



ROMÂNIA

Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului

Universitatea „ARTIFEX” din București

Str. Economu Cezarescu nr. 47, sector 6,

Telefoane: 316.61.67; 316.61.68; 316.61.69 Fax: 316.61.68; 316.61.69

Website: www.artifex.org.ro

**FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING
SPECIALIZAREA ECONOMIA COMERTULUI, TURISMULUI SI
SERVICIILOR**

**GHID PRIVIND DESFĂȘURAREA PRACTICII DE
SPECIALITATE ȘI ELABORAREA CAIETULUI DE PRACTICĂ
2010-2011**

**I. OBIECTIVELE PRACTICII IN DOMENIILE COMERȚ, TURISM SAU
SERVICII**

Studentii Specializării Economia Comertului, Turismului si Serviciilor din anul II de studiu au obligația, conform planurilor de învățământ în vigoare, de a efectua un stagiu de trei săptămâni de practică în unități economice, în semestrul al doilea, în perioada 09.05-27.05.2011.

Disciplina „Practica de specialitate” face parte din categoria disciplinelor de specialitate fiind prevăzută în planurile de învățământ cu un număr de 90 de ore (3 săptămâni de practică cu câte 30 de ore pentru fiecare săptămână, respectiv 6 ore pe zi x 15 zile lucrătoare) și 3 puncte de credit, finalizată prin colocviu.

Obiectivele practicii de specialitate sunt :

- documentarea teoretică și practică la o unitate patrimonială;
- îmbinarea cunoștințelor acumulate la orele de cursuri, seminarii, lucrări practice la disciplinele de specialitate;
- cunoașterea corectă a modulului de desfășurare a practicilor din domeniile comert, turism si servicii în unitățile patrimoniale;
- formarea la studenți, prin efort direct, sistematic și dirijat a concepției proprii de înțelegere, judecare, utilizare și valorificare a modalitatilor practice de conducere a activitatilor din comert, turism si servicii, adaptate mecanismelor și instrumentelor de gestiune a întreprinderii;
- concretizarea, prin efort propriu, pe răspunderea studentului, a lucrărilor practice specifice de prezentare, analiză și control, a proceselor desfășurate în comert, turism si servicii;

- cunoașterea modului de desfășurare a activităților de marketing, de aprovizionare și desfacere și logistice;
- sesizarea unor aspecte critice privind problematica studiată.

II. CONȚINUTUL PRACTICII

Practica se desfășoară prin studierea și efectuarea de lucrări, studenții având posibilitatea alegerii uneia din următoarele 6 teme:

1) Cunoașterea unității economice și a modului de desfășurare a activităților comerciale, respectiv:

- cunoașterea principalelor informații de prezentare ale întreprinderii: scurt istoric, domeniu de activitate, relațiile cu piața, personalul, organizarea generală, principalii indicatori economico-financiari;

- modul de organizare a activității de marketing;

- modul de organizare a activității de aprovizionare;

- modul de organizare a activității de vânzare;

- schema generală a fluxului de prelucrare a informațiilor comerciale și valorificarea acestora în întreprindere;

- utilizarea produselor informatice în activitățile comerciale din întreprindere.

2) Cunoașterea unității economice și însușirea practicilor din cadrul activității de marketing, respectiv:

- cunoașterea principalelor informații de prezentare ale întreprinderii: scurt istoric, domeniu de activitate, relațiile cu piața, personalul, organizarea generală, principalii indicatori economico-financiari;

- cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, tehnicilor și abordărilor specifice de marketing;

- înțelegerea, interpretarea și analiza multicriterială a relației cauză – efect în analiza diagnostic de marketing mix;

- stabilirea cadrului de analiză a comportamentului cumpărătorului și a posibilităților de influență asupra cererii de bunuri și servicii, dar și de corelare a ofertei cu nivelul, calitatea și structura acestei cereri;

- însușirea datelor esențiale de elaborare a unei strategii eficiente atât în domeniul marketingului cât și cel managerial, pe baza obiectivelor derivate din studiile de marketing.

3) Cunoașterea unității economice și însușirea practicilor din cadrul activității de aprovizionare, respectiv:

- cunoașterea principalelor informații de prezentare ale întreprinderii: scurt istoric, domeniu de activitate, relațiile cu piața, personalul, organizarea generală, principalii indicatori economico-financiari;

- înțelegerea și însușirea principalelor elemente legate de aprovizionare;
- însușirea indicatorilor de evaluare ai planului de aprovizionare;
- înțelegerea și însușirea aspectelor teoretice specifice gestiunii stocurilor;
- formarea și dezvoltarea deprinderilor de a elabora strategii de aprovizionare, precum și de evaluare și selecție a furnizorilor.

4) Cunoașterea unității economice și însușirea practicilor din cadrul activității de desfacere, respectiv:

- cunoașterea principalelor informații de prezentare ale întreprinderii: scurt istoric, domeniu de activitate, relațiile cu piața, personalul, organizarea generală, principalii indicatori economico-financiari;

- înțelegerea și însușirea principalelor elemente legate de desfacere;
- însușirea indicatorilor de evaluare ai planului de desfacere;
- înțelegerea și însușirea aspectelor teoretice specifice gestiunii stocurilor;
- formarea și dezvoltarea deprinderilor de a elabora strategii de desfacere, precum și de evaluare a clienților.

- cunoașterea importanței și rolului formării profesionale a agenților comerciali, a modului de programare a procesului de formare a agenților comerciali, a metodelor și instrumentelor de pregătire utilizate în formarea profesională a agenților comerciali.

5) Cunoașterea unității economice și însușirea practicilor din domeniul turismului, respectiv:

- cunoașterea principalelor informații de prezentare ale întreprinderii: scurt istoric, domeniu de activitate, relațiile cu piața, personalul, organizarea generală, principalii indicatori economico-financiari;

- înțelegerea fenomenului turistic;
- familiarizarea cu terminologia de specialitate.
- formarea unui mod de gândire analitic în vederea interpretării corecte a informațiilor turistice;
- înțelegerea fenomenului ecoturistic și turistic rural.

6) Cunoașterea unității economice și însușirea practicilor din domeniul serviciilor, respectiv:

- cunoașterea principalelor informații de prezentare ale întreprinderii: scurt istoric, domeniu de activitate, relațiile cu piața, personalul, organizarea generală, principalii indicatori economico-financiari;

- cunoașterea caracteristicilor pieței serviciilor, a intervenției statului în sectorul serviciilor; raportul dintre piața serviciilor și piața bunurilor;

- cunoașterea conținutului eficienței în sectorul serviciilor, a indicatorilor de exprimare a eficienței în sectorul serviciilor; legătura dintre calitate și eficiență;

- însușirea proceselor specifice asigurării calității în servicii; cerințe suplimentare ale standardului ISO 9001.

Practica se finalizează printr-un colocviu la care studenții vor prezenta **caietul de practică** în care se consemnează elementele semnificative privind activitățile și temele studiate, cuprinzând:

- **adeverință de la unitatea economică** la care a făcut practica, cu indicarea perioadei exacte de efectuare a stagiului;

- **o lucrare monografică**, elaborată la unitatea economică, care va cuprinde următoarele elemente:

- prezentarea, pe scurt, a elementelor teoretice;
- date despre unitatea economică: obiect de activitate, volum de activitate, profit realizat etc.;
- modul de organizare a activităților aferente temei alese;
- conținutul și analiza proceselor aferente temei alese, precum și modul de prelucrare și înregistrare a informațiilor, privind tema aleasă.

III. FORMA, MODUL ȘI LOCUL DE DESFĂȘURARE A PRACTICII

Practica se desfășoară pe propria răspundere a studentului, sub îndrumarea cadrului didactic desemnat de către Catedra de Management-Marketing.

Alegerea entității patrimoniale (întreprindere, instituție publică, unitate bancară, societate comercială etc.) ca loc de desfășurare aparține, de asemenea, studentului. În măsura în care studentul nu reușește prin forțe proprii să-și rezolve problema locului de desfășurare a practicii, entitatea patrimonială va fi stabilită cu sprijinul cadrului didactic îndrumător de practică la una din unitățile economice cu care Facultatea de Management-Marketing a încheiat Convenții de practică.

În extremis, în măsura în care studentului nu i se poate asigura o bază de practică în una din entitățile patrimoniale, se poate folosi varianta practicii în universitate. În acest scop, prin studiul individual consemnat în caietul de practică, al normelor și reglementărilor din țara noastră, se va asigura cunoașterea tematicii ce formează obiectul programei analitice. Totodată în cadrul activităților de laborator sub îndrumarea directă a cadrului didactic se va elabora și prezenta lucrarea monografică solicitată.

IV. EVALUARE

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- a) conținutul și forma lucrării de practică în ceea ce privește prezentarea problemelor din programa de practică;
- b) modul de prezentare a lucrării;
- c) răspunsurile la întrebările legate de stagiul de practică efectuat;
- d) comportamentul studentului privind frecvența, responsabilitatea și seriozitatea în realizarea practicii

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Balaure Virgil – *Marketing*, Editura Uranus, București, 2006
2. Cătoi Iacob, - *Cercetări de marketing*, Editura Uranus, București, 2006
3. Corcos Marc, *Tehnici de vânzare eficiente*, Editura Polirom, Bucuresti, 2008
4. Costea Carmen – *Firma de comerț în economia de piață*, Editura Uranus, București, 2004
5. Costea C. - *Afaceri in comert – abordari moderne* Ed.ALL Beck Bucuresti, 2005
6. Ioncică Maria - *Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații teoretice*, Editura URANUS, București, 2006
7. Năstase Dan – *Logistica mărfurilor* – Editura Arvin Press, București, 2009
8. Patriche Dumitru (coord.) - *Economie Comercială*, Editura Economică, București, 2004;
9. Trufaș Constanța, Florina Bran, Martinescu Dana Maria, *Ecoturism si turism rural*,_Ed. Alpha MDN, Buzau, 2009;
10. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, *Managementul Marketingului*, Editura Artifex, București, 2010.
11. *** Colecția Monitorul Oficial al României, București, 2002-2010.

Nota: De asemenea, se va avea în vedere și legislația care reglementează tema aleasă pentru întocmirea dosarului de practică.

Opțiunea personală pentru efectuarea practicii economice

DOMNULE DECAN,

Subsemnatul(a).....
student(ă) în anul....., grupa....., Facultatea de Management-Marketing, specializarea
Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor, vă rog a-mi aproba efectuarea stagiului de practică
economică pentru anul universitar 2010 - 2011 în cadrul firmei „.....
.....”

Practica se va desfășura sub îndrumarea specialiștilor firmei și a coordonatorului din partea
Facultății.

Precizez că am luat la cunoștință de obiectivele didactice care trebuie realizate pe timpul
efectuării stagiului de practică.

Data.....

Semnătura.....

NOTĂ: Opțiunea poate fi acceptată în întregime sau în parte. Ceea ce nu se acceptă se decide de către conducerea facultății, făcându-se
precizările de rigoare. În final, se întocmește un tabel centralizator din care rezultă numele și prenumele studentului, organizația unde se execută
practica și coordonatorul proiectului de practică. Acesta se afișează sub semnătura decanului de facultate, devenind obligatoriu.

A N U N Ţ

În atenția studenților anul II de studiu specializarea Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor

Anul universitar 2010-2011

- 1. În perioada 09.05-27.05. 2011 se desfășoară stagiul de practică economică.**
- 2. Durata practicii este de 3 săptămâni cu program zilnic de 6 ore; total 90 ore.**
- 3. Tematica practicii se afișează pe site-ul universității și la avizier.**
- 4. Rezultatele desfășurării practicii se consemnează într-un caiet de practică ce va sta la baza verificării de către cadrul (cadrele) didactic(e).**
- 5. Programarea colocviului de practică va avea loc în sesiunea de examene a semestrului II.**

UNIVERSITATEA “ARTIFEX” DIN BUCUREȘTI
FACULTATEA MANAGEMENT-MARKETING
SPECIALIZAREA ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

CAIET DE PRACTICĂ

Student.....

2010

Model

Unitate.....
Localitate.....
Tel/Fax.....

Nr...../Data

ADEVERINȚĂ

Prin prezenta se adeverește că studentul(a).....din
anul....., specializarea.....grupa....., Facultatea
Management-Marketing, Universitatea „Artifex” din București a efectuat stagiul de practică
în perioada....., în cadrul unității noastre.

Director

STAGIUL DE PRACTICĂ

Perioada de desfășurare:

De lapână la.....

Program de lucru zilnic, între orele.....

Îndrumător desemnat:

Numele și prenumele.....

Gradul didactic.....

Telefon, e-mail.....

Societatea:

Denumire.....

Sediul social.....

Domeniul de activitate.....

(se va menționa codul CAEN)

Cadrul de desfășurare a activității:

Locație.....

(ex. Birou contabilitate, serviciul financiar, serviciul marketing....)

ATENȚIE

Caietul de practică se completează cu lucrarea monografică conform temelor propuse.

Cuprinsul orientativ al lucrării monografice:

Capitolul 1 – Prezentarea pe scurt a elementelor teoretice aferente temei alese conform bibliografiei (10 pag.).

Capitolul 2 – Prezentarea studiului de caz, a monografiei cu privire la tema aleasă, inclusiv prezentarea generală a entității economice în care s-a efectuat practica (obiect de activitate, clienți, furnizori, produse și servicii, structura organizatorică etc.).

Capitolul 3- Concluzii.

Bibliografie.

Numărul de pagini va fi cuprins între 30-40 (Times New Roman, cu caracter de 12 la un rând și jumătate) .

Elementele teoretice vor fi însoțite de trimiteri în note de subsol astfel:

Autor(i)....., carte....., editură....., an apariție....., loc apariție.....

CHESTIONAR

Nr.crt.		Punctaj (min = 1; max = 5)
1.	Relevanța stagiului de practică pentru formarea ca specialist	
	a) Gradul de încadrare a activității desfășurate în tematica recomandată	
	b) În ce măsură sarcinile de lucru au fost trasate clar și s-a urmărit realizarea lor ?	
	c) Gradul de folosire a cunoștințelor dobândite în facultate	
	d) În ce măsură abilitățile practice dobândite vă sunt utile?	
2.	Condițiile de desfășurare a activității de practică	
	a) Condiții de lucru (spațiu, atmosfera, etc)	
	b) În ce măsură echipamentul pus la dispoziție a corespuns sarcinilor trasate ?	
	c) Nivelul de îndrumare acordat de specialistul desemnat de societate	
	d) Nivelul ajutorului colegial primit	
3.	Perspective de colaborare	
	a) În ce măsură vă doriți continuarea activității în aceeași firmă (eventual ca angajat) ?	
	b) În ce măsură poate fi recomandată această firmă unui coleg?	