

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2021/2022**  
**Anul de studiu III/ Semestrul II**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea "1 Decembrie 1918" din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor 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		<b>Management comercial</b>				Codul disciplinei	<b>ECTS 326.2</b>	
2.2. Titularul activităților de curs				Lect.univ.dr. Dârja Mălina				
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect				Lect.univ.dr. Dârja Mălina				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DF
							Obligativitate	Opțională DOp

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore pe semestru – forma ID /	75	din care: 3.5. AI	47	3.6. AT + TC / AA / ST + SF / L / P	28
<b>3.5. 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.)</b>					<b>ore</b>
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe – nr. ore AI					20
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					7
3.5.4. Tutoriat					2
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități [comunicare bidirecțională cu titularul de disciplină / tutorele]					2
<b>3.7. Total ore studiu individual</b>					47
<b>3.8. Total ore pe semestru</b>					75
<b>3.9. Numărul de credite</b>					3

**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	- materiale informative - echipamente tehnice: laptop, videoproiector

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională
Competențe transversale	-

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea capacității studentului de a utiliza concetele specifice de management comercial în practica economică	Dezvoltarea capacității studentului de a utiliza concetele specifice de merchandising în practica economică
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- asigurarea unui volum minim de cunoștințe studenților în domeniul managementului comercial; formarea gândirii de management comercial; însușirea sistemelor, metodelor și tehnicilor specifice managemntului comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- asigurarea unui volum minim de cunoștințe studenților în domeniul merchandisingului: spațiul de vânzări, oferta de produse, comunicarea la locul de vânzare ;</li> <li>- formarea gândirii de marketing;</li> <li>- însușirea sistemelor, metodelor și tehnicilor specifice merchandisingului.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. AI [capitolele din cursul în tehnologie ID]	Metode de predare	Observații
1. MANAGEMENTUL ȘI CONDUCEREA MODERNĂ. Conceptul de management. Funcțiile managementului. Managerii. Atribuții și rol. Managementul strategic al firmei . Funcțiunile firmei și interdependențele între ele	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	25 % AI
2. MANAGEMENTUL UNITĂȚILOR DE COMERȚ – COMPONENTĂ A MANAGEMENTULUI SERVICIILOR. Conținutul, obiectivele și factorii de influență a managementului unităților de comerț. Funcțiile și principiile managementului activității unităților de comerț. Particularitățile sistemelor economice din activitatea de comerț. Elementele de bază ale sistemelor economice din activitatea de comerț	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	25 % AI
3. MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚILOR DE BAZĂ ÎN UNITĂȚILE DE COMERȚ. Managementul activităților de bază din unitățile de comerț cu amănuntul (Structura activităților din unitățile de comerț cu amănuntul și fundamentarea programelor de activitate; Elaborarea și fundamentarea programelor privind vânzarea mărfurilor cu amănuntul; Stabilirea sortimentului de mărfuri; Managementul activității de aprovizionare cu mărfuri a unităților de comerț cu amănuntul; Managementul magazinului pentru vânzarea cu amănuntul; Managementul desfacerii sau vânzării mărfurilor cu amănuntul). Managementul activităților de bază în unitățile de comerț cu ridicata (Structura activităților din unitățile de comerț cu ridicata; Elaborarea și fundamentarea programelor privind vânzarea mărfurilor cu ridicata; Managementul activității de achiziționare a mărfurilor la furnizori, Managementul activităților de primire, păstrare și livrare a mărfurilor; Managementul sau organizarea depozitelor de mărfuri din comerțul cu ridicata)	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	25 % AI
4. MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚILOR AUXILIARE ÎN UNITĂȚILE DE COMERȚ. Managementul activităților de producție. Managementul activităților de întreținere și reparații a utilajelor și instalațiilor.	Studiu individual după cursul ID și alte materiale bibliografice recomandate	25 % AI
<b>Bibliografie</b> Dârja Mălina, Management comercial , suport de curs ID (disponibil și pe platforma Moodle) A. Hinescu, M. I. Achim, C. Moisa, M. Cordoș, Managementul unităților de comerț, turism și servicii, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” Alba Iulia, 2006		

<p>A. Hinescu, N. Fleșer, Management în comerț, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005  R. Emilian, Managementul serviciilor, Editura Expert, București, 2000  R. Emilian, G. Țigu, Managementul operațiunilor în întreprinderile de serviciu, Editura ASE, București, 2003  Ghe. Bășanu, M.Pricop, Managementul aprovizionării și desfacerii, Ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2004  D. Patriche, Economie comercială, Editura Economică, București, 2002  O. Nicolescu, Strategii manageriale de firmă, Editura Economică, București 1998  O.Nicolescu, G. Căprărescu, Fundamentele managementului organizației, Editura Economică, București, 1999  O. Nicolescu, I.Verboncu, Management, Editura Economică, București, 2003  T. Zorlențan, E.Burduș, G. Căprărescu, Managementul organizației, Editura Economică, București, 1998</p>		
<b>8.2. AT</b> [temele dezbătute în cadrul tutorialilor, conform calendarului disciplinei]	Metode de predare-învățare	Observații
<p><b>AT1.</b>  <b>MANAGEMENTUL ȘI CONDUCEREA MODERNĂ.</b> Conceptul de management. Funcțiile managementului. Managerii. Atribuții și rol. Managementul strategic al firmei . Funcțiunile firmei și interdependențele între ele  <b>MANAGEMENTUL UNITĂȚILOR DE COMERȚ – COMPONENTĂ A MANAGEMENTULUI SERVICIILOR.</b> Conținutul, obiectivele și factorii de influență a managementului unităților de comerț. Funcțiile și principiile managementului activității unităților de comerț. Particularitățile sistemelor economice din activitatea de comerț. Elementele de bază ale sistemelor economice din activitatea de comerț</p>	Discuții, exemple, teme de control/activități propuse	4 ore la întâlnirile tutoriale
<p><b>AT2.</b>  <b>MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚILOR DE BAZĂ ÎN UNITĂȚILE DE COMERȚ.</b> Managementul activităților de bază din unitățile de comerț cu amănuntul (Structura activităților din unitățile de comerț cu amănuntul și fundamentarea programelor de activitate; Elaborarea și fundamentarea programelor privind vânzarea mărfurilor cu amănuntul; Stabilirea sortimentului de mărfuri; Managementul activității de aprovizionare cu mărfuri a unităților de comerț cu amănuntul; Managementul magazinului pentru vânzarea cu amănuntul; Managementul desfacerii sau vânzării mărfurilor cu amănuntul). Managementul activităților de bază în unitățile de comerț cu ridicata (Structura activităților din unitățile de comerț cu ridicata; Elaborarea și fundamentarea programelor privind vânzarea mărfurilor cu ridicata; Managementul activității de achiziționare a mărfurilor la furnizori, Managementul activităților de primire, păstrare și livrare a mărfurilor; Managementul sau organizarea depozitelor de mărfuri din comerțul cu ridicata)  <b>4. MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚILOR AUXILIARE ÎN UNITĂȚILE DE COMERȚ.</b> Managementul activităților de producție. Managementul activităților de întreținere și reparații a utilajelor și instalațiilor.</p>	Discuții, exemple, teme de control/activități propuse	4 ore la întâlnirile tutoriale
<p><b>Bibliografie</b>  Dârja Mălina, Management comercial , suport de curs ID (disponibil și pe platforma Moodle)  A. Hinescu, M. I. Achim, C. Moisă, M. Cordoș, Managementul unităților de comerț, turism și servicii, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” Alba Iulia, 2006  A. Hinescu, N. Fleșer, Management în comerț, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005  R. Emilian, Managementul serviciilor, Editura Expert, București, 2000  R. Emilian, G. Țigu, Managementul operațiunilor în întreprinderile de serviciu, Editura ASE, București, 2003  Ghe. Bășanu, M.Pricop, Managementul aprovizionării și desfacerii, Ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2004  D. Patriche, Economie comercială, Editura Economică, București, 2002  O. Nicolescu, Strategii manageriale de firmă, Editura Economică, București 1998  O.Nicolescu, G. Căprărescu, Fundamentele managementului organizației, Editura Economică, București, 1999  O. Nicolescu, I.Verboncu, Management, Editura Economică, București, 2003  T. Zorlențan, E.Burduș, G. Căprărescu, Managementul organizației, Editura Economică, București, 1998</p>		
<b>8.3. TC</b> [temele de control, conform calendarului disciplinei]	Metode de transmitere a informației	Observații
<b>TC1. Teme de control aferente Modulului 1</b>	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore studiu individual

<b>TC2. Teme de control aferente Modulului 2</b>	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore studiu individual
<b>TC 3. Teme de control aferente Modulului 3</b>	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore studiu individual
<b>TC 4. Teme de control aferente Modulului 4</b>	Încărcarea temelor de control/activităților pe platforma Moodle	5 ore studiu individual
<b>Bibliografie</b> Dârja Mălina, Management comercial , suport de curs ID (disponibil și pe platforma Moodle) A. Hinescu, M. I. Achim, C. Moisă, M. Cordoș, Managementul unităților de comerț, turism și servicii, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” Alba Iulia, 2006 A. Hinescu, N. Fleșer, Management în comerț, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005 R. Emilian, Managementul serviciilor, Editura Expert, București, 2000 R. Emilian, G. Țigu, Managementul operațiunilor în întreprinderile de serviciu, Editura ASE, București, 2003 Ghe. Bășanu, M.Pricop, Managementul aprovizionării și desfacerii, Ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2004 D. Patriche, Economie comercială, Editura Economică, București, 2002 O. Nicolescu, Strategii manageriale de firmă, Editura Economică, București 1998 O.Nicolescu, G. Căprărescu, Fundamentele managementului organizației, Editura Economică, București, 1999 O. Nicolescu, I.Verboncu, Management, Editura Economică, București, 2003 T. Zorlențan, E.Burduș, G. Căprărescu, Managementul organizației, Editura Economică, București, 1998		
<b>8.4. AA / L / P</b>	Metode de predare-învățare	Observații
-	-	-

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

Conținutul prezentei fișe și implicit al cursului este rezultatul consultării informațiilor legate de cerințele mediului de afaceri, cerințe despre care am luat la cunoștință din întâlnirile cu reprezentanții mediului de afaceri în cadrul comisiilor CEAC pentru programele de studiu ale Facultății de Științe Economice.  
Caracterul pragmatic al disciplinei, rezultat din operaționalizarea principalelor activități specifice organizațiilor este în acord cu cerințele comunității economice contemporane.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
<b>10.4. AI (curs)</b>	- evaluarea cunoștințelor acumulate	Examen - grilă	70%
<b>10.5. TC / AA / ST / L / P</b>	- corectitudinea temelor încărcate pe platforma Moodle	Teme de control din suportul de curs	30%
<b>10.6. Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- să aibă complet portofoliul de teme de control/activități încărcate pe platforma Moodle</li> <li>- să definească principalii termeni utilizați în managementul strategic</li> <li>- să identifice și să descrie principalele componente ale strategiei</li> <li>- să identifice și să descrie corect principalele etape în elaborarea strategiei unei organizații</li> <li>- să definească principalele tipuri de strategii utilizate de către o organizație - să știe și să explice importanța utilizării managementului de către organizații</li> </ul>			

Coordonator de disciplină  
Lect.univ.dr. Dârja Mălina

Tutore de disciplină  
Lect.univ.dr. Dârja Mălina

Data  
03.09.2021

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