

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2021-2022
Anul de studiu II / Semestrul I

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	de Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/ calificarea*	ECTS/242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice.
1.7. Forma de învățământ	ID

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comerț electronic		2.2. Cod disciplină	ECTS 218.3			
2.3. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Moisă Claudia Olimpia						
2.4. Titularul activității de seminar	Conf. univ. dr. Moisă Claudia Olimpia						
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	Op

3. Timpul total estimat

3.1. Număr ore pe săptămână– forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore pe semestru – forma ID	125	din care: 3.5. AI	97	3.6. AT + TC / AA / ST + SF / L / P	28
<i>Distribuția fondului de timp (se detaliază punctul 3.5. AI = 3.5.1+3.5.2.+3.5.3+3.5.4.+3.5.5+3.5.6.)</i>					97 ore
3.5.1 Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe– nr. ore AI					41
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
3.5.3 Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri (mai mare sau egal cu nr. total ore pentru teme de control din calendarul disciplinei)					20
Tutoriat [consiliere profesională]					2
Examinări					2
Alte activități [de ex., comunicare bidirecțională cu titularul de disciplină / tutorele]					2
3.7. Total ore studiu individual					97
3.8. Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<i>Discipline de parcurs din semestrele anterioare: Microeconomie, Macroeconomie, Economia serviciilor</i>
4.2. de competențe	C2 Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de

	concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului comercial C5 Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu
--	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- pentru susținerea cursului: metode didactice interactive, prezentări PPT, materiale informative - pentru studenți: suport de curs tipărit și în format editat - echipamente tehnice: laptop, videoproiector, Internet
5.2. de desfășurarea a seminarului/ laboratorului	- pentru desfășurarea seminarului: activități instructiv-educative moderne și diverse materiale informative - echipamente tehnice: laborator dotat cu laptopuri, videoproiector, rețea Internet - participarea la seminarii și încărcarea proiectelor/TC-urilor pe Platforma Moodle

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1 Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională</p> <p>C1.1 Definierea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor</p> <p>C2.1 Descrierea modalităților de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.</p> <p>C3.1 Definierea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora</p> <p>C4.1 Descrierea conceptelor și principiilor evidenței contabile aplicate în finanțarea activităților de comerț, turism, servicii, precum și a metodologiei și indicatorilor de fundamentare a alocării resurselor</p> <p>C5.1 Definierea adecvată a conceptelor și principiilor specifice managementului calității aplicat serviciilor</p> <p>C6.1 Identificarea adecvată a conceptelor legate de planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activității resurselor umane în contextul specificității pieței muncii din domeniul administrării afacerilor</p> <p>C4 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii</p> <p>C1.4 Culegerea și prelucrarea de date din surse documentare alternative și din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii</p> <p>C2.4 Analiza critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici domeniului comerț, turism și servicii</p> <p>C3.4 Fundamentarea de studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență</p> <p>C4.4 Fundamentarea necesarului de resurse materiale și financiare în raport cu cerințele volumului și eficienței organizațiilor de comerț, turism, servicii</p> <p>C5.4 Evaluarea și particularizarea metodelor și modelelor de asigurare a calității la specificul organizațiilor de comerț, turism și servicii</p> <p>C6.4 Estimarea necesarului de resurse umane în raport cu cerințele de volum și eficiență a organizației</p>
Competențe transversale	-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea capacității studentului de a construi și utiliza corect și eficient noțiunile referitoare la principalele aspecte specifice activității de comerț electronic.
7.2 Obiectivele specifice	<p>Obiective specifice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Înțelegerea tipologiei distribuției și structurii circuitelor acestuia; - Cunoașterea conținutului și a caracteristicilor comerțului electronic;

	<ul style="list-style-type: none"> - Deslușirea multiplelor aspecte pe care le ridică ansamblul proceselor ce dau profilul magazinului virtual; - Cunoașterea și înțelegerea diferitelor forme de comerț electronic; - Determinarea conținutului și tipologiei serviciilor comerciale; - Cunoașterea aspectelor legate de principalele operațiuni specifice activității de comerț electronic.
--	---

8. Conținuturi

8.1 AI	Metode de predare	Observații
M 1 Comerțul: aspecte conceptuale, conținut, caracteristici, sisteme de organizare	Utilizare manual ID, utilizare platforma, corespondenta, discuții, argumentări și exemplificări	15% AI
M 2 Distribuția mărfurilor; Comerțul cu ridicata și comerțul cu amănuntul; Serviciile comerciale;	Utilizare manual ID, utilizare platforma, corespondenta, discuții, argumentări și exemplificări	20% AI
M 3 Comerțul electronic 3. 1 Concept, evoluție, caracteristici 3. 2 Factorii implicați în comerțul electronic; 3. 3 Avantajele și dezavantajele comerțului electronic;	Utilizare manual ID, utilizare platforma, corespondenta, discuții, argumentări și exemplificări	40% AI
M 4 Infrastructura specifică comerțului electronic;	Utilizare manual ID, utilizare platforma, corespondenta, discuții, argumentări și exemplificări	15% AI
M.5 Instrumente și modalități de plată în domeniul comerțului electronic	Utilizare manual ID, utilizare platforma, corespondenta, discuții, argumentări și exemplificări	10% AI
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Blythe, J. Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, București, 2005; 2. Grozea C., Elemente de tehnologie comercială, Editura Muntenia, Constanța, 2006; 3. Hainalka, K., Comerț electronic. Suport de curs electronic, 2014; 4. Hammond, R., Smart Retail, Ed. ALL, București, 2007; 5. Holcombe, C. (editor), Ghid avansat de comerț electronic, Editura Fundației pentru Studii Europene (EFES), Cluj-Napoca, 2012; 6. Kovács, L.A., Comerț Electronic, Presa Universitară Clujeană, 2002; 7. Mocean, I., Lăcurezeanu, R., Comerț electronic, Ed. Risoprint, 2003; 8. Moisă C., Maican S., Bazele comerțului, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015; 9. Moisă C., Managementul operațiunilor de comerț internațional, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2018; 10. Mouton, D., Paris, G., Practica Merchandisingului, Editura Polirom, București, 2009 11. Patriche D., Stremțan. F., Dicționar de management comercial, Editura Presa Universitară, București 2009. 12. Pop Coșuț, I., (coord), Tehnologie, organizare și amenajare în comerț, Editura Universității din Oradea, 2010; 13. Vasilache, D., Plăți electronice. O introducere, Ed. Rosetti, 2004; 		
8.2 AT [temele dezbătute în cadrul tutorialelor, conform calendarului disciplinei]	Metode de predare-învățare	Observații
AT1 M 1. COMERȚUL: ASPECTE CONCEPTUALE, CONȚINUT, CARACTERISTICI, SISTEME DE ORGANIZARE M 2. DISTRIBUȚIA MĂRFURILOR; COMERȚUL CU RIDICATA ȘI COMERȚUL CU AMĂNUNTUL; SERVICIILE COMERCIALE; M 3 COMERȚUL ELECTRONIC	Conversație, exemplificări, teme de control	4 ore
AT 2 M 4 INFRASTRUCTURA SPECIFICĂ COMERȚULUI ELECTRONIC;	Discuții, exemple, teme de control/activități propuse	4 ore

M.5 INSTRUMENTE ȘI MODALITĂȚI DE PLATĂ ÎN DOMENIUL COMERȚULUI ELECTRONIC		
Bibliografie 1. Blythe, J. Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, București, 2005; 2. Grozea C., Elemente de tehnologie comercială, Editura Muntenia, Constanța, 2006; 3. Hainalka, K., Comerț electronic. Suport de curs electronic, 2014; 4. Hammond, R., Smart Retail, Ed. ALL, București, 2007; 5. Holcombe, C. (editor), Ghid avansat de comerț electronic, Editura Fundației pentru Studii Europene (EFES), Cluj-Napoca, 2012; 6. Kovács, L.A., Comerț Electronic, Presa Universitară Clujeană, 2002; 7. Mocean, I., Lăcurezeanu, R., Comerț electronic, Ed. Risoprint, 2003; 8. Moisă C., Maican S., Bazele comerțului, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015; 9. Moisă C., Managementul operațiunilor de comerț internațional, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2018; 10. Mouton, D., Paris, G., Practica Merchandisingului, Editura Polirom, București, 2009 11. Patriche D., Stremțan. F., Dicționar de management comercial, Editura Presa Universitară, București 2009. 12. Pop Coțuț, I., (coord), Tehnologie, organizare și amenajare în comerț, Editura Universității din Oradea, 2010; 13. Vasilache, D., Plăți electronice. O introducere, Ed. Rosetti, 2004;		
8.3. TC [temele de control, conform calendarului disciplinei]	Metode de transmitere a informației	Observații
TC 1,2 Activități aferente Modulului 1. Comerțul: aspecte conceptuale, conținut, caracteristici, sisteme de organizare	Încărcarea temelor de control pe platforma Moodle	2 ore studiu individual
TC 3,4,5 Activități aferente Modulului 2. Distribuția mărfurilor; Comerțul cu ridicata și comerțul cu amănuntul; Serviciile comerciale;	Încărcarea temelor de control pe platforma Moodle	4 ore studiu individual
TC 6,7,8 Activități aferente Modulului 3. Comerțul electronic	Încărcarea temelor de control pe platforma Moodle	4 ore studiu individual
TC 9,10, Activități aferente Modulului 4. Infrastructura specifică comerțului electronic;	Încărcarea temelor de control pe platforma Moodle	4 ore studiu individual
TC 11,12 Activități aferente Modulului 5. Instrumente și modalități de plată în domeniul comerțului electronic	Încărcarea temelor de control pe platforma Moodle	2 ore studiu individual
Referatul cu titlul Prezentarea unei companii românești care derulează activitate de comerț electronic	Încărcarea referatului pe platforma Moodle	4 ore studiu individual
Bibliografie 1. Blythe, J. Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, București, 2005; 2. Grozea C., Elemente de tehnologie comercială, Editura Muntenia, Constanța, 2006; 3. Hainalka, K., Comerț electronic. Suport de curs electronic, 2014; 4. Hammond, R., Smart Retail, Ed. ALL, București, 2007; 5. Holcombe, C. (editor), Ghid avansat de comerț electronic, Editura Fundației pentru Studii Europene (EFES), Cluj-Napoca, 2012; 6. Kovács, L.A., Comerț Electronic, Presa Universitară Clujeană, 2002; 7. Mocean, I., Lăcurezeanu, R., Comerț electronic, Ed. Risoprint, 2003; 8. Moisă C., Maican S., Bazele comerțului, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015; 9. Moisă C., Managementul operațiunilor de comerț internațional, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2018; 10. Mouton, D., Paris, G., Practica Merchandisingului, Editura Polirom, București, 2009 11. Patriche D., Stremțan. F., Dicționar de management comercial, Editura Presa Universitară, București 2009. 12. Pop Coțuț, I., (coord), Tehnologie, organizare și amenajare în comerț, Editura Universității din Oradea,		

2010;

13. Vasilache, D., Plăți electronice. O introducere, Ed. Rosetti, 2004;

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate la cadrul legislativ actual și poate contribui la formarea de specialiști în domeniul comerțului, în general, al comerțului electronic, în special. Pentru studenții care continuă studiile la un program de master în domeniul comerțului disciplina poate constitui un punct de plecare pentru aprofundarea domeniului și elaborarea unor lucrări cu un nivel științific ridicat. Prin conținut, disciplina răspunde necesităților practice actuale ale angajatorilor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 AI (curs)	<i>Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen</i>	<i>Proba scrisă în cadrul examenului</i>	70%
10.5 TC / AA / ST / L / P	<i>- Conținutul științific al referatului</i>	<i>Verificarea pe parcurs a temelor de control din suportul de curs și a referatului</i>	20%
	<i>- Corectitudinea și completitudinea întocmirii TC-urilor încărcate pe platforma Moodle</i>		10%
10.6 Standard minim de performanță:			
Demonstrarea competențelor în: - cunoașterea, înțelegerea conceptelor și teoriilor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; - utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională - utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii specifice domeniului comercial Să aibă complet portofoliul de teme de control și referatul încărcate pe platforma Moodle Îndeplinirea standardului minim de performanță : obținerea notei minime 5			

Coordonator de disciplină
Conf.univ.dr. Claudia MOISĂ

Tutore de disciplină
Conf.univ.dr. Claudia MOISĂ

Data
03.09.2021

Responsabil specializare ECTS ID,
Lect.univ.dr. Dârja Mălina