

**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”
1.2. Facultatea	de 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>Servicii internaționale</b>		Codul disciplinei	<b>ECTS 327.1</b>				
2.2. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Gavrilă-Paven Ionela							
2.3. Titularul activității de seminar	Conf. univ. dr. Gavrilă-Paven Ionela							
2.4. Anul de studiu	<b>III</b>	2.5. Semestrul	<b>II</b>	2.6. Tipul de evaluare	<b>C</b>	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DF
							Obligativitate	Obligatorie/ opțională <b>OP</b>

**3. Timpul total estimat**

3.1. Număr ore pe săptămână – forma cu frecvență	3	din care: 3.2. curs	<b>2</b>	3.3. seminar/laborator	<b>1</b>
3.4. Total ore din planul de învățământ	100	din care: 3.5. AI	<b>86</b>	3.6. AT+TC/AA/ST+SF/L/P	<b>14</b>
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>ore</b>
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					26
3.5.3. Pregătire seminare/laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					28
3.5.4. Tutoriat					2
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități .....					

3.7 Total ore studiu individual	86
3.8 Total ore pe semestru	100
3.9 Numărul de credite	4

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

4.1. de curriculum	<i>Marketingul serviciilor, Marketing, Logistica mărfurilor</i>
4.2. de competențe	<i>Aplicarea noțiunilor de bază din marketing</i>

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

5.1. de desfășurare a cursului	<i>Sala dotată cu videoproiector/tabla.</i>
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	<i>Sala dotată cu videoproiector/tabla.</i>

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<i>C1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională C2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului</i>
Competențe transversale	-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Studiul disciplinei le va furniza studenților cunoștințe și competențe din domeniul serviciilor internaționale care îi vor ajuta să poată lua decizii viabile în diferite situații, referitoare modalitatea de comercializare a serviciilor în context internațional.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<i>Înțelegerea modului în care companiile își creează strategia de distribuție a serviciilor Familiarizarea studenților cu noțiunile de servicii internaționale Elaborarea unui unei strategii de comercializare a serviciilor având în vedere caracteristicile acestora</i>

#### 8. Conținuturi

8.1 AI	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive cu privire la servicii	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28 AI
2. Natura serviciilor în context internațional	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28 AI
3. Caracteristicile serviciilor	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28 AI
4. Strategia de distribuție a serviciilor	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28 AI
5. Logistica parte componentă a serviciilor internaționale	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28 AI
6. Strategia de promovare a serviciilor în context internațional	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz</i>	14,30 AI

	<i>Întrebări și teste de verificare</i>	
7. Provocări ale serviciilor în context internațional	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,30 AI
<p><b>Bibliografie</b></p> <p>1. Balaure V., (coord.) Marketing, Ed. Uranus, București, 2004</p> <p>2. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M., Marketingul serviciilor, Editura Uranus, București, 2006</p> <p>3. Denis L., Marketing des services, Editura Dunod, Paris, 2005</p> <p>4. Kotler Ph., Managementul marketingului, Ed. Teora, București, 2004</p> <p>5. Constangioara, Alexandru, Management Logistic, Edutura Universitatii din Oradea, Oradea, 2005;</p> <p>6. Bălan, Carmen, Logistică, Editura Uranus, București, 2006</p> <p>7. Pricop, Mihai, Sisteme moderne in managementul aprovizionarii, Tribuna economica, Bucuresti, 1999;</p>		
<b>8.2.AT</b>	<b>Metode de predare-învățare</b>	<b>Observații</b>
Noțiuni introductive cu privire la servicii Natura serviciilor în context internațional	<b>Studii de caz, exemple</b>	1 ora
Caracteristicile serviciilor Strategia de distribuție a serviciilor	<b>Studii de caz, exemple</b>	1 ora
Logistica parte componentă a serviciilor internaționale Strategia de promovare a serviciilor în context internațional	<b>Studii de caz, exemple</b>	1 ora
Provocări ale serviciilor în context internațional	<b>Studii de caz, exemple</b>	1 ora
<p><b>Bibliografie</b></p> <p>1. Balaure V., (coord.) Marketing, Ed. Uranus, București, 2004</p> <p>2. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M., Marketingul serviciilor, Editura Uranus, București, 2006</p> <p>3. Denis L., Marketing des services, Editura Dunod, Paris, 2005</p> <p>4. Kotler Ph., Managementul marketingului, Ed. Teora, București, 2004</p> <p>5. Constangioara, Alexandru, Management Logistic, Edutura Universitatii din Oradea, Oradea, 2005;</p> <p>6. Bălan, Carmen, Logistică, Editura Uranus, București, 2006</p> <p>7. Pricop, Mihai, Sisteme moderne in managementul aprovizionarii, Tribuna economica, Bucuresti, 1999;</p>		
<b>8.3. TC</b>	<b>Metode de transmitere a informației</b>	<b>Observații</b>
1. Noțiuni introductive cu privire la servicii – definirea serviciilor, diferența produs-serviciu 2. Natura serviciilor în context internațional - exerciții 3. Caracteristicile serviciilor - caracteristicile serviciilor ce decurg de la apartenența lor la sectorul serviciilor – studiu de caz 4. Strategia de distribuție a serviciilor – ce este strategia de distribuție, modalitatea de aplicare, tipuri de strategii- exerciții	Platforma Moodle	10 de ore

<p>5. Logistica parte componentă a serviciilor internaționale – logistica și procesul de distribuție a serviciilor, strategia logisticii - exerciții</p> <p>6. Strategia de promovare a serviciilor în context internațional - noțiunea de promovare, tipuri de strategii de distribuție aplicabile în sectorul serviciilor internaționale</p> <p>7. Provocări ale serviciilor în context internațional - materializarea serviciilor, adaptarea lor la contextul actual, schimbări în preferințele consumatorilor de servicii, studiu de caz, exercitii</p>		
---	--	--

#### **Bibliografie**

1. Balaure V., (coord.) Marketing, Ed. Uranus, București, 2004
2. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M., Marketingul serviciilor, Editura Uranus, București, 2006
3. Denis L., Marketing des services, Editura Dunod, Paris, 2005
4. Kotler Ph., Managementul marketingului, Ed. Teora, București, 2004
5. Constangioara, Alexandru, Management Logistic, Editura Universitatii din Oradea, Oradea, 2005;
6. Bălan, Carmen, Logistică, Editura Uranus, București, 2006
7. Pricop, Mihai, Sisteme moderne in managementul aprovizionarii, Tribuna economica, Bucuresti, 1999;

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

*Conform cerințelor impuse de piața muncii, cursul va oferi studenților posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a realiza o analiză a serviciilor în plan internațional. Studenții vor fi capabili să realizeze o strategie de distribuție și de adaptabilitate a serviciilor in context internațional*

#### **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>Evaluarea cunoștințelor acumulate</i>	<i>Examen scris</i>	70%
10.5 TC/AA/ST/L/P	<i>Evaluarea temelor încărcate pe Moodle</i>	<i>Teme de control încărcate pe Moodle</i>	30%

10.6 Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5

Promovarea examenului presupune obținerea la examenul final a notei minime 5 (cinci), la care se vor adăuga punctele corespunzătoare celorlalte activități punctate anterior.  
Documentarea științifică cu privire domeniul serviciilor internaționale, caracteristicile serviciilor, tipologia serviciilor.

Coordonator de disciplină  
Conf. univ. dr. Gavrilă-Paven Ionela

Tutore de disciplină  
Conf. univ. dr. Gavrilă-Paven Ionela

Data:  
03.09.2021

Resposabil de specializare ECTS ID,  
Lect. univ. dr. Dârja Mălina