

FIȘA DISCIPLINEI
Economie comercială
2017 – 2018

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / Economist
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei											
2.1	Denumirea disciplinei					Economie comercială					
2.2	Titular disciplina (coordonator disciplină)										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Total ore din planul de învăț.	44	3.2	Din care S.I.	22	3.3	SF / ST / L / P	22
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								44
din care:								
- Echivalent ore curs forma IF								22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								30
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								22
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.4	Total ore studiu individual	103						
3.5	Total ore pe semestru	125						
3.6	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de Economie, Economia întreprinderii, Antreprenariat în comerț, turism și servicii, Marketing, Fundamentarea științei mărfurilor – studiate în anul I sau în sem. 1 al anului II.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	► Materialul de studiu este realizat în tehnologie ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Comercializarea produselor / serviciilor – 2 PC C.3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii – 2 PC C.5. Asigurarea calității prestațiilor în comerț, turism și servicii – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceptului și a conținutului disciplinei „Economie Comercială”, precum și dezvoltarea abilităților și competențelor specifice utilizării a instrumentarului specific domeniului.
7.2. Obiectivele specifice	A. <u>Obiective cognitive</u> - Familiarizarea cursanților cu terminologia, precum și cu fenomenele și procesele economice specifice disciplinei Economie Comercială; - Dezvoltarea abilităților și competențelor specifice utilizării adecvate a instrumentarului specific domeniului „Economie Comercială”; - Dezvoltarea capacității de analiză și sinteză a fenomenelor și proceselor economice în ansamblu, analiza mediului de afaceri și mercantizarea optimă a spațiilor de vânzare. B. <u>Obiective procedurale</u> - Înțelegerea rolului comerțului în cadrul economiei naționale; - Înțelegerea și aplicarea principiilor economice privind adaptarea ofertei la particularitățile purtătorilor de cerere; - Optimizarea distribuției mărfurilor; - Localizarea și mercantizarea unui spațiu de vânzare; - Planificarea judicioasă, organizarea și controlul diferitelor operațiuni de comerț; - Eficientizarea tranzacțiilor comerciale. C. <u>Obiective atitudinale</u> 1. Respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț; 2. Cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț; 3. Evitarea anumitor erori în activitatea de comerț; 4. Urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor comerciale.

8. Conținuturi

8.1. Studiu individual echivalent ore curs de la forma I.F. (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Comerțul și tipul economică. Evoluția, locul și rolul comerțului în activitatea economică și socială.	2	• Utilizare facilități platformă e-learning (chat, forum) • E-mail • Consultații	Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată
U2	Cererea și oferta de mărfuri	2		
U3	Prețul, factor de echilibru între cerere și ofertă	4		
U4	Distribuția mărfurilor	2		
U5	Organizarea activității de depozitare. Atributele punctului de vânzare.	2		
U6	Tehnologia amenajării magazinului. Practica merchandisingului.	2		
U7	Promovarea comercială.	4		
U8	Contingența dintre forța de vânzare și activitatea comercială. Eficiența socială a activității comerciale. Responsabilitatea și etica corporativă.	4		

Bibliografie

1. Canton James - „Provocările viitorului”, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
3. Criveanu Ion - „Economia Comerțului”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
4. Drucker Peter - „Despre decizie și eficacitate”, Editura Meteor Press, București, 2007
5. Florian Gyula-Laszlo, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
6. Friedman Milton, Friedman Rose - „Libertatea de a alege. O declarație personală”, Ed. Publica, București, 2009
7. Meghișan Flaviu - „Comportamentul consumatorului”, Editura Universității din Pitești, 2010
8. Meghișan Flaviu - „Economie Comercială” - suport de curs în format IFR (suport electronic), 2017
9. Meghișan Flaviu - „Economie Comercială” Editura Universitaria Craiova, 2013
10. Meghișan Flaviu - „etică în afaceri”, Editura Sitech, Craiova, 2016
11. Meghișan Flaviu - „Strategii concurențiale de marketing”, Editura Universitaria, Craiova, 2007
12. Patriche Dumitru (coordonator) - „Economie comercială”, Editura Economică, București, 1998
13. Teleşpan Constantin - „Economia comerțului”, Editura Psihomedica, Sibiu, 2007

8.2. Seminar: Aplicații		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1.	Prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor de casă. Comerțul - obiect al științei economice, formă a schimbului în economie și ramură a economiei naționale	2	Exerciții de reflecție; dialogul; conversația euristică; dezbateri	În cadrul acestei lecții se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării Referatul, fișa didactică
2.	Influențele factorilor economici, demografici și psihologici asupra cererii și a ofertei de mărfuri	4		
3.	Politici privind vânzările de mărfuri	2		
4.	Tehnici de mercantizare	4		
5.	Amplasarea și dimensionarea depozitelor comerciale. Localizarea punctului de vânzare. Asortimentul de mărfuri și servicii.	4		
6.	Promovarea la locul de vânzare	6		

Bibliografie:

1. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
2. Criveanu Ion - „*Economia Comerțului*”, Editura Universitaria, Craiova, 2010
3. Florian Gyula-Laszlo, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
4. Friedman Milton, Friedman Rose - „*Libertatea de a alege. O declarație personală*”, Ed. Publica, București, 2009
5. Meghișan Flaviu - „*Comportamentul consumatorului*”, Editura Universității din Pitești, 2010
6. Meghișan Flaviu - „*Economie Comercială*” - suport de curs în format IFR (suport electronic), 2017
7. Meghișan Flaviu - „*Economie Comercială*”, Editura Universitaria, Craiova, 2013
8. Meghișan Flaviu - „*Etică în afaceri*”, Editura Sitech, Craiova, 2016
9. Teleşpan Constantin - „*Economia comerțului*”, Editura Psihomedica, Sibiu, 2007

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

1. Înțelegerea rolului comerțului în cadrul economiei naționale
2. Aplicarea principiilor economice privind adaptarea ofertei la particularitățile purtătorilor de cerere
3. Optimizarea distribuției mărfurilor
4. Mercantizarea unui spațiu de vânzare
5. Eficientizarea tranzacțiilor comerciale.

Notă: În cadrul programelor de formare continuă a personalului didactic va fi evaluat, periodic, gradul de satisfacție al reprezentanților comunității academice și al angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenții programului de studiu

10. Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Studiu individual, echivalent curs de la forma I/F	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală	50 %
10.5 Seminar	• Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar.	• Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	• Test de verificare	• Testare	10%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea temei de casă	30%
10.6 Standard minim de performanță	Cunoașterea principalelor concepte utilizate în economia comercială		

Data completării
27 septembrie 2017

Titular de disciplină,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI
Director Centru IFR,
Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI