|---|--|-----|
| 10.5 Seminar/laborator   | Capacitatea de a explica și utiliza corect tehnici și modele comerciale | Activități gen: referate, proiecte, studii de caz. | 30% |
| 10.6 Standard minim de performanță   |   |  |     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoașterea noțiunilor de bază utilizate în domeniul comercial;</li><li>• Stăpânirea limbajului specific activităților comerciale și de alimentație publică.</li></ul> |   |  |     |

