

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	MARKETING
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2022-2023

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENT COMERCIAL								
2.2 Codul disciplinei	0231OS3203								
2.3 Titularul activităților de curs	Ionel Țâmpu Diana Larisa								
2.4 Titularul activităților de seminar	Ionel Țâmpu Diana Larisa								
2.5 Anul de studiu	3	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	E	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F- facultativă)	O	2.9 Numărul de credite ECTS	3

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care:	2	3.3 seminar / laborator	1
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	12				
3.5 Total ore din planul de învățământ	36	din care:	24	3.7 seminar / laborator	12
		3.6 curs			
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					4
Examinări					5
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual				39	
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				75	

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	<ul style="list-style-type: none"> • Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; • Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet; • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar; • Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing (1 punct credit) C1.1. Aplicarea metodelor, tehnicilor si a instrumentelor specifice activității de marketing (1 punct de credit)</p> <p>C3. Organizarea activitatilor de marketing in cadrul organizatiei (1 punct credit) C3.1. Identificarea si definirea rolului departamentului de marketing in cadrul organizației (1 punct de credit)</p> <p>C6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației (1 punct credit) C6.1 Identificarea si definirea rolului departamentului de marketing in cadrul organizației (0.5 puncte de credit) C6.2 Explicarea principalelor atribuții si activități ale departamentului de marketing (0.5 puncte de credit)</p>
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu limbajul specific managementului comercial și dezvoltarea abilităților studenților de a elabora un plan managerial.	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.1.1 Absolventul cunoaste concepte si metode specifice teoriei managementului comercial.</p> <p>R.1.2 Absolventul este capabil sa aplice principiile de bază ce fac parte din sistemul managerial.</p> <p>R.1.3 Absolventul este capabil sa aplice si sa opereze metode, tehnici si instrumente specifice activității de marketing.</p>
	Aptitudini:	<p>R.1.1 Absolventul utilizeaza intreaga gama de concepte, principiul și teorii in domeniul managementului comercial.</p> <p>R.1.2 Absolventul identifica factorii care influențează funcționarea organizației.</p> <p>R.1.3 Absolventul evalueaza impactul variabilelor de mediu asupra activității organizației.</p>
	Responsabilitate și autonomie	R.1.1 Absolventul formulează viziuni de ansamblu asupra managementului comercial si sistemului managerial al organizatiei.

		R.1.2 Absolventul utilizează metodele ce aparțin managementului comercial. R.1.3 Absolventul descoperă importanța utilizării eficiente a resurselor materiale, umane, financiare și informaționale în cadrul organizațiilor;
--	--	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1 - Privire de ansamblu asupra managementului comercial	Curs interactiv Expunere-dezbatere	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap.1
Tema 2 - Conceptul și necesitatea managementului strategic.	Curs interactiv Expunere-dezbatere	4 ore	Bibliografie obligatorie 3- Cap.1
Tema 3 - Analiza mediului intern și extern al organizației - structura sistemică a cadrului managerial din comerț	Curs interactiv Expunere-dezbatere	4 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap 2
Tema 4 - Specificitatea managementului în IMM-uri	Curs interactiv Expunere-dezbatere	4 ore	Bibliografie obligatorie 4 – Cap 4
Tema 5 - Elaborarea strategiei societăților comerciale	Curs interactiv Expunere-dezbatere	4 ore	Bibliografie obligatorie 1, Cap 3
Tema 6 - Strategii de performanță	Curs interactiv Expunere-dezbatere	2 ore	Bibliografie suplimentară 3, cap 5
Tema 7 - Strategii de business	Curs interactiv Expunere-dezbatere	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 6
Tema 8 - Strategii de competiție	Curs interactiv Expunere-dezbatere	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 7
TOTAL		24 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Burdus E. (2016) – *Reproiectarea Managementului Organizației*, Editura Pro Universitaria
2. Kotler P. (2011) - *Economics, management and financial markets*
3. Dogaru M. (2015) – *Management comercial și politici de marketing*, Editura Universitară
4. Grigore A.M. (2012) - *Antreprenoriat și management pentru afaceri mici și mijlocii*, Editura C.H.Beck

Bibliografie suplimentară:

1. Neagu C. (2015) - *Management General*, Editura Artifex
2. Nicolescu O. (2017) - *Studii de Caz relevante privind managementul organizațiilor din România*, Editura Pro Universitaria
3. Moldoveanu G. (2015) - *Management operational*, Editura Pro Universitaria
4. Stanciulescu G. (2014) - *Managementul agenției de turism*, Editura ASE
5. Grigore A.M. (2012) - *Antreprenoriat și management pentru afaceri mici și mijlocii*, Editura C.H.Beck
6. Popescu D. (2010) - *Managementul General Al Firmei Editia a II-a*, Editura ASE

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Tema 1 - Metode și tehnici specifice de management comercial	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 1- Cap 1
Tema 2 - Proiectarea planului de afaceri: etape	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 4, cap 3
Tema 3 - Evaluarea eficienței manageriale	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 5
Tema 4 - Adoptarea deciziilor în condiții de risc	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie suplimentara 2
Tema 5 - Modelul celor 5 forte ale concurenței	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 4
Tema 6 - Avantajul concurențial și strategiile generice	Studiile de caz, discuțiile de grup, jocul de roluri, simulările, demonstrațiile	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 4
TOTAL		12 ore	

Bibliografie obligatorie:

- 1 Burdus E. (2016) – *Reproiectarea Managementului Organizatiei*, Editura Pro Universitaria
- 2 Kotler P. (2011) - *Economics, management and financial markets*
- 3 Dogaru M. (2015) – *Management comercial si politici de marketing*, Editura Universitara
- 4 Grigore A.M. (2012) - *Antreprenoriat si management pentru afaceri mici si mijlocii*, Editura C.H.Beck

Bibliografie suplimentară:

- 1 Neagu C. (2015) - *Management General*, Editura Artifex
- 2 Nicolescu O. (2017) - *Studii de Caz relevante privind managementul organizatiilor din Romania*, Editura Pro Universitaria
- 3 Moldoveanu G. (2015) - *Management operational*, Editura Pro Universitaria
- 4 Stanciulescu G. (2014) - *Managementul agentiei de turism*, Editura ASE
- 5 Grigore A.M. (2012) - *Antreprenoriat si management pentru afaceri mici si mijlocii*, Editura C.H.Beck
- 6 Popescu D. (2010) - *Managementul General Al Firmei Editia a II-a*, Editura ASE

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în cadrul unei companii; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării carierei • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în cadrul unei companii; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării carierei • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Prezentare studiu de caz	40 %
		Participarea activă la seminar	10%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • însușirea vocabularului specific disciplinei; 			

- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază;
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- obținerea notei 5 la proba de examen.

Data completării: 22.09.2022

Semnătura titularului de curs,
Lector univ. dr. Ionel Țâmpu Diana Larisa

.....

Semnătura titularului de seminar,
Lector univ. dr. Ionel Țâmpu Diana Larisa

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Avizat,

Semnătura directorului de departament,
Conf.univ.dr. Sorin Gabriel GRESOI

Responsabil program de studii,
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2022

Semnătura Decan,
Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....