FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEAINTERNAȚIONALĂ DANUBIUS**
	1.2 Facultatea /	AFACERI GLOBALE ŞI LEADERSHIP
	1.3 Departamentul	AFACERI, FINANȚE ŞI CONTABILITATE
	1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
	1.5 Ciclul de studii[1]	**Licenta**
	1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ŞI SERVICIILOR
	1.7 Forma de învăţământ	**Învăţământ la Distanţă**
	1.8 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**ECONOMIE ÎN SERVICII**				
2.2 Coordonator disciplină			Prof.univ.dr. Prof. univ. dr. Turtureanu Anca Gabriela				
2.3 Tutore			Prof.univ.dr. Prof. univ. dr. Turtureanu Anca Gabriela				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I[3].	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									19
Pregătire activităţi aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									16
Examinări									4
Alte activități									-

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	Conexiune internet, acces la platforma Danubius Online (Sakai)/
5.2 de desfășurare a AT	Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet şi echipament de predare multimedia, acces la platforma Danubius Online (Sakai)/
5.3 de desfășurare a TC	Conexiune internet, acces la platforma Danubius Online (Sakai)/
5.2 de desfășurare a AA	Sală dotată cu calculatoare şi conexiune internet, acces la platforma Danubius Online (Sakai)/

6. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul definește conceptele privind cererea şi oferta de bunurişiservicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor şi a normelor de protecţie a acestora
Aptitudini	Studentul/Absolventul identifică și selectează fluxurile și tehnicile de comercializare diferențiate după natura produselor și serviciilo

[1] licență, masterat, doctorat

[2] obligatorie, opțională, facultativă

[3] A.I. – Activități de autoinstruire

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri şi/sau soluţii tehnologice în domeniile distribuţiei mărfurilor şi prestării serviciilor de consum, inclusiv turistice

6. b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	**CP4. Analizează planuri de afaceri.** **CP9. Asigură serviciile pentru clienți.** **CP15 Elaborează catalogul de produse.** **CP18. Ia decizii comerciale strategice.** **CP19. Identifică nevoi organizaționale nedetectate.** **CP21. Interpretează informațiile comerciale.** **CP26. Realizează analiza afacerii.** **CP27 Realizează analiza nevoilor consumatorilor.**
Competențe transversale	

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea unei perspective integrate asupra economiei serviciilor, prin însușirea conceptelor, tipologiilor și mecanismelor specifice sectorului terțiar și prin dezvoltarea capacității de a analiza piața serviciilor, comportamentul consumatorilor și implicațiile serviciilor asupra economiei, calității vieții și dezvoltării organizaționale, în vederea fundamentării deciziilor comerciale și a soluțiilor de prestare adaptate nevoilor clienților.
7.2 Obiectivele specifice	Definirea și utilizarea corectă a conceptelor de serviciu, proces de prestare, cerere, ofertă și piață a serviciilor; Clasificarea serviciilor și diferențierea acestora în funcție de destinație, caracteristici, modalități de comercializare și categorii de beneficiari; Analizarea rolului sectorului terțiar în economia națională și internațională, inclusiv a tendințelor de evoluție și a comerțului internațional cu servicii; Explicarea mecanismelor pieței serviciilor și evaluarea relației dintre consumul de servicii, comportamentul consumatorilor, protecția acestora și calitatea vieții; Identificarea și selectarea fluxurilor, tehnicilor de comercializare și modalităților de furnizare adecvate diferitelor categorii de servicii, inclusiv serviciilor comerciale, sociale, educaționale și turistice; Analizarea influenței timpului liber asupra cererii și dezvoltării serviciilor și formularea unor interpretări argumentate pe baza datelor și informațiilor comerciale; Aplicarea principiilor de bază ale managementului și marketingului serviciilor pentru identificarea nevoilor consumatorilor, asigurarea serviciilor pentru clienți și fundamentarea deciziilor comerciale; Elaborarea, individual sau în echipă, a unor analize, proiecte și propuneri de optimizare a prestării serviciilor și de dezvoltare a unor modele de afaceri ori soluții adaptate cerințelor organizaționale și dezvoltării durabile.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare/lucru	Observații
1. Studiul individual prin materiale specifice ID (28 ore) **I Introducere conținut şi sfera de cuprindere a serviciilor - 6 ore** Conceptul de serviciu Conținutul și natura serviciilor Caracteristicile serviciilor	**6 ore**		

II Tipologia, rolul şi locul serviciilor în economie - 8 ore Criterii si modalitati de clasificare a serviciilor Serviciile prestate pentru productie si agentii economici Servicii pentru populatie Servicii internationale Corelatia dintre servicii si celelalte ramuri economice Locul serviciilor in economie Eficienta economica si sociala a serviciilor	**8 ore**	- Expunerea: descrierea, explicația, prelegerea dialog, prelegeri cu oponenți, prelegeri în echipă. - Postarea cursurilor pe platforma electronică de învățământ Danubius online (la Resurse) - Suportul de curs în format IDFR - Conversația:, dezbaterea, dialogul, conversații de fixare și consolidare a cunoștințelor, conversații de sistematizare și sinteză, conversații de aplicare. - Problematizarea: utilizarea întrebărilorproblemă, problemelor și situațiilorproblemă	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai
III Piaţa şi influenţa serviciilor asupra timpului liber - 10 ore Particularitatile pietei serviciilor Oferta de servicii Cererea de servicii Tarifele pentru servicii Tipuri de piete ale serviciilor Semnificatia si functiile timpului liber Timpul liber – consecinta a cresterii serviciilor	**10 ore**		
IVOrganizarea proceselor de prestare și elaborarea soluțiilor adaptate nevoilor organizaționale Relația cu clienții, promovarea serviciilor și fundamentarea deciziilor comerciale	**4 ore**		
8.2 AT – (format hibrid: faţă în faţă şi online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)-potrivit Orarului	Nr.ore		
AT1: Introducere conţinut şi sfera de cuprindere a serviciilor; Tipologia, rolul şi locul serviciilor în economie	4ore		
AT2: Marketingul şi Managementul serviciilor ; Piaţa şi influenţa serviciilor asupra timpului liber	4 ore		
8.3 TCTC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
Tema de control 1: **TC** 1: Dimensiunile sectorului serviciilor în cadrul economiei naționale			
Tema de control 2: **TC** 2: Tendințe în dinamica și diversificarea serviciilor			
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie

Andreiana Violeta Andreea , Gorgiana Daniela Bădicu, Economie in servicii, Editura Pro Universitaria , 2017

Apostu, Mihaela; Olaru, Marieta, cond. Posibilitati privind imbunatatirea procesului de evaluare a calitatii serviciilor, Editură: ASE, Bucuresti, 2014

Cuthbertson, Richard ; Ezell, Stephen J.; Furseth, Peder Inge, Innovating in a servicedriven economy : insights, application, and practice, Editură: Palgrave Macmillan, Basingsoke, 2015

Violeta Andreea Andreiana , Gorgiana Daniela Badicu, Economie in servicii, Editura Pro Universitaria, 2017

Viorica Ionascu , Bogdanel Dragut , Danielescu Dominic Perez, *Economia serviciilor- Teorie si aplicatii*, Editura ProUniversitaria 2013

Ionaşcu, V., Pavel, C. - *Economia serviciilor*- Ed. ProUniversitaria, 2009, Carte disponibilă şi online: *http://www.ucdc.info/cd/fisiere/32683999625_Ec%20serviciilor%20ed.%20a%20II-a.pdf*

Khurramov, O. K. (2020). The role of the tourism sector in the digitalization of the service economy. *Economics and Innovative Technologies*, *2020*(1), 6.https://core.ac.uk/download/pdf/336866916.pdf

Lovelock, Christopher ș.a. – Services Marketing : people, technology, strategy. 7-nd ed. Boston, Pearson, 2011

Maniu Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana – Economia serviciilor și globalizarea, Editura Universitară, București, 2013

Turtureanu, A.G. – Economia serviciilor - Galaţi: Edit. Univ. Danubius, 2017

Turtureanu Anca-Gabriela,Economia Serviciilor Abordari Conceptuale si Practice editia a II-a , 2014, Editura Zigotto Galati

Turtureanu Anca-Gabriela,Economia Serviciilor 2026, Editura Zigotto Galati

Sissons, A. - *More than making things. A new future for manufacturing in a service economy*– The Work Foundation, 2011 - *http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/284_more%20than%20making%20things.pdf*.

Wölfl, A. - *The Service Economy in OECD Countries: OECD/Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII)* - OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2005/03, OECDPublishing *http://dx.doi.org/10.1787/212257000720*

Witt, U., & Gross, C. (2020). The rise of the "service economy" in the second half of the twentieth century and its energetic contingencies. *Journal of Evolutionary Economics*, *30*(2), 231-246.https://link.springer.com/article/10.1007/s00191-019-00649-4

UNCTAD, The role of the services economy and trade in structural transformation and inclusive development, Geneva, 2017 *https://unctad.org/system/files/official-document/c1mem4d14_en.pdf*

*** Comisia Europeană, Piețele Serviciilor, 2021

*** OECD - *The Service Economy* - OECD Publishing, doi: 10.1787/9789264182516-en

*** U.S. Department of Commerce, Economics and Statistics Administration- *Service Industries and Economic Performance*– - *http://www.esa.doc.gov/sites/default/files/reports/documents/serviceindustries_0.pdf*

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

Conținuturile disciplinei sunt corelate cu rezultatele învățării și competențele profesionale vizate de programul de studii, precum și cu cerințele actuale ale mediului economic și ale sectorului serviciilor. Temele privind cererea și oferta de servicii, comportamentul și protecția consumatorilor, tehnicile de comercializare, interpretarea informațiilor comerciale, analiza nevoilor clienților, organizarea proceselor de prestare și fundamentarea deciziilor comerciale contribuie la dezvoltarea capacității studenților de a analiza activitatea organizațiilor și de a propune soluții adaptate pieței. Conținuturile sunt compatibile cu abordările utilizate în programe similare din țară și din străinătate și sunt actualizate prin consultarea literaturii de specialitate, a reprezentanților comunității academice, a asociațiilor profesionale și a angajatorilor din domeniile comerțului, turismului și serviciilor. Dialogul cu mediul de afaceri, desfășurat în format fizic sau online, permite adaptarea aplicațiilor, studiilor de caz și proiectelor la nevoile reale ale consumatorilor și organizațiilor, susținând formarea competențelor necesare integrării absolvenților pe piața muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	60%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continua/Teme de control/Teste/	30%
10.6 AA	Se evaluaează conţinutul proiectului şi răspunsurile la întrebări	Susținere proiect/lucrări practice	10%
10.7 Standard minim de performanță			

- cunoaşterea în proporţie de 50% a informaţiei transmise;
- Notarea cu minim 0,75 puncte a fiecărei teme de control de pe platforma electronică de învățământ Sakai(Danubius online)

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar/laborator/proiect
04.09.2026	Prof. univ. dr. TURTUREANU ANCA GABRIELA	Prof. univ. dr. TURTUREANU ANCA GABRIELA

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Mădălina BĂLĂU

..... 04.09.2026.....

.....

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
	1.2 Facultatea /	Facultatea de Afaceri Globale și Leadership
	1.3 Departamentul	Afaceri, Finanțe și Contabilitate
	1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
	1.5 Ciclul de studii[1]	Ciclul I (studii universitare de licență)
	1.6 Programul de studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor
	1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanţă
	1.8 Anul universitar	2026-2027

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			ECONOMIE EUROPEANĂ				
2.2 Coordonator disciplină			Conf.univ.dr. Gabriela MARCHIS				
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			Conf.univ.dr. Gabriela MARCHIS				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									20
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									20
Examinări									2
Alte activități									2

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Microeconomie, Macroeconomie, Statistică economică.
4.2 de competențe	Competențe de bază de analiză economică; utilizarea instrumentelor cantitative și a surselor statistice elementare.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoștințe	Studentul/absolventul demonstrează înțelegerea relațiilor economice internaționale ale UE și a rolului UE în guvernanța economică globală (de Exemplu, OMC, FMI, G20).
2 Aptitudini	Studentul/absolventul evaluează critic impactul politicilor europene asupra Pieței Unice Europene și asupra altor economii.
3 Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul activează o gândire critică, manifestă profesionalism și asumă o atitudine responsabilă în participarea în grupuri de lucru care propun strategii guvernamentale în vederea asigurării macrostabilității economice europene, contribuind prin analize, studii economice și studii de impact ce oferă soluții adaptive și integrative la crizele economice.

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opţională, facultativă

6.b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1. Analizează factorii externi ai societăților. CP8. Aplică managementul schimbării. CP21. Interpretează informațiile comerciale. CP34. Include criteriile economice în procesul decizional. CP35. Interpretează legislația.
Competențe transversale	CT5. Colaborează în echipe și rețele.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune formarea și dezvoltarea capacității studenților de a înțelege și analiza critic mecanismele economice, instituționale și de guvernanță ale Uniunii Europene, în scopul dezvoltării capacității de decizie strategică și leadership într-un mediu de afaceri internațional dinamic și puternic reglementat.
7.2 Obiectivele specifice	• Decodificarea funcționării Pieței Unice Europene (libera circulație a bunurilor, serviciilor, capitalurilor și persoanelor) și a marilor politici comunitare (fiscale, monetare, comerciale, de concurență și digitale). • Analiza modului în care deciziile luate la nivelul instituțiilor UE (Comisie, Consiliu, Parlament) influențează direct mediul macroeconomic, competitivitatea companiilor și strategiile de expansiune pe piața globală. • Dezvoltarea abilității de a anticipa riscurile, tendințele de integrare/fragmentare economică și oportunitățile de finanțare europeană, permițând luarea unor decizii de afaceri sustenabile într-un cadru multilateral complex.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
AI 1: Economia europeană și integrarea economică	2	Expunerea: descrierea, explicația, prelegerea în sistem interactiv. Postarea pe platforma electronică de învățământ Danubius online, în meniul Resurse a unor materiale de documentare suplimentară. Conversația: dezbaterea, dialogul, conversații de fixare și consolidare a cunoștințelor, conversații de sistematizare și sinteză, conversații de aplicare. Problematizarea: utilizarea întrebărilor-problemă, problemelor și situațiilor- problemă. Aplicații în sistem interactiv.	Transferul cunoștințelor (predarea) se face în conformitate cu strategiile actuale, folosind elemente novatoare – slide-uri, platforma Danubius on-line, dialog, analize, comparații, exemplificări ș.a., cu scopul de a realiza o centrare pe student și pe rezultatele învățării.
AI 2: Arhitectura instituțională și guvernanța economică a UE	2		
AI 3: Piața Unică Europeană	2		
AI 4: Uniunea Economică și Monetară: criteriile de convergență și de funcționare a Zonei Euro	2		
AI 5: Bugetul Uniunii Europene: structură, resurse, mecanisme de finanțare	2		
AI 6: Cadrul de guvernanță fiscală în Uniunea Europeană	2		
AI 7: Politica de concurență și ajutorul de stat	2		
AI 8: Politica comercială comună	2		
AI 9: Politica de coeziune și dezvoltarea regională	2		
AI 10: Politica industrială și competitivitatea UE	2		
AI 11: Economia europeană în contextul tranziției verzi și digitale	2		
AI 12: UE în economia globală	2		
AI 13: Rolul UE în guvernanța economică globală	2		
AI 14: Crize economice și perspectivele economiei europene	2		
8.2 AT (format hibrid: față în față și online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)- potrivit Orarului	Nr.ore		
AT1: Arhitectura instituțională, macroeconomică și de guvernanță a Uniunii Europene	4		
AT2: Politici sectoriale, competitivitate și poziția UE în economia globală	4		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
TC1: Analiza impactului cadrului de guvernanță economică și al politicilor monetar-bugetare din UE asupra mediului de afaceri și deciziilor de investire	10		

TC2: Evaluarea competitivității și rezilienței companiilor europene în contextul tranziției duble (verde și digitală) și al reconfigurării comerțului global	10		
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

- Documente electronice furnizate în meniul Resurse pe platforma Danubius Online.
- Alert Mechanism Report (AMR) – dezechilibre macroeconomice https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-governance-framework/macroeconomic-imbalance-procedure/alert-mechanism-report_en
- EU Trade Policy Review https://policy.trade.ec.europa.eu/consultations/consultation-trade-policy-review_en
- Recovery and Resilience Scoreboard (PNRR) https://ec.europa.eu/economy_finance/recovery-and-resilience-scoreboard/
- Cohesion Report https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/cohesion-report_en
- World Economic Outlook (WEO) https://www.imf.org/en/publications/weo
- Global Financial Stability Report (GFSR) https://www.imf.org/en/publications/gfsr
- Fiscal Monitor https://www.imf.org/en/publications/fm
- OECD Trade Policy Papers https://www.oecd.org/trade/publicationsdocuments/papers/

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

- European Economic Forecast (Spring/Autumn), Comisia Europeană Analize macroeconomice, prognoze, riscuri economice. https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/economic-forecasts_en
- Economic Governance Framework Documente strategic privind prioritățile economice ale UE. https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-governance-framework_en
- ECB Economic Bulletin, Banca Centrală Europeană Analize trimestriale privind economia zonei euro și politica monetară. https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/html/index.en.html
- Eurostat – Euro Indicators Indicatori statistici oficiali: inflație, PIB, comerț, producție industrială. https://ec.europa.eu/eurostat/web/euro-indicators

Bibliografie suplimentară

Rapoarte UE

- Alert Mechanism Report (AMR) – dezechilibre macroeconomice https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-governance-framework/macroeconomic-imbalance-procedure/alert-mechanism-report_en
- EU Trade Policy Review https://policy.trade.ec.europa.eu/consultations/consultation-trade-policy-review_en
- Recovery and Resilience Scoreboard (PNRR) https://ec.europa.eu/economy_finance/recovery-and-resilience-scoreboard/
- Cohesion Report https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/cohesion-report_en

Rapoarte FMI

- World Economic Outlook (WEO) https://www.imf.org/en/publications/weo
- Global Financial Stability Report (GFSR) https://www.imf.org/en/publications/gfsr
- Fiscal Monitor https://www.imf.org/en/publications/fm

Rapoarte OCDE

- OECD Economic Outlook https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/economic-outlook.html
- OECD Trade Policy Papers https://www.oecd.org/trade/publicationsdocuments/papers/
- OECD Going for Growth https://www.oecd.org/en/publications/2026/04/foundations-for-growth-and-competitiveness-2026_f68a156b.html

Baze de date și resurse pentru analize

- AMECO Database https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-research-and-databases/economic-databases/ameco-database_en
- EU Open Data Portal https://data.europa.eu/en
- ECB Statistical Data Warehouse https://data.ecb.europa.eu/

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

Disciplina integrează riguros cele mai recente evoluții din literatura de specialitate și modificările cadrului instituțional european, dezvoltând capacitatea de analiză critică a datelor macroeconomice și de înțelegere a modelelor de integrare globală. Conținutul este permanent ancorat în cerințele mediului academic și ale pieței muncii, prin transformarea rigurozității teoretice a politicilor europene în competențe practice de leadership, analize de risc și decizie strategică, direct aplicabile în managementul afacerilor globale. Cursurile răspund direct așteptărilor angajatorilor prin formarea unor abilități practice de evaluare a mediului de afaceri și dezvoltarea unui leadership strategic capabil să transforme reglementările UE și oportunitățile de finanțare în avantaje competitive pe piața internațională.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris pe platforma SAKAI (Danubius Online)	70%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile: claritate argumentativă, corectitudine metodologică, utilizare surse și date.	Evaluare continua/Teme de control pe platforma SAKAI (Danubius Online)	30%
10.6 AA			
10.7 Standard minim de performanță			
• Cunoașterea și utilizarea noțiunilor specifice disciplinei, explicarea și interpretarea corectă a unor idei specifice acesteia, precum și proiecte teoretice și/sau practice de aplicare a noțiunilor specifice. • Cunoașterea conceptelor fundamentale privind Piața Unică Europeană, politica comercială comună a UE și rolul Uniunii Europene în cadrul principalelor instituții de guvernanță economică globală (OMC, FMI, G20); capacitatea de a identifica, la nivel elementar, impactul unei politici europene asupra economiei UE și asupra economiei României.			

Data completării
09.09.2026

Semnătura coordonatorului de disciplină
Conf.univ.dr. Gabriela MARCHIS

Data avizării în departament
11.09.2026

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Mădălina BĂLĂU

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	**Universitatea Internațională Danubius**
	1.2 Facultatea /	**Afaceri Globale şi Leadership**
	1.3 Departamentul	**Afaceri, Finanțe şi Contabilitate**
	1.4 Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
	1.5 Ciclul de studii[1]	**Licență**
	1.6 Programul de studii	**Economia Comerțului, Turismului şi Serviciilor**
	1.7 Forma de învățământ	**Învățământ la Distanță**
	1.8 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**Cercetări de marketing**					
2.2 Coordonator disciplină			**Lect.univ.dr. Mădălina Bălău**					
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			**Lect.univ.dr. Mădălina Bălău**					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]		Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-

3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar	ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie şi notițe	30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate şi pe teren	12
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste şi eseuri	20
Examinări	2
Alte activități	5

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfăşurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfăşurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector şi acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfăşurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfăşurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare şi conexiune internet

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoştințe	Studentul/Absolventul explică noțiunile fundamentale privind cercetarea de piață, segmentarea pieței, comportamentul consumatorului şi identificarea tendințelor relevante pentru dezvoltarea strategică în comerț, turism şi servicii.
2 Aptitudini	Studentul/Absolventul culege, analizează şi interpretează date privind piața-țintă şi comportamentul clienților, utilizând metode calitative şi cantitative pentru a sprijini studiile de fezabilitate şi formularea deciziilor strategice.
3 Responsabilitate şi autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a contribui la procesele de analiză strategică prin realizarea de cercetări de piață şi interpretarea datelor privind tendințele consumatorilor, acționând cu autonomie şi asumându-şi responsabilitatea pentru acuratețea şi relevanța datelor utilizate.

6.b) Competențe specifice acumulate

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opțională, facultativă

Competențe profesionale	CP13. Desfășoară cercetare calitativă – colectează informații relevante prin aplicarea metodelor sistematice, cum ar fi interviurile, grupurile de reflecție, analiza textului, observațiile și studiile de caz. CP14. Desfășoară cercetare cantitativă – execută o investigație empirică sistematică a fenomenelor observabile prin tehnici statistice, matematice sau de calcul. CP30. Utilizează instrumente de simulare a afacerilor - utilizează software pentru a efectua simulări, cu scopul de a îmbunătăți abilități de afaceri precum perspicacitatea în afaceri, analiza financiară și de piață și luarea deciziilor. CP31 Utilizează platforme de e-turism - Utilizează platforme digitale pentru a promova și a partaja informații și conținut digital cu privire la o unitate hotelieră sau la servicii hoteliere. Analizează și gestionează recenziile adresate organizației pentru a asigura satisfacția clienților.
Competențe transversale	CT7. Prezintă rapoarte - Prezintă rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod transparent și simplu.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina are ca obiectiv general dobândirea de către studenți a cunoștințelor fundamentale pentru înțelegerea metodelor de cercetare în marketing, utilizate de firmele de succes. Cursul urmărește, de asemenea, să-i familiarizeze pe studenți cu modul în care cercetarea este utilizată de către manageri și responsabilitatea acestora în a trasa scopul și direcția de cercetare. În acest curs, vom acoperi tematici precum tipurile de design al cercetării, tehnicile de colectare a datelor și analiza datelor. Accentul va fi pus mai multe pe interpretarea și utilizarea rezultatelor cercetării și mai puțin pe detaliile matematice, oferind totuși competențe esențiale în privința prelucrării și analizei datelor. Cursul se concentrează pe a-i ajuta pe studenți, ca viitori manageri, să recunoască rolul adunării sistematice a informațiilor, și al analizei în luarea deciziilor de marketing, și de asemenea să înțeleagă atât contribuția cât limitările datelor din cercetarea de marketing în modelarea succesului firmei.
7.2 Obiectivele specifice	- Însușirea de cunoștințe despre ce este cercetarea de piață și cum, de ce și când este ea utilă; - Dobândirea de cunoștințe despre importanța cercetării în afaceri pentru succesul pe piață la firmei și din punct de vedere academic; - Înțelegerea conceptelor cheie ale cercetării și a relației existente între acestea în cadrul metodologiei de cercetare; - Înțelegerea motivației utilizării unei strategii multiple de cercetare; - Cunoașterea modului în care rezultatele cercetării în afaceri sunt utilizate în practica firmei; - Identificarea paletei de instrumente de cercetare (de exemplu focus grupuri, interviuri, sondaje de opinie) și analiza punctelor tari și slabe ale fiecăruia; - Dobândirea de competențe în alegerea instrumentelor de cercetare a fi folosite în funcție de scopul și obiectivele cercetării; - Cunoașterea etapelor procesului de cercetare de marketing; - Utilizarea instrumentelor de cercetare în rezolvarea problemelor de afaceri și în trasarea strategiilor; - Dobândirea de competențe în analiza și interpretarea datelor din cercetarea de marketing; ● Înțelegerea diferențelor dintre cercetarea de marketing și organizațională și cercetarea academică.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
Unitatea 1: Noțiuni introductive despre cercetarea în marketing	8 ore		
Unitatea 2: Cercetarea calitativă în marketing	6 ore		
Unitatea 3: Cercetarea cantitativă în marketing – design-ul cercetării	8 ore		
Unitatea 4: Cercetarea cantitativă în marketing – prelucrarea și analiza datelor	6 ore		

8.2 AT (format hibrid: față în față și online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)-potrivit Orarului	Nr.ore		
AT1 : Cercetarea de marketing: elemente fundamentale; Cercetarea calitativă de marketing	4 ore (Față în față)		
AT2 : Cercetarea cantitativă de marketing – design-ul cercetării; Cercetarea cantitativă în marketing – prelucrarea și analiza datelor	4 ore (Online)		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
TC1 : Construirea unui plan pentru o cercetare de marketing.	10 ore		
TC2 : Aplicarea planului de cercetare și prezentarea rezultatelor	10 ore		
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenţi

1. M. Bălău, „Cercetări de marketing – suport de curs”, Editura Universitară „Danubius”, Galaţi - **Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai**
2. Datculescu, Petre – Cercetarea de marketing – Bucureşti, Editura Brandbuilders, 2006
3. Nedelea A.M., Nedelea M.O., Cioban, G.L.; Cioban, C.I. – Politici de marketing. Studii de caz – Editura Economică, 2018

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. Bălău, M. – Motive simbolice, instrumentale și afective în modelarea deciziei de achiziție a unui autoturism – Galați, Editura Zigotto, 2015.
2. Burns, A.C.; Veeck, A.F., Marketing research, Pearson, Hoboken, 2020
3. Cătoiu, I. ş.a. – Metode şi tehnici utilizate în cercetarea de marketing : Aplicaţii – Bucureşti, Editura Uranus, 1999
4. Chelcea, S. – Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative – București, Editura Economică, 2007.
5. Cohen, L., Manion, L., Morrison, K. – Research Methods in Education – New York, Routledge, 2007.
6. Datculescu, Petre – Cercetarea de marketing – Bucureşti, Editura Brandbuilders, 2006
7. Eisend, M., & Kuss, A. (2019). Research methodology in marketing (pp. 83-106). Cham, Switzerland: Springer International Publishing
8. Günther, M., Vossebein, U., & Wildner, R. (2022). Market Research with Panels. Springer Texts in Business and Economics
9. Hague, P., Market research in practice, Kogan Page, London, 2022.
10. Knaflic, C. N. (2025). Storytelling with data: A data visualization guide for business professionals. John Wiley & Sons.
11. Nedelea, A.-M., Nedelea, M.-O., Cioban, G.-L., Cioban, C.-I. (coord.),Politici de marketing, Editura Economică 2018
12. Nedelea, A.-M.,Marketing în turism, teorie și practică, Editura Economică, 2020.
13. Prutianu, Ştefan – Cercetarea de marketing – Iaşi, Editura Polirom, 2005
14. Wilson, Johnatan – Essentials of Business Research. A Guide to Doing Your Research Project, Sage Publishing, 2014.

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

- Participarea la identificarea unor soluții pentru cercetarea de marketing aplicată la nivelul firmelor locale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Parcurgerea bibliografiei obligatorii, cunoașterea metodelor calitative și cantitative de cercetare de marketing	Examen scris pe platforma Danubius Online	60%
10.5 TC	Efectuarea temelor de control de pe platforma Sakai;	Evaluare continuă prin intermediul platformei Danubius Online	30%

	Prezentarea în cadrul întâlnirilor tutoriale a temei de control referitoare la proiectul de cercetare aplicată realizat în echipă.	Prezentări ale studenților prin intermediul platformei Danubius Online	10%
10.6 AA			

10.7 Standard minim de performanță

- cunoașterea metodelor calitative și cantitative de cercetare de marketing;
- competențe de analiza răspunsurilor primite la un sondaj de opinie prin grafice și analize de frecvență, analize bivariate, analize de corelație și analize de regresie liniară simplă.

Data completării
10/09/2026

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect.univ.dr. Bălău Mădălina

Data avizării în departament
11/09/2026

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Bălău Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA INTERNAȚIONALĂ DANUBIUS
	1.2 Facultatea /	AFACERI GLOBALE ȘI LEADERSHIP
	1.3 Departamentul	AFACERI, FINANȚE ȘI CONTABILITATE
	1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
	1.5 Ciclul de studii[1]	LICENȚĂ
	1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
	1.7 Forma de învățământ	**Învăţământ la Distanţă**
	1.8 Anul universitar	2026-2027

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**ECONOMIE COMERCIALĂ**				
2.2 Coordonator disciplină			Lect. univ. dr. Rose-Marie Pușcaciu				
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			Lect. univ. dr. Rose-Marie Pușcaciu				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									Ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									20
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									20
Examinări									2
Alte activități									2

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoștințe	Studentul/Absolventul definește conceptele privind cererea şi oferta de bunuri şi servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor şi a normelor de protecţie a acestora.
2 Aptitudini	Studentul/Absolventul identifică și selectează fluxurile și tehnicile de comercializare diferențiate după natura produselor și serviciilor.
3 Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora studii şi analize, organizatorice şi de eficienţă a activităţii firmelor în vederea acordării de consiliere şi asistenţă.

6.b) Competențe specifice acumulate

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opţională, facultativă

Competențe profesionale	CP4. Analizează planuri de afaceri. CP9. Asigură serviciile pentru clienți. CP15 Elaborează catalogul de produse. CP18. Ia decizii comerciale strategice. CP19. Identifică nevoi organizaționale nedetectate. CP21. Interpretează informațiile comerciale. CP26. Realizează analiza afacerii. CP27. Realizează analiza nevoilor consumatorilor.
Competențe transversale	

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina „Economie comercială" urmărește asimimilarea de către studenți a conceptelor și a teoriilor, dar și dezvoltarea abilităţilor și a competenţelor necesare utilizării a instrumentarului specific domeniului.
7.2 Obiectivele specifice	I. Obiective cognitive - familiarizarea cursanţilor cu terminologia, precum şi cu fenomenele şi procesele economice specifice disciplinei „Economie comercială"; - dezvoltarea abilităţilor şi competenţelor specifice utilizării adecvate a instrumentarului specific domeniului „Economie comercială"; - dezvoltarea capacităţii de analiză şi sinteză a fenomenelor şi proceselor economice în ansamblu, analiza mediului de afaceri şi mercantizarea optimă a spaţiilor de vânzare. II. Obiective procedurale - înţelegerea rolului comerţul ui în cadrul economiei naţionale; - înţelegerea şi aplicarea principiilor economice privind adaptarea ofertei la particularităţile purtătorilor de cerere; - optimizarea distribuţiei mărfurilor; - localizarea şi mercantizarea unui spaţiu de vânzare; - planificarea judicioasă, organizarea şi controlul diferitelor operaţiuni de comerţ; - eficientizarea tranzacţiilor comerciale. III. Obiective atitudinale - respectarea normelor de deontologie profesională (a codului deontologic), fundamentate pe opţiuni valorice explicite, specifice specialistului în comerț; - cooperarea în echipe de lucru pentru eficientizarea activității de comerț; - evitarea anumitor erori în activitatea de comerț; - urmărirea corectă a etapelor derulării tranzacțiilor comerciale

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
I. Comerțul în context contemporan.	2	Platforma de e-learining, Expunere în tehnologie ID, Studiul individual, studiul comparativ, Învățare prin probleme referatul, documentarea, joc de rol, studiul de caz, metoda activitatii pe grupe, dezbaterea, analiza, în cadrul tutorialelor și prin comunicare bidirecțională (pe platformă, lucrări practice	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai
II. Aspecte moderne ale comerțului și ale activității comerciale	2		
III. Organizarea comerțului.	4		
IV. Cererea și oferta de bunuri.	2		
V. Piața bunurilor și a serviciilor.	2		
VI. Prețurile mărfurilor și ale serviciilor.	2		
VII. Comerțul cu amănuntul.	4		
VIII. Comerțul cu ridicata.	2		
IX. Distribuția mărfurilor.	2		
X. Relațiile de colaborare dintre comercianți și producători.	2		
XI. Eficiența activității comerciale.	2		
XII. Managementul serviciilor comerciale.	2		
8.2 AT (format hibrid: față în față şi online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)- potrivit Orarului	Nr.ore		
AT1: Cadrul general de organizare și funcţionare a comerţului în economia contemporană și coordonatele pieței bunurilor și a serviciilor (format online)	4		
AT2: Comerțul cu amănuntul și comerțul cu ridicata. Relațiile de colaborare dintre comercianți și producători. Eficiența economică a întreprinderilor	4		

comerciale și managementul serviciilor comerciale. (format online)			
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
TC1: Realizați un eseu științific alegând una dintre următoarele teme: 1. Efectele globalizării asupra activității de comerț din România 2. Efectele integrării României în Uniunea Europeană asupra comerțului românesc	10		
TC2: Realizați un eseu științific alegând una dintre următoarele teme: 1. Efectele apariției marilor centre comerciale în România 2. Specificul vânzărilor din România în perioada sărbătorilor 3. Efectele comerțului electronic în economie	10		
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenţi

1. Rose-Marie Pușcaciu,.Economie comercială, note de curs disponibile pe platforma Sakai

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. Carlos A. Carrasco, Edgar Demetrio Tovar-García, "Trade and growth in developing countries: the role of export composition, import composition and export diversification", Volume 54, 2021, pages 919–941, https://link.springer.com/article/10.1007/s10644-020-09291-8
2. Pinelopi K. Goldberg, Tristan Reed, "Is the Global Economy Deglobalizing? If So, Why? And What Is Next? ", Brookings Papers on Economic Activity, Johns Hopkins University Press, 2023, pp. 347-423, https://muse.jhu.edu/article/919362
3. Marc J. Melitz & Stephen J. Redding, "Trade and Innovation", National Bureau of Economic Research, Working Paper 28945, 2022, http://www.nber.org/papers/w28945
4. P. Niluka S. P. Ekanayake, Jakob B. Madsen & Tushar Bharati, "Trade and economic growth: Does the sophistication of traded goods matter?", Journal of Economic Growth, Volume 28, 2023, pages 481–524, https://link.springer.com/article/10.1007/s10887-023-09224-w
5. Pușcaciu Florin-Dan, Pușcaciu Rose-Marie, "Consistency and Inconsistency in the Romanian Foreign Trade", International Conference "European Integration - Realities and Perspectives", Danubius University, Galați, May 2019, Print ISSN: 2067-9211, Online ISSN: 2069-9344, cotație BDI, http://www.conferences.univ-danubius.ro/index.php/EIRP/EIRP2019/paper/view/2040

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întalniri cu reprezentați ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile.	Examen scris/online pe Platforma de eLearning	70%
10.5 TC	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, teme de control, teste, joc de rol, participarea la dezbateri	Evaluare continuă/Teme de control/Teste	30%
10.6 AA			
10.7 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporţie de 50% a informaţiei transmise;			

Data completării
07.09.2026

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect. univ.dr. Rose-Marie Pușcaciu

Data avizării în departament
11.09.2026

Semnătura directorului de departament

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	**Universitatea Internațională Danubius**
	1.2 Facultatea /	**Afaceri Globale şi Leadership**
	1.3 Departamentul	**Afaceri, Finanțe şi Contabilitate**
	1.4 Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
	1.5 Ciclul de studii[1]	**Licență**
	1.6 Programul de studii	**Economia Comerțului, Turismului şi Serviciilor**
	1.7 Forma de învățământ	**Învățământ la Distanță**
	1.8 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**Tehnica negocierilor în afaceri**					
2.2 Coordonator disciplină			**Lect.univ.dr. Mădălina Bălău**					
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			**Lect.univ.dr. Mădălina Bălău**					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]		Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-

3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar	ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie şi notițe	30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate şi pe teren	12
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste şi eseuri	20
Examinări	2
Alte activități	5

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfăşurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfăşurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector şi acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfăşurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfăşurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare şi conexiune internet

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoştințe	Studentul/Absolventul acumulează cunoştințe fundamentale privind definirea, tipologia şi principiile negocierii, demonstrează înțelegerea factorilor de mediu care influențează desfăşurarea proceselor de negociere.
2 Aptitudini	Studentul/Absolventul negociază clauzele specifice contractelor în vederea încheierii acestora precum şi stabilirea de parteneriate strategice, participă la rezolvarea problemelor complexe şi imprevizibile, cum ar fi gestionarea conflictelor, identifică diferențele culturale şi diferențele dintre sistemele juridice, colaborând eficient cu parteneri internaționali.
3 Responsabilitate şi autonomie	Studentul/Absolventul activează o deschidere colaborativă în echipe care gestionează negocieri complexe, integrând aspectele interculturale şi acordând atenție impactului potențial al acestora asupra comunicării cu partenerii, demonstrează proactivitate contribuind la realizarea unui dosar de negociere şi acționează responsabil în cadrul procesului de luare a deciziilor în vederea încheierii acordurilor şi contractelor internaționale.

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opțională, facultativă

6.b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP28. Stabilește relații de afaceri - Stabilește o relație pozitivă, pe termen lung, între organizații și părțile terțe interesate, cum ar fi furnizorii, distribuitorii, acționarii și alte părți interesate, pentru a-i informa cu privire la organizație și obiectivele ei. CP29 Stabilește detaliile legate de cazare, transport și activități - Cooperează cu operatorii de transport cu autocarul, cu furnizorii de servicii de transport și cu furnizorii de servicii de cazare pentru a programa transportul, cazarea și activitățile. CP34. Include criteriile economice în procesul decizional - - Elaborează propuneri și ia deciziile corespunzătoare, ținând seama de criterii economice.
Competențe transversale	CT3. Respectă codul etic și de conduită în afaceri - Respectă și urmează codul etic și de conduită promovat de companii și întreprinderi în general. Se asigură că operațiunile și activitățile respectă codul de conduită și operațiunile etice de-a lungul întregului lanț de aprovizionare. CT4. Respectă codul de conduită etică în turism - Prestează servicii turistice în conformitate cu principiile morale acceptate. Aceasta include echitatea, transparența și imparțialitatea.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să ofere competențe pentru înțelegerea teoriei și proceselor de negociere ce au loc într-o multitudine de situații de afaceri. Cursul este relevant pentru o probleme variate de negociere la care trebuie să răspundă un manager și un profesionist economist.
7.2 Obiectivele specifice	● Cunoașterea conceptelor specifice negocierii în afaceri; ● Cunoașterea și aplicarea etapelor de pregătire a unei negocieri în afaceri; ● Dezvoltarea capacității de comunicare necesare în stăpânirea tehnicilor de negociere; ● Cunoașterea și aprofundarea principalelor metode și tehnici de negociere; ● Utilizarea eficientă a tehnicilor de negociere în funcție de parteneri și stilul abordat de aceștia.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
Unitatea 1: Noțiuni introductive de negociere	6 ore		
Unitatea 2: Pregătirea negocierii	8 ore		
Unitatea 3: Strategii și tehnici de negociere	7 ore		
Unitatea 4: Persuasiune și etică în negociere.	7 ore		
8.2 AT (format hibrid: față în față și online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)-potrivit Orarului	Nr.ore		
AT1 : Noțiuni introductive de negociere; Pregătirea negocierii	4 ore (Față în Față)		
AT2 : Strategii și tehnici de negociere; Persuasiune și etică în negociere.	4 ore (Online)		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
TC1 : Analiza unei situații de negociere	15 ore		
TC2 : Test de evaluare pe parcursul semestrului	5 ore		
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

1. Mădălina Bălău, (2022) „Tehnica negocierilor in afaceri. Curs ID/FR Ediție revizuită și adăugită”, Editura Universitară Danubius Galați - **Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai**
2. Prutianu, Ş. (2008), Tratat de comunicare şi negociere în afaceri, Editura Polirom, Iaşi
3. Thompson, L. (2006), Mintea şi inima negociatorului. Manual complet de negociere., Editura Meteor Press, Bucureşti

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. Lewicki, R.J., B. Barry, D.M. Saunders (2016), Essentials of Negotiation, Ediția a VI-a, McGraw-Hill Education, New York
2. Helmold, M., Dathe, T., & Hummel, F. (2022). Successful negotiations. Springer Books.
3. Prutianu, Ş. (2008), Tratat de comunicare şi negociere în afaceri, Editura Polirom, Iaşi.

4. Py, P. (2007), Acord în negociere. Power Pricing, Ediția a 2-a., Rentrop & Straton, București.
5. Thompson, L. (2006), Mintea și inima negociatorului. Manual complet de negociere., Editura Meteor Press, București
6. Adair, W. L., & Brett, J. M. (2004). Culture and Negotiation Processes. In M. J. Gelfand & J. M. Brett (Eds.), The handbook of negotiation and culture (pp. 158–176). Stanford University Press.
7. Khan, M. A., & Ebner, N. (Eds.). (2019). The Palgrave handbook of cross-cultural business negotiation. Cham: Palgrave Macmillan.
8. Dinnar, S., & Susskind, L. (2018). Entrepreneurial negotiation: Understanding and managing the relationships that determine your entrepreneurial success. Springer..

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

- Aplicarea tehnicilor de negociere în exerciții ce țin de negociere la angajare sau negocierea în vederea achiziționării de produse și/sau servicii de către firmă.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Parcurgerea bibliografiei obligatorii, caracteristicilor și deosebirilor dintre negocierea distributivă și negocierea integrativă; cunoașterea conceptelor de BATNA și preț de rezervă	Examen scris pe platforma Danubius Online	60%
10.5 TC	Efectuarea temei de control și testului de pe platforma Sakai;	Evaluare continuă prin intermediul platformei Danubius Online	30%
	Prezentarea analizei situației de negociere și strategiilor și tacticilor propuse în cadrul temei de control.	Prezentări ale studenților prin intermediul platformei Danubius Online	10%
10.6 AA			
10.7 Standard minim de performanță			
● Cunoașterea caracteristicilor și deosebirilor dintre negocierea distributivă și negocierea integrativă; ● Cunoașterea conceptelor de BATNA și preț de rezervă ● Estimarea prețului de rezervă.			

Data completării
10/09/2026

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect.univ.dr. Bălău Mădălina

Data avizării în departament
11/09/2026

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Bălău Mădălina

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEAINTERNAȚIONALĂ DANUBIUS**
	1.2 Facultatea /	AFACERI GLOBALE ȘI LEADERSHIP
	1.3 Departamentul	AFACERI, FINANȚE ȘI CONTABILITATE
	1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
	1.5 Ciclul de studii[1]	**Licenta**
	1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
	1.7 Forma de învăţământ	**Învăţământ la Distanţă**
	1.8 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**ECONOMIA TURISMULUI**				
2.2 Coordonator disciplină			Prof.univ.dr. Turtureanu Anca				
2.3 Tutore			Prof.univ.dr. Turtureanu Anca				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I[3].	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									21
Pregătire activităţi aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									24
Examinări									4
Alte activități									-

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare şi conexiune internet

6. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul definește conceptele şi principiile specifice coordonării şi gestiunii activităţilor de servicii, turism, hotelărie şirestauraţie şi a noţiunilor conexe de geografie.

[1] licență, masterat, doctorat

[2] obligatorie, opțională, facultativă

[3] A.I. – Activități de autoinstruire

Aptitudini	Studentul/Absolventul rezolvă probleme simple, bine definite, asociate coordonăriişi gestiunii activităţilor de servicii, turism, hotelărie şi restauraţie
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a propune modalităţile de concepere a produsului turistic, a tehnicilor de comercializare.comportamentului operatorilor economici în contextul creat de legislaţia şi regulamentele aferente în vigoare.

6. b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP7 Analizează tiparele de rezervare. CP9. Asigură serviciile pentru clienți. CP11. Coordonează eforturile părților interesate pentru promovarea destinațiilor CP15 Elaborează catalogul de produse. CP17 Gestionează veniturile hoteliere. CP23. Lucrează în echipă în sectorul turism, hoteluri și restaurante. CP25 Previzionează cererea de cazare. CP31 Utilizează platforme de e-turism. CT4. Respectă codul de conduită etică în turism.
Competențe transversale	

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea capacității studenților de a înțelege și utiliza conceptele, principiile și mecanismele economiei turismului, de a explica funcționarea pieței turistice și a sistemelor de organizare a destinațiilor, precum și de a aplica instrumente de analiză și gestiune în fundamentarea deciziilor privind serviciile, produsele și activitățile turistice. Disciplina urmărește dezvoltarea unei abordări responsabile și autonome în coordonarea activităților turistice, în relația cu clienții și părțile interesate, în promovarea destinațiilor și în utilizarea tehnologiilor și platformelor specifice turismului.
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea disciplinei, studentul va fi capabil: - să definească și să utilizeze corect conceptele, principiile și mecanismele specifice economiei turismului, serviciilor turistice, hotelăriei și restaurației; - să descrie tipurile și formele de turism, caracteristicile pieței turistice, relațiile dintre cerere, ofertă, consum și comportamentul operatorilor economici; - să explice organizarea bazinelor și destinațiilor turistice, rolul transporturilor și al instituțiilor și organizațiilor profesionale în funcționarea și promovarea activității turistice; - să calculeze și să interpreteze indicatorii ofertei, circulației și rezultatelor economice din turism și să utilizeze aceste informații pentru rezolvarea unor probleme simple, bine definite; - să fundamenteze soluții privind coordonarea și gestiunea serviciilor turistice, finanțarea investițiilor, elaborarea și comercializarea produselor turistice și promovarea destinațiilor; - să utilizeze platforme de e-turism și surse digitale de documentare pentru activități de rezervare, promovare și fundamentare a deciziilor; - să colaboreze în echipă și cu părțile interesate, să asigure servicii orientate către client și să respecte principiile eticii profesionale în turism.

8. Conținuturi 8.1 AI	Nr.ore	Metode de predare/lucru	Observații
I Introducere în turism - 8 ore Concepte şi definiţii Tipuri şi forme de turism	**8ore**	- Expunerea: descrierea, explicația, prelegerea dialog, prelegeri cu oponenți, prelegeri în echipă. - Postarea cursurilor pe platforma electronică de învățământ Danubius online (la Resurse) - Suportul de curs în format IDFR - Conversația:, dezbaterea, dialogul, conversații de fixare și consolidare a cunoștințelor, conversații de sistematizare și sinteză, conversații de aplicare. - Problematizarea: utilizarea întrebărilorproblemă, problemelor și situațiilorproblemă.	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai
II Piaţa turistică şi serviciile specifice turismului -8 ore Piaţa turistică Cererea de servicii turistice Oferta de servicii turistice Serviciile specifice turistice	**8ore**		
III Bazinele turistice şi transporturile în turism -6 ore Bazinele turistice Transporturile în turism	**6 ore**		
IV Marketingul în turism şi sistemul de indicatori ai turismului - 6 ore Marketingul în turism Sistemul de indicatori ai turismului	**6 ore**		
8.2 AT – format online	Nr.ore		
AT1: Introducere conţinut şi sfera de cuprindere a industriei turistice; Tipologia, rolul şi loculturismului în economie:Piaţa turistică şi serviciile specifice turismului	4ore		
AT2: Bazinele turistice şi transporturile în turism şi sistemul de indicatori ai turismului	4 ore		
8.3 TC	Nr.ore		
Tema de control 1: TC1: Alcătuiţi o lucrare cu tema:Organizarea spaţiului destinat agrementului în oraşul X. (de preferat o capitală sau un oraş - cu rezonanţă turistică mondială)	10 ore Termen de predare: 15.04.2026		
Tema de control 2: TC2: Alcatuiti o lucrare cu tema: Premisele dezvoltarii turistice in zona litoralului Marii Negre(alegeti oricare tara riverana Marii Negre.)	10 ore Termen de predare: 25.05.2026		

Bibliografie

Bran F., I . Istrate, A. G. Rosu, Economia turismului şi mediul înconjurator, Editura Economică, 1996

Băltăreţu Andreea Mihaela, - Economia industriei turistice, Editura Universitară, Bucureşti, 2016

Dorin Paul Bâc, Turismul și dezvoltarea durabilă: realități, provocări, oportunități, Editura Economica , Bucuresti, 2013

Cocean, R., Moisescu, O.I., Toader, V., 2014. *Economie și planificare strategică în turism,* Editura Risoprint, Cluj-Napoca.

Victor-George Constantinescu, Strategii de promovare a destinatiilor turistice utilizate de agentiile de turism, 2021, Editura: Economica

MIHAI COSTEA, Implicatiile noilor tehnologii informationale in cresterea competitivitatii turistice
Editura: ECONOMICA, 2019

Cristureanu, C. ş.a. – Turism internaţional : Studii de caz : Legislaţie - Bucureşti, Editura Oscar Print, 1999

Cristureanu, Cristiana – Strategii şi tranzacţii în turismul internaţional – Bucureşti, Editura C.H. Beck, 2006

Enea Constanţa - Economia turismului, partea III, Editura Sitech, Craiova, 2019

Lupu, N., 2010.*Hotelul – economie şi management*, Editura C.H. Beck, Bucureşti.

Valentin Mihai, Economia Turismului Suport de Curs , 2020, Cluj-Napoca http://econ.usamvcluj.ro/wp-content/uploads/2020/04/Economia-turismului-Suport-curs-Licen%C8%9B%C4%83-2020.pdf

Nicolae Neacșu,Andreea Baltaretu, Monica Neacșu, Marcela Drăghilă, Resurse și destinații turistice în România, 2016, Editura: Universitară; Bucuresti

Constantin Niță, Expansiunea turismului romanesc, 2019, Editura Creator

Patrichi, I., - Agrementul și animația în industria turismului, ediția a 2-a, București, Editura ProUniversitaria, 2015

Turtureanu a. G., Economia Turismului, editura Didactica si Pedagogica, 2009

Turtureanu Anca-Gabriela, *Economia turismului*, 2026, Editura Zigotto Galati

TurtureanuA, Culegere de intrebari, teste si probleme pentru seminarul de economia serviciilor si turismului, Ed. Fundaţiei Academice Danubius Galaţi, 2006

Turtureanu Anca-Gabriela, *Managementul Destinatiilor Turistice* editia a II-a , 2014, Editura Zigotto Galati

Norbert Vanhove, The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice 4th Edition
Publisher : Routledge; 4th edition (June 20, 2022)

Turtureanu, A.-G.; Pripoaie, R.; Cretu, C.-M.; Sirbu, C.-G.; Marinescu, E.Ș.; Talaghir, L.-G.; Chițu, F. A Projection Approach of Tourist Circulation under Conditions of Uncertainty. *Sustainability***2022**, *14*, 1964. https://doi.org/10.3390/su14041964

Turtureanu, A.-G., Crețu, C.-M., Pripoaie, R., Marinescu, E. Ș., Sîrbu, C.-G., & Talaghir, L.-G. (2025). Sustainable Development Through Agritourism and Rural Tourism: Research Trends and Future Perspectives in the Pandemic and Post-Pandemic Period. *Sustainability*, *17*(9), 3998. https://doi.org/10.3390/su17093998

Cretu, Carmen-Mihaela, Anca-Gabriela Turtureanu, Carmen-Gabriela Sirbu, Florentina Chitu, Emanuel Ștefan Marinescu, Laurentiu-Gabriel Talaghir, and Daniela Monica Robu. 2021. "Tourists' Perceptions Regarding Traveling for Recreational or Leisure Purposes in Times of Health Crisis" *Sustainability* 13, no. 15: 8405. https://doi.org/10.3390/su13158405

Ordinul ANT 65 2013 norme metodologice certificare brevet licente clasificare

***ORDONANȚĂ nr. 2 din 2 august 2018 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate,precum și pentru modificarea unor acte normative

*** ORDIN nr. 1.179 din 10 octombrie 2018 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice privind eliberarea certificatelor de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică, a licențelor și brevetelor de turism, aprobate prin Ordinul președintelui Autorității Naționale pentru Turism nr. 65/2013

*** ORDIN nr. 65 din 10 iunie 2013pentru aprobarea Normelor metodologice privind eliberarea certificatelor de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică, a licențelor și brevetelor de turism

"World Bank Group. 2020. WBG Support for Tourism Clients and Destinations During the COVID-19 Crisis. WorldBank, Washington, DC. © World Bank. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/33480 License: CC BY 3.0 IGO."https://data.wto.org/

https://www.worldbank.org/en/about/annual-report/world-bank-group-downloads

https://wttc.org/Research/Economic-Impact

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

- Participarea la identificarea unor soluţii pentru probleme ale societății legate de dezvoltare economică și globalizare.
- Conţinutul disciplinei este în concordanţă cu ceea ce se face în alte centre universitare din tara si din străinătate. Pentru o mai buna adaptare la cerinţele pieţei muncii a conţinutului disciplinei, au avut loc întalniri atât cu reprezentaţi ai mediului de afaceri, cât si cu profesori de turism din învăţământul preuniversitar gălatean.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	70%

10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continua/Teme de control/Teste/ **pe platforma SAKAI**	30%
10.6 AA	Se evaluaează conţinutul proiectului şi răspunsurile la întrebări	Susținere proiect/lucrări practice	-
10.7 Standard minim de performanță			
cunoaşterea în proporţie de 50% a informaţiei transmise; Notarea cu minim 0,75 puncte a fiecărei teme de control de pe platforma electronică de învățământ Sakai(Danubius online)			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar/laborator/proiect
05.09.2026	Prof. univ.dr. Turtureanu Anca Gabriela	Prof. univ.dr. Turtureanu Anca Gabriela

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
11.09.2026	Lect. univ.dr. Mădălina BĂLĂU

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	**Universitatea Internațională Danubius**
	1.2 Facultatea /	**Afaceri Globale şi Leadership**
	1.3 Departamentul	**Afaceri, Finanțe şi Contabilitate**
	1.4 Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
	1.5 Ciclul de studii[1]	**Licență**
	1.6 Programul de studii	**Economia Comerțului, Turismului şi Serviciilor**
	1.7 Forma de învățământ	**Învățământ la Distanță**
	1.8 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**Comportamentul consumatorului**				
2.2 Coordonator disciplină			**Lect.univ.dr. Mădălina Bălău**				
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			**Lect.univ.dr. Mădălina Bălău**				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-

3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar	ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie şi notițe	30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate şi pe teren	12
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste şi eseuri	20
Examinări	2
Alte activități	5

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfăşurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfăşurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector şi acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfăşurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfăşurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare şi conexiune internet

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoştințe	Studentul/Absolventul explică conceptele fundamentale privind comportamentul consumatorului, modelele de cerere şi tendințele de rezervare în turism şi servicii precum şi metodele de analiză a datelor relevante.
2 Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează şi interpretează date referitoare la comportamentele recurente de rezervare identificând tipare, sezonalități şi factori determinanți în vederea formulării de prognoze şi decizii operaționale
3 Responsabilitate şi autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a contribui la optimizarea strategiilor de rezervare prin anticiparea comportamentului clienților, acționând cu autonomie şi asumându-şi responsabilitatea pentru propunerile de adaptare a politicilor comerciale şi de marketing.

6.b) Competențe specifice acumulate

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opțională, facultativă

Competențe profesionale	CP1. Analizează factorii externi ai societăților - efectuează activități de cercetare și analiză a factorului extern care ține de întreprinderi, cum ar fi consumatorii, poziția pe piață, concurenții și situația politică. CP7 Analizează tiparele de rezervare - studiază, înțelege și prevede modele recurente și comportamente în materie de rezervare. CP9. Asigură serviciile pentru clienți - Păstrează cel mai înalt nivel posibil al serviciilor oferite clienților și se asigură că serviciile pentru clienți sunt puse la dispoziție în orice moment și într-un mod profesional. Ajută clienții sau participanții să se simtă confortabil și îi sprijină în realizarea de solicitări speciale. CP13. Desfășoară cercetare calitativă – colectează informații relevante prin aplicarea metodelor sistematice, cum ar fi interviurile, grupurile de reflecție, analiza textului, observațiile și studiile de caz. CP14. Desfășoară cercetare cantitativă – execută o investigație empirică sistematică a fenomenelor observabile prin tehnici statistice, matematice sau de calcul. CP17 Gestionează veniturile hoteliere - Supraveghează veniturile hoteliere prin înțelegerea, monitorizarea, estimarea și reacția la comportamentul consumatorilor, pentru a maximiza veniturile sau profiturile, pentru a menține profitul brut bugetat și a reduce la minimum cheltuielile. CP27 Realizează analiza nevoilor consumatorilor - - Analizează obiceiurile și nevoile consumatorilor și ale grupurilor-țintă pentru a concepe și a aplica noi strategii de marketing și pentru a vinde mai multe mărfuri într-un mod mai eficient.
Competențe transversale	CT3. Respectă codul etic și de conduită în afaceri - Respectă și urmează codul etic și de conduită promovat de companii și întreprinderi în general. Se asigură că operațiunile și activitățile respectă codul de conduită și operațiunile etice de-a lungul întregului lanț de aprovizionare.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Comportamentul consumatorului are ca obiectiv general însușirea de către studenți a unei concepții orientate pe client/consumator în definirea planului de afaceri și a strategiilor de marketing. Urmând această disciplină veți învăța despre teoriile fundamentale și conceptele din psihologia consumatorului și veți dobândi cunoștințe despre modul în care oamenii aleg, utilizează și evaluează bunurile și serviciile, precum și despre motivele din spatele acestora.
7.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea teoriilor esențiale din științele comportamentale precum și a descoperirilor majore din aplicarea lor în cercetarea consumatorului (psihologie, sociologie, economie); - Înțelegerea și interpretarea comportamentului consumatorului pe baza teoriilor din științele comportamentale; - Aplicarea conceptelor și teoriilor comportamentale în dezvoltarea și evaluarea strategiilor de marketing; ● - Dobândirea de cunoștințe esențiale despre metodologia de cercetare a comportamentului consumatorului, necesare interpretării rezultatelor unei cercetări de piață și aplicării lor în managementul organizației.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
Unitatea 1: Introducere în problematica comportamentului consumatorului	6 ore		
Unitatea 2: Modelarea comportamentului consumatorului	8 ore		
Unitatea 3: Influențe interne și externe asupra comportamentului consumatorului	8 ore		
Unitatea 4: Procesul decizional al consumatorului	6 ore		
8.2 AT (format hibrid: față în față și online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)-potrivit Orarului	Nr.ore		
AT1: Noțiuni introductive despre comportamentului consumatorului; Modelarea comportamentului consumatorului	4 ore (Față în Față)		

AT2: Variabile interne și externe care influențează comportamentul consumatorului; Procesul decizional al consumatorului	4 ore (Online)		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
TC1: Test pe parcursul semestrului	5 ore		
TC2 : Efectuarea unui proiect la alegere despre traseu experienței clientului/utilizatorului (Customer Journey Mapping)	15 ore		
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenţi

1. M. Bălău, „Comportamentul consumatorului – suport de curs”, Ed. Fundaţiei Academice „Danubius”, Galaţi, 2016-

Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. **1.** Ajzen, I. „The Theory of Planned Behaviour.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes 50*, 179-211, 1991
2. Bagozzi, R. P., & Yaprak, A. (2025). *Foundations of Consumer Behavior: Insights from Cross-Cultural Contexts*. Springer Nature.
3. Bălău M., „Motive simbolice, instrumentale și afective în modelarea deciziei de achiziție a unui autoturism” Editura Zigotto, Galați, 2015
4. Datculescu, Petre – Cercetarea de marketing – Bucureşti, Editura Brandbuilders, 2006
5. Dittmar, H., Halliwell E., Banerjee R., Gardarsdottir R., & Jankovic J., „*Consumer Culture, Identity and Well-Being. The Search for the „good life” and the „body perfect”*” Hove and New York: Psychology Press, 2008
6. Hawkins D.I., Best, R.J., Coney, K.A. „Consumer Behavior. Building Marketing Strategy” Ed. McGraw-Hill/Irwin, New York, 2004
7. Hoffmann, S., & Akbar, P. (2023). *Consumer Behavior: Understanding Consumers–Designing Marketing Activities*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
8. Jackson, T., „Motivating Sustainable Consumption. A review of evidence on Consumer Behavior and Behavioral Change”. *Sustainable Development Research Network,* 2005
9. Kahneman, D.- Gândire rapidă, gândire lentă, Bucureşti, Publica, 2012
10. KOTLER, Philip.ș.a. Marketing 3.0: de la produs la consumator.. Bucureşti: Editura Publica, 2010
11. Pellegrino, A. (2024). *Decoding Digital Consumer Behavior: Bridging Theory and Practice*. Springer Nature.
12. Zaltman, Gerald – Cum gândesc consumatorii aspecte esenţiale pentru studiile de piaţă – Iaşi, Editura Polirom, 2007

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

- Participarea la identificarea unor soluții pentru probleme ale societății și la nivel de individ referitor la problemele contemporane legate de consum.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Parcurgerea bibliografiei obligatorii, cunoașterea conceptului de model al comportamentului consumatorului și a etapelor procesului decizional al consumatorului	Examen scris pe platforma Danubius Online	60%
10.5 TC	Efectuarea unui proiect scris, la alegere, pe platforma Sakai;	Evaluare continuă prin intermediul platformei Danubius Online și la seminar	30%
	Prezentarea proiectului scris .	Prezentări ale studenților prin intermediul platformei Danubius Online și la seminar	10%
10.6 AA			

10.7 Standard minim de performanță

- cunoașterea conceptului de model al comportamentului consumatorului
- cunoașterea etapelor procesului decizional al consumatorului

- cunoaşterea rolului atitudinilor şi motivaţiilor asupra comportamentului consumatorului
- cunoaşterea rolului culturii, valorilor, familiei şi grupurilor de referinţă asupra comportamentului consumatorului

Data completării
10/09/2026

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect.univ.dr. Bălău Mădălina

Data avizării în departament
11/09/2026

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Bălău Mădălina

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională „DANUBIUS” din Galați
	1.2 Facultatea /	FACULTATEA DE AFACERI GLOBALE ȘI LEADERSHIP
	1.3 Departamentul	ADMINISTRAREA AFACERILOR
	1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
	1.5 Ciclul de studii[1]	Licență
	1.6 Programul de studii	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor
	1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
	1.8 Anul universitar	2026-2027

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE**				
2.2 Coordonator disciplină			Lect.univ.dr. Ciprian Manea				
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			Lect.univ.dr. Ciprian Manea				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									30
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									30
Examinări									2
Alte activități									2

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar		94
3.8 Total ore pe semestru		150
3.9 Numărul de credite		6

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	sală de seminar dotată cu proiector, acces la Internet și la platforma Danubius Online (Sakai)
5.3 de desfășurare a TC	Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	Nu este cazul

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoștințe	Studentul/Absolventul identifică și explică conceptele, principiile și metodele specifice managementului resurselor umane, inclusiv planificarea activităților, motivarea personalului și comunicarea eficientă în echipă.
2 Aptitudini	Studentul/Absolventul aplică metode de organizare, planificare și coordonare a activităților angajaților oferind instrucțiuni clare și îndrumare pentru atingerea obiectivelor organizaționale.
3 Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a gestiona echipe sau activități individuale cu un grad ridicat de autonomie, asumându-și responsabilitatea pentru maximizarea performanței și contribuției angajaților în conformitate cu obiectivele societății.

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opțională, facultativă

6.b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP2. Analizează factorii interni ai societăților. CP8. Aplică managementul schimbării. CP12. Coordonează o echipă. CP23. Lucrează în echipă în sectorul turism, hoteluri și restaurante. CP32. Ține legătura cu managerii.
Competențe transversale	Nu este cazul

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea capacității de a analiza, proiecta și evalua procesele de management al resurselor umane în raport cu strategia, performanța și contextul organizațional, utilizând instrumente manageriale, date HR și tehnologii digitale într-o manieră etică și responsabilă.
7.2 Obiectivele specifice	O1. Să definească și să explice conceptele fundamentale ale managementului resurselor umane și evoluția rolului HR în organizații; O2. Să analizeze relația dintre strategia organizației, capitalul uman, cultura organizațională și procesele HR; O3. Să aplice instrumente de workforce planning, gap analysis, analiză și proiectare a posturilor; O4. Să proiecteze procese de recrutare, selecție și onboarding și să identifice sursele de bias din deciziile de angajare; O5. Să utilizeze instrumente de management al performanței, învățării, carierei, talentului și recompensării; O6. Să analizeze relațiile de muncă, conflictele, diversitatea, wellbeing-ul și schimbarea organizațională; O7. Să calculeze și să interpreteze indicatori de people analytics și să fundamenteze decizii HR pe baza datelor; O8. Să evalueze utilizarea digitalizării și AI în HR și să formuleze soluții privind guvernanța, human oversight și AI readiness.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	**Nr.ore**	**Metode de predare**	**Observații**
AI1: Modulul 1: Fundamentele managementului resurselor umane – rol, evoluție, obiective	2		
AI2: Modulul 2: Managementul strategic al resurselor umane – aliniere, capital uman, HR Business Partner și HR scorecard	2		
AI3: Modulul 3: Cultura organizațională și comportamentul la locul de muncă – valori, leadership și motivare	2		
AI4: Modulul 4: Planificarea strategică a forței de muncă – workforce planning, cerere, ofertă, gap analysis și scenarii	2		
AI5: Modulul 5: Analiza și proiectarea posturilor – job analysis, job design, competențe și flexibilitate	2		
AI6: Modulul 6: Recrutarea, employer branding și selecția – EVP, candidate experience, interviuri, teste și bias	2		
AI7: Modulul 7: Onboarding și experiența angajatului – integrare, engagement, retenție și employee journey	2		
AI8: Modulul 8: Managementul performanței – KPI, OKR, obiective SMART, feedback și calibrare	2		

AI9: Modulul 9: Învățare, dezvoltare și carieră – training, upskilling, reskilling și mobilitate	2		
AI10: Modulul 10: Talent management, succession planning și recompensare – potențial, talent pools, leadership pipeline și total rewards	2		
AI11: Modulul 11: Relații de muncă și managementul conflictelor – negociere, disciplină, comunicare și soluționarea conflictelor	2		
AI12: Modulul 12: Diversitate, echitate, incluziune, wellbeing și people analytics – indicatori, dashboard și interpretarea datelor HR	2		
AI13: Modulul 13: Digital HR și inteligența artificială. Viitorul muncii – HRIS, automatizare, AI governance, skills-based organizations și AI readiness	2		
AI14: Modulul 14: Managementul schimbării – rezistență, comunicare, stakeholder management, transformare și redesign	2		
8.2 AT (format hibrid: faţă în faţă şi online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)- potrivit Orarului	**Nr.ore**		
AT1: Recrutare, selecție și onboarding – aplicații și studii de caz	4		
AT2: People analytics, Digital HR și AI – aplicații și analiză critică	4		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	**Nr.ore**		
TC1: Workforce planning, analiza posturilor și recrutarea bazată pe competențe – proiect aplicativ	10		
TC2: Managementul performanței, people analytics și AI în HR – proiect aplicativ	10		
8.4 AA	**Nr.ore**		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți
1. Armstrong, M., & Taylor, S. (2023). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice: A Guide to the Theory and Practice of People Management. 16th ed. Kogan Page.
2. Boxall, P., & Purcell, J. (2022). Strategy and Human Resource Management. 5th ed. Bloomsbury Academic.
3. Ulrich, D., Brockbank, W., Johnson, D., Sandholtz, K., & Younger, J. (2008). HR Competencies: Mastery at the Intersection of People and Business. Society for Human Resource Management.
4. Becker, B. E., Huselid, M. A., & Ulrich, D. (2001). The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance. Harvard Business School Press.
5. CIPD (2024). Profession Map: Core Knowledge, Core Behaviours and Specialist Knowledge. Chartered Institute of Personnel and Development.
6. World Economic Forum (2025). The Future of Jobs Report 2025. Geneva: World Economic Forum.

Bibliografie de elaborare a cursului
1. Chiavenato, I. (2024). Human Resource Management. McGraw-Hill.
2. CIPD (2024–2025). People Profession / Profession Map. Chartered Institute of Personnel and Development.
3. SHRM (2024–2025). SHRM Body of Applied Skills and Knowledge (SHRM BASK). Society for Human Resource Management.
4. OECD (2023). OECD Skills Outlook 2023: Skills for a Resilient Green and Digital Transition. OECD Publishing, Paris.
5. OECD (2024). OECD Employment Outlook 2024: The Net-Zero Transition and the Labour Market. OECD Publishing, Paris.
6. OECD (2025). OECD Employment Outlook 2025. OECD Publishing, Paris.
7. World Economic Forum (2025). The Future of Jobs Report 2025. Geneva: World Economic Forum.
8. ISO (2025). ISO 30414: Human resource management — Requirements and recommendations for human capital reporting and disclosure. International Organization for Standardization.

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

Înzestrarea absolvenților cu instrumente de analiză și intervenție în domeniul resurselor umane, adaptate cerințelor actuale ale organizațiilor; dezvoltarea capacității de a fundamenta decizii HR prin date, competențe, strategie și tehnologii digitale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris pe platforma SAKAI	70%
Examen final	Cunoașterea și utilizarea conceptelor MRU; analiza și argumentarea soluțiilor HR	Examen scris online pe platforma SAKAI	70%
10.6 AA	Se evaluaează conţinutul proiectului şi răspunsurile la întrebări	Susținere proiect/lucrări practice	-
TC – evaluare pe parcurs	Calitatea aplicațiilor/proiectelor, capacitatea de analiză și aplicare	Evaluarea temelor de control pe platforma Danubius Online (Sakai)	30%
10.7 Standard minim de performanță			
• Cunoașterea în proporție de minimum 50% a informațiilor esențiale; • Rezolvarea corectă a aplicațiilor fundamentale; • Realizarea activităților de evaluare pe parcurs.			

Data completării — Semnătura coordonatorului de disciplină
10.09.2026 Lect.univ.dr. Manea Ciprian Lect.univ.dr. Manea Ciprian
Data avizării în departament — Semnătura directorului de departament
11.09.2026 Lect.univ.dr. Mădălina BĂLĂU

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	**Universitatea Internationala DANUBIUS Galați**
1.2 Facultatea /	**Facultatea de Afaceri Globale şi Leadership**
1.3 Departamentul	**AFACERI, FINANȚE ŞI CONTABILITATE**
1.4 Domeniul de studii	**Administrarea afacerilor**
1.5 Ciclul de studii[1]	**Licență**
1.6 Programul de studii	**Economia comerțului, turismului şi serviciilor**
1.7 Forma de învățământ	**Învățământ la Distanță**
1.8 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**Relații economice internaționale**				
2.2 Coordonator disciplină			**Lect. univ. dr. Gheorghe Chiru**				
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			**Lect. univ. dr. Gheorghe Chiru**				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-

3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar	ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie şi notițe	28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate şi pe teren	10
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste şi eseuri	20
Examinări	4
Alte activități	7

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	Sală dotată cu calculatoare şi conexiune internet

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoştințe	- noțiuni teoretice și concepte specifice relațiilor economice internaționale
2 Aptitudini	- capacitatea de a aplica cunoştințele în cazuri concrete
3 Responsabilitate și autonomie	- gradul de independență în luarea deciziilor și rezolvarea problemelor

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opțională, facultativă

6.b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	-Analiza mediului economic internațional:capacitatea de a interpreta tendințele economiei mondiale, dinamica pieților internaționale și mecanismele comerțului internațional; -Operarea cu instrumente specifice comerțului exterior: cunoașterea tehnicilor de negociere, derulare a tranzacțiilor internaționale și a legislației aplicabile afacerilor globale; -Elaborarea de strategii economice: proiectarea de strategii de internaționalizare pentru companii și evaluarea riscurilor economice și politice; -Managementul relațiilor economice bilaterale și multilaterale:organizarea și optimizarea schimburilor între state, instituții sau agenți economici.
Competențe transversale	-Comunicarea în limbi străine: utilizarea limbajului economic de specialitate în contexte internaționale; -Gândire geoeconomică și strategică: corelarea evenimentelor politice cu impactul lor asupra economiei pe termen scurt și lung; -Lucrul în echipe multiculturale: adaptarea la medii de afaceri diverse și internaționale

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	● Familiarizarea studenților cu mecanismele, structurile și tendințele economiei mondiale, oferindu-le o viziune amplă asupra modului în care funcționează comerțul, finanțele și fluxurile de capital la nivel global.
7.2 Obiectivele specifice	● Înțelegerea economiei mondiale; ● Asimilarea mecanismelor comerciale; ● Analiza politicilor și teoriilor; ● Integrarea economică

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
Unitatea 1 Introducere în relațiile economice internaționale -Obiectul de studiu, scopul și metodele de cercetare; -Concepte de bază: economia mondială, economia națională și economia transnațională; -Diviziunea internațională a muncii, fundamentul schimburilor globale; - Explicarea modului în care statele și actorii internaționali(organizații, corporații) interacționează economic. Interdependențele economice mondiale – 4 ore -Formarea și evoluția interdependențelor economice; -Globalizarea economică: caracteristici, factori, efecte poitive și controverse; -Actorii relațiilor economice internaționale: state naționale, organizațiile internaționale șicorporațiile transnaționale.	8 ore		

Unitatea 2 Interdependențele economice mondiale -Formarea și evoluția interdependențelor economice; -Globalizarea economică: caracteristici, factori, efecte poitive și controverse; -Actorii relațiilor economice internaționale: state naționale, organizațiile internaționale șicorporațiile transnaționale. Comerțul internațional -Teorii clasice și moderne ale comerțului internațional (avantajul absolut, avantajul comparativ); -Dinamica, structura și geografia comerțului mondial de bunuri și servicii; -Politica comercială internațională: tarife vamale, măsuri neoficiale/neovamale, protecționism versus liber schimb; - Însușirea regulilor și a modului de realizare a schimburilor externe, a comerțului internațional și a politicilor comerciale.	8 ore		
Unitatea 3 Piața valutară și balanța de plăți -Balanța de plăți externe: contul curent, contul de capital și contul financiar; -Ratele de schimb și piețele valutare internaționale; -Echilibrul extern și problemele datoriei externe; - Studierea principalelor teorii care stau la baza tranzacțiilor internaționale, a piețelor valutare și a fluxurilor investiționale. Investițiile internaționale -Investițiile Străine Directe (ISD) și rolul companiilor multinaționale; -Investițiile de portofoliu și fluxurile internaționale de capital; -Riscurile asociate investițiilor internaționale.	6 ore		
Unitatea 4 Organisme și Instituții Economice Internaționale -Sistemul Bretton Woods și arhitectura financiară globală; -Rolul Fondului Monetar Internațional (FMI) și al Băncii Mondiale; -Organizația Mondială a Comerțului (OMC/WTO) și reglementarea schimburilor globale; -Integrarea economică regională (uniuni vamale, piețe comune).	6 ore		
8.2 AT (format hibrid: faţă în faţă şi online sincron în sistem video-conferinţă pe Platforma de eLearning)-potrivit Orarului	Nr.ore		
Negocierea în relațiile economice internaționale Explicarea modului în care statele și actorii internaționali(organizații, corporații) interacționează economic.	4 ore 4 ore		
8.3 TC şi evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
Studiu de caz – Negocierea și contractele în afacerile economice Studiu de caz - Evaluarea modului în care o țară, precum România, se poate integra eficient în circuitul global și în structurile economice europene sau internaționale	10 ore 10 ore		
8.4 AA	Nr.ore		
Nu este cazul			

Bibliografie minimală de studiu pentru studenţi

- Chiru Gheorghe - Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai
- Caraiani Gheorghe, Georgescu Toma, Naneș Marcela- Managementul afacerilor, Editura Lumina Lex, București 2003
- Gheorghe Hurduzeu, Luminița Nicolescu , Relații Economice Internaționale – Teorii, strategii, instrumente și studii de caz –Editura ASE, București 2020 > https://www.ceeol.com/search/book-detail?id=938215
- Dumitru Miron, Comerț international, Editura ASE, București 2003

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. Gheorghe Hurduzeu, Luminița Nicolescu , Relații Economice Internaționale – Teorii, strategii, instrumente și studii de caz –Editura ASE, București 2020 > https://www.ceeol.com/search/book-detail?id=938215
2. Dumitru Miron, Comerț international, Editura ASE, București 2003
3. Dumitru Miron, Economia integrării europene, Editura Universitară, București 2008
4. Gheorghe Chiru, Administrarea afacerilor, Editura Zigotto, Galați 2014
5. Popescu Delia Mioara – Imperative strategice în managementul afacerilor, Editura Bibliotheca, Târgoviște 2011

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

Discutarea și adaptarea conținutului disciplinei cu reprezentanți ai mediului de afaceri pentu o mai bună înțelegere a relațiilor economice și cerințelor pieței.
Invitarea de specialiști în cadrul unor activități didactice pentu a împărtăși cu studenții experiența lor practică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Cunoașterea noțiunilor teoretice și conceptelor specifice relațiilor economice internaționale Capacitatea de a aplica cunoștințele în cazuri concrete	Examen	70%
10.5 TC	Efectuarea temelor de control pe platforma de învățământ Sakai pe parcursul semestrului	Evaluarea temelor pe platforma Danubius on-line	30%
10.6 AA	Susținere proiect/lucrări practice	Nu este cazul	-
10.7 Standard minim de performanță			
Cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise.			

Data completării
10.09 2026

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect. univ. dr. Gheorghe Chiru

Data avizării în departament
11.09.2026

Semnătura directorului de departament
Lect. univ. dr. Mădălina Bălău

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA INTERNAȚIONALĂ DANUBIUS
	1.2 Facultatea /	AFACERI GLOBALE ȘI LEADERSHIP
	1.3 Departamentul	AFACERI, FINANȚE ȘI CONTABILITATE
	1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
	1.5 Ciclul de studii[1]	LICENȚĂ
	1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
	1.7 Forma de învățământ	**Învățământ la Distanță**
	1.8 Anul universitar	2026-2027

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**CULTURĂ ANTREPRENORIALĂ**				
2.2 Coordonator disciplină			Lect. univ. dr. Rose-Marie Pușcaciu				
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			Lect. univ. dr. Rose-Marie Pușcaciu				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									Ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									10
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									10
Examinări									2
Alte activități									2

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	44
3.8 Total ore pe semestru	100
3.9 Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoștințe	Studentul/Absolventul dețin cunoștințe solide în domeniul antreprenoriatului
2 Aptitudini	Studentul/Absolventul conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale.
3 Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul dezvoltă o mentalitate adaptabilă, rezilientă și antreprenorială, motivând și influențând echipa pentru a crea un mediu de lucru pozitiv și productiv.

6.b) Competențe specifice acumulate

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opţională, facultativă

Competențe profesionale	CP1. Analizează factorii externi ai societăților. CP2. Analizează factorii interni ai societăților. CP12. Coordonează o echipă. CP16. Elaborează strategiile societății. CP19. Identifică nevoi organizaționale nedetectate.
Competențe transversale	CT7. Prezintă rapoarte.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Diversificarea şi completarea cunoştinţelor manageriale ale studenților, printr-o abordare interdisciplinară a operaţiunilor economice, în vederea dezvoltării capacităţii de a acționa responsabil, independent și creativ în procesul de implementare a inițiativelor de tip antreprenorial în comerţ, turism şi servicii
7.2 Obiectivele specifice	I. Obiective cognitive - înţelegerea modului de administrare/gestionare și funcționare a unei afaceri în domeniile comercial, turism sau servicii; - cunoaşterea mecanismului de implementare și de funcționare a unei afaceri, pornind de la un plan de afaceri; - însușirea de metode și tehnici privind abordarea inițiativelor antreprenoriale; - dezvoltarea abilităţilor de analiză şi sinteză a informaţiilor şi de corelare interdisciplinară. II. Obiective procedurale - însuşirea cunoştinţelor necesare pentru iniţierea şi derularea unor afaceri sustenabile; - însuşirea regulilor de bază, a principiilor şi a comportamentului pe care le presupune derularea unei afaceri durabile. III. Obiective atitudinale - dobândirea abilităţilor necesare pentru a coordona afaceri sustenabile, cu profesionalism, în cadrul unei echipe competente; - dobândirea de către studenţi a principalelor preocupări antreprenoriale pentru a iniţia, derula și a administra o afacere durabilă; - însușirea unui comportament etic în sfera afacerilor.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
I. Conceptul de antreprenoriat în contextul economic și social actual	2	Platforma de e-learining, Expunere în tehnologie ID, Studiul individual, studiul comparativ, Învățare prin probleme referatul, documentarea, joc de rol, studiul de caz, metoda activitatii pe grupe, dezbaterea, analiza, în cadrul tutorialelor și prin comunicare bidirecțională (pe platformă, lucrări practice	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai
II. Metode de simulare a creativității antreprenorilor	2		
III. Criteriile definitorii în alegerea unei afaceri.	2		
IV. Analiza mediului intern și a celui extern companiei.	2		
V. Planul de afaceri	2		
VI. Planul de marketing.	2		
VII. Strategiile de marketing.	2		
VIII. Planul de acțiune.	2		
IX. Resursa umană – o componentă esențială în activitatea antreprenorială.	2		
X. Publicitatea și brandingul.	2		
XI. Analiza riscului în activitatea antreprenorială.	2		
XII. Reperele financiare urmărite de către un antreprenor.	2		
XIII. Managementul dezvoltării afacerii.	2		
XIV. Riscul eșecului din perspectivă antreprenorială.	2		
8.2 AT (format hibrid: faţă în faţă şi online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)- potrivit Orarului	Nr.ore		
AT1: Conceptul de antreprenoriat în contextul economic și social actual. Planul de afaceri.	4		
AT2: Analiza riscului în activitatea antreprenorială. Reperele financiare urmărite de către un antreprenor	4		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
TC1: Realizați un plan de afaceri al unei firmei cu activitate în comerț/turism/servicii.	10		

TC2: Realizați un eseu științific în care să prezentați punctele tari și punctele slabe ale antreprenorilor români.	10		
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenţi

1. Rose-Marie Pușcaciu,.Antreprenoriat, note de curs disponibile pe platforma Sakai

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. Sónia Avelar, Teresa Borges-Tiago, António Almeida, Flávio Tiago, Confluence of sustainable entrepreneurship, innovation, and digitalization in SMEs, Journal of Business Research, Volume 170, January 2024, https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296323007051
2. Philip O'Donnell, Margot Leger, Colm O'Gorman and Eric Clinton, "Necessity Entrepreneurship", Academy of Management AnnalsVol. 18, No. 1, 2023, https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/annals.2021.0176
3. Pușcaciu Rose-Marie, "Innovative Aspects in Entrepreneurial Activity - Comparison between Romania and Turkey", International Conference "European Integration - Realities and Perspectives", Danubius University, Galaţi, May 2023, Vol. 18, No. 1, Print ISSN: 2067-9211, Online ISSN: 2069-9344, cotație BDI, https://dp.univ-danubius.ro/index.php/EIRP/article/view/308
4. Pușcaciu Rose-Marie, Carmen Sîrbu, Pușcaciu Viorica, "The Impact of Foreign Investments on Economy", International Conference "European Integration - Realities and Perspectives", Danubius University, Galaţi, May 2020, Print ISSN: 2067-9211, Online ISSN: 2069-9344, cotație BDI, http://www.conferences.univ-danubius.ro/index.php/EIRP/EIRP2020/paper/view/2163
5. Vanessa Ratten, "Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges and future directions", Global Business and Organizational Excellence, Online ISSN:1932-2062, Print ISSN:1932-2054, 2023, https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/joe.22217

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

Conţinutul disciplinei este în concordanţă cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerinţele pieţei muncii a conţinutului disciplinei au avut loc întalniri cu reprezentaţi ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile.	Examen scris/online pe Platforma de eLearning	70%
10.5 TC	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, teme de control, teste, joc de rol, participarea la dezbateri	Evaluare continuă/Teme de control/Teste	30%
10.6 AA			
10.7 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporţie de 50% a informaţiei transmise;			

Data completării
07.09.2026

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect. univ.dr. Rose-Marie Pușcaciu

Data avizării în departament
11.09.2026

Semnătura directorului de departament

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	UNIVERSITATEA INTERNAȚIONALĂ DANUBIUS
	FACULTATEA DE AFACERI GLOBALE ȘI LEADERSHIP
	DEPARTAMENTUL: ID-IFR
	DOMENIULDESTUDII: ADMINISTRAREA AFACERILOR
	PROGRAMUL DE STUDII: ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR
	STUDIIUNIVERSITARE DE LICENŢĂ ÎNVĂŢĂMÂNT LA DISTANŢĂ
	SERIA:2025-2028
	ANULUNIVERSITAR:2026-2027

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**PRACTICA DE SPECIALITATE**				
2.2 Coordonator disciplină			Prof. univ.dr. Turtureanu Anca Gabriela				
2.3 Tutore			Prof. univ.dr. Turtureanu Anca Gabriela				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	PV	2.7 Regimul disciplinei[1]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ	90	din care: 3.2 S.I.		3.3 AT		3.4 TC		3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									
Pregătire activităţi aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									
Examinări									
Alte activități									

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	
3.8 Total ore pe semestru	90
3.9 Numărul de credite	3

4. Precondiţii (acolo unde este cazul) (Se menţionează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competenţe	

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1 de desfăşurare a cursului	-
5.2 de desfăşurare a seminarului / laboratorului	-

6. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul explică modelul de afaceri al organizației gazdă, procesele cheie și indicatorii de performanță în din comerț, turism și servicii.
Aptitudini	Studentul/Absolventul aplică cunoștințele și instrumentele dobândite la cursuri pentru a îndeplini sarcini specifice și activități de rezolvare a problemelor în organizația gazdă. - Studentul/Absolventul documentează și analizează o problemă practică de afaceri sau o oportunitate de îmbunătățire, identificată în timpul stagiului de practică. - Studentul/Absolventul comunică eficient cu superiorii, colegii și clienții, utilizând instrumente de comunicare profesionale și digitale adecvate.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru obiectivele personale de învățare pe durata stagiului de practică și caută în mod proactiv feedback și îmbunătățiri. - Studentul/Absolventul demonstrează comportament profesional, adaptabilitate și conduită etică în contexte organizaționale reale. - Studentul/Absolventul demonstrează gândire critică față de experiența de practică și propune recomandări atât pentru dezvoltarea personală, cât și pentru îmbunătățirea organizațională.

[1] obligatorie, opţională, facultativă

6. b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1. Analizează factorii externi ai societăților. CP2. Analizează factorii interni ai societăților. CP4. Analizează planuri de afaceri. CP7 Analizează tiparele de rezervare. CP13. Desfășoară cercetare calitativă. CP14. Desfășoară cercetare cantitativă. CP19. Identifică nevoi organizaționale nedetectate. CP21. Interpretează informațiile comerciale. CP22. Interpretează situațiile financiare. CP31 Utilizează platforme de e-turism. CP37. Analizează strategii legate de lanțul de aprovizionare.
Competențe transversale	CT2. Utilizează sisteme birotice. CT3. Respectă codul etic și de conduită în afaceri. CT4. Respectă codul de conduită etică în turism. CT5. Colaborează în echipe și rețele. CT7. Prezintă rapoarte.

7. Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Stagiul de practică pe care studenții specializării ECTS trebuie să îl parcurgă are ca scop dezvoltarea abilităţilor profesionale în vederea aprofundării cunoștințelor specifice domeniului de studiu, constituind totodată parte integrantă a procesului de învățământ.
7.2 Obiectivele specifice	● cultivă participarea studenților în cadrul unui mediu ştiinţific centrat pe înțelegerea mecanismelor pieței domeniului, finalitatea fiind participarea la propria dezvoltare profesională; ● corelarea dintre cunoștințele teoretice însușite de către aceștia pe parcursul cursurilor și realitățile mediului economic din domeniul comerțului, turismului şi a serviciilor.

8. Conţinuturi

8.1 Conținutul disciplinei		**Nr. ore**
Capitole/subcapitole/tematică	**Rezultatul atins**	
1. ***Date cu privire la firmă*** (denumirea unităţii, amplasare, categorie, anul înfiinţării, tipul societăţii, asociaţi, dotări, domeniul de activitate, evoluţia principalilor indicatori economici specifici firmei);	***Fişa de practică nr.1***- *Prezentarea firmei bază de practică*	**6 ore**
2. ***Prezentarea proceselor operative*** care se desfăşoară în cadrul firmei din domeniul comerțului, turismului și a serviciilor Evidenţa acestor procese, documente utilizate, circuitul lor;	***Fişa de practică nr.2*** *– Descrierea activităţii firmei*	**6 ore**
3. ***Micromediul de marketing al firmei*** (relaţiile cu clienţii, furnizorii, concurenţii şi intermediarii);	***Fişa de practică nr.3*** *– Analiza micromediului firmei*	**6 ore**
4. Segmentarea pieței - ***piaţa ţintă a firmei***;	***Fişa de practică nr.4*** *– Descrierea pieţei ţintă*	**6 ore**
5. În cazul unei agenţii de turism. ***Documentaţia agenţiei de turism***;	***Fişa de practică nr.5*** *- Contract-cadru de comercializare a pachetelor de servicii turistice, bon de comandă, voucher, cecul de călătorie*	**6 ore**
6. În cazul unei ***unităţi de cazare:*** Turişti cazaţi: evoluţia numărului de turişti, identificarea categoriilor de turişti (pe zone de proveniență internă/externă, vârstă, buget alocat sejurului, motivaţii, durata sejurului, ocupaţia), durata medie a sejurului, număr de zile/turist;	***Fişa de practică nr.6*** *– Formular rezervare, chestionar cameră, situaţii centralizatoare*	**6 ore**
7. Analiza gamei de servicii sau produse oferite clienţilor. Calitatea lor, posibilitatea de diversificare a gamei de servicii;	***Fişa de practică nr.7*** *- Oferta turistică, satisfacerea clienţilor (chestionar de evaluare a gradului de satisfactie a clientului/ turistului), rezultate obţinute*	**6 ore**

8. Politica de preţ a firmei din domeniul comerțului, turismului și a serviciilor	***Fişa de practică nr.8*** *– Listă de preţuri/tarife practicate (analiză comparativă în raport cu concurenţa)*	**6 ore**
9. Politica de promovare a firmei din domeniul comerțului, turismului și a serviciilor	***Fişa de practică nr.9*** *– Analiza politicii de promovare (on-line, broşuri, pliante, outdoor), rezultate obţinute*	**6 ore**
10. Managementul firmei din domeniul comerțului, turismului și a serviciilor. Structura organizaţiei, organigrama firmei, managerii;	***Fişa de practică nr. 10*** *Organigrama firmei*	**6 ore**
11. Fişa postului angajatului din domeniul comerțului, turismului și a serviciilor	***Fişa de practică nr.11*** *– Fişa postului*	**6 ore**
12. Situaţia economico-financiară şi eficienţa firmei, evoluţia cifrei de afaceri, din momentul înfiinţării până în prezent, indicatori ai eficienţei economice;	***Fişa de practică nr.12-*** *Rezultate economice obţinute (Eficienţă economică)*	**6 ore**
13. Analiza S.W.O.T. a din domeniul comerțului, turismului și a serviciilor	***Fişa de practică nr.13 -*** *Analiza SWOT a firmei*	**6 ore**
14. Rezultate atinse – măsurabile	***Fişa de practică nr.14 -*** *Raport de activitate practică* ***-portofoliu de practică***	**6 ore**
15. Probleme şi soluţii pentru îmbunătăţirea activităţii, proiecte de viitor ale firmei din domeniul comerțului, turismului și a serviciilor	***Fişa de practică nr. 15*** *– Concluzii, sugestii şi propuneri referitoare la stagiul de practică efectuat*	**6 ore**

Cetină Iuliana, Brandabur Raluca, Constantinescu Mihaela - *Marketingul serviciilor*, (2006), Bucureşti, Editura Uranus;
Draica, C., *Turismul international.Practici de elaborare si distribuire a produsului turistic*, (2003), Bucureşti Editura All Back;
Lupu, N., *Hotelul economie şi management (V ed.)*, (2006), Bucureşti, Editura All Beck;
Neacşu N., *Turismul si dezvoltarea durabila*, (2000), Bucureşti, Editura Expert;
Stanciulescu Gabriela, Juganaru I., *Animația și animatorulîin turism*, (2006), Bucureşti, Editura Uranus;
Stanciulescu Gabriela, Micu Cristina, *Economie și gestiune în turism*, (2009), Bucureşti, Editura C.H.Back;;
Turtureanu A., *Economia turismului*, Ed. Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 2009
Turtureanu Anca-Gabriela, *Managementul Destinatiilor Turistice* editia a II-a , 2014, Editura Zigotto Galati
Turtureanu A. G. *Economia serviciilor*, Ed. Fundaţiei Academice Danubius Galaţi, 2008
*** *Fişa postului* de X în cadrul firmei unde se desfăşoară activitatea de practică
*** *Regulament de ordine interioară* al firmei în cadrul căreia se desfăşoară activitatea de pratică
*** Codul muncii, Acte conexe, Monitorul Oficial, http://www.codulmuncii.ro/;
*** Ordinul Ministrului Transporturilor, Construcţiilor şi Turismului nr. 516/2005 pentru aprobarea contractului-cadru de comercializare a pachetelor de servicii turistice;
***Ordonanţa nr. 58/1998 privind organizarea şi desfăşurarea activităţii de turism în România, modificată şi reactualizată;
***Ordinul ANT 65 2013 norme metodologice certificare brevet licente clasificare.pdf
***HG nr. 305/2001 privind atestarea si utilizarea ghizilor de turism;

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Aria vastă de cupindere a practicii de specialitate se adresează studenților care vor sa-și dezvolte o carieră în industria turismului, a serviciilor sau a comerțului ;
Motivarea pentru realizarea unei abordări interdisciplinare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Colocviu cu notă	Prezentarea și susținerea referatului de practică	Probă de verificare orală	100%
10.5 Seminar / laborator	-	-	-
10.6 Standard minim de performanţă			
Prezentarea și susținerea referatului de practică			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar / laborator

9.09.2026	Prof. univ. dr. Turtureanu Anca Gabriela	Prof. univ. dr. Turtureanu Anca Gabriela
Data avizării în Consiliul Departamentului 11.09.2026	Semnătura directorului DAFC **Lect.univ.dr. Mădălina BĂLĂU**	

FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

	1.1 Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEAINTERNAȚIONALĂ DANUBIUS**
	1.2 Facultatea /	AFACERI GLOBALE ŞI LEADERSHIP
	1.3 Departamentul	AFACERI, FINANȚE ŞI CONTABILITATE
	1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
	1.5 Ciclul de studii[1]	**Licenta**
	1.6 Programul de studii	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ŞI SERVICIILOR
	1.7 Forma de învăţământ	**Învăţământ la Distanţă**
	1.8 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**Etică în comerț, turism și servicii**				
2.2 Coordonator disciplină			Lect. univ.dr. Păuna Dan				
2.3 Titularul activităților asitate/tutori			Lect. univ.dr. Păuna Dan				
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei[2]	Obl.

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

3.1 Total ore din planul de învățământ		din care: 3.2 A.I.[3]	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									19
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									16
Examinări									4
Alte activități									-

3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet şi echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6.a) Rezultatele învățării

1 Cunoştințe	Studentul/Absolventul defineşte conceptele privind bazele eticii si extinderea catre etica afacerilor în activitatea de comert/turism, a comportamentului consumatorilorilor, a normelor de responsabilitate sociala, precum si a implementarii principiilor etice in politicile de markketing, asigurarea normelor calității prestațiilor în comerț, turism și servicii.
2 Aptitudini	Studentul/Absolventul identifică şi selectează fluxurile şi tehnicile de comercializare diferențiate după natura produselor/ serviciilor, poate pune in concordanta normele etice cu pretul/ tarifele percepute, implementarea corectitudinii, că trăsătură a economiei de piaţă care presupune că atât vânzătorii cât şi cumpărătorii antrenaţi în activitatea comerciala, să nu depindă de o putere care să deformeze jocul concurenței.
3 Responsabilitate şi autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de implementarea corectitudinii, că trăsătură a economiei de piaţă care presupune că atât vânzătorii cât şi cumpărătorii antrenaţi în activitatea comerciala, să nu depindă de o putere care să deformeze jocul concurenței.

[1] licență, masterat, doctorat
[2] obligatorie, opțională, facultativă
[3] A.I. – Activități de autoinstruire

6.b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	**CP9. Asigură serviciile pentru clienți.** **CP13. Desfășoară cercetare calitativă** **CP18. Ia decizii comerciale strategice.** **CP21. Interpretează informațiile comerciale.** **CP27 Realizează analiza nevoilor consumatorilor.** **CP33. Utilizează sisteme IT în scopuri comerciale** **CP35. Interpretează legislația**
Competențe transversale	**CT3. Respectă codul etic și de conduită în afaceri** **CT4. Respectă codul de conduită etică în turism**

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Disciplina Etică în comerț, turism și servicii are ca obiectiv general însușirea de care studenți a problemelor teoretice și practice, pe care le ridică activitățile serviciilor de afaceri desfășurate,în spirit etic; • Disciplina aduce în prim plan o nouă forma de prezentare a afacerilor care sa reflecte serviciile livrate din prima linie de contact, din punctul de vedere al administrarii relațiilor morale atat din interiorul societatii, dar mai ales în raporturile acestaia cu exteriorul
7.2 Obiectivele specifice	• Conceptul de etica in afaceri; • Etica și standardul de consum pe care societatea îl așteaptă; • Comparația dintre afacerea tradițională și afacerea responsabilă ; • CSR (Corporate Social Responsibility) cel mai comun concept al eticii în afaceri; • Poluare, economie și etică.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore 28	Metode de predare	Observații
1. Etica: concepte, definiţii, misiune. Etica afacerilor	7		
2. Caracteristici si principii etice. Responsabilitate sociala	7		
3. Coduri etice si etica in turism	7		
4. Rolul eticii în deciziile de marketing	7		
8.2 AT (format hibrid: față în față și online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)-potrivit Orarului	Nr.ore 8		
1 Etica: concepte, definiţii, misiune. Etica afacerilor. Caracteristici si principii etice. Responsabilitate sociala	4		
2. Coduri etice si etica in turism. Rolul eticii în deciziile de marketing	4		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore 20		
***Tema de control 1**:* Realizati un studiu asupra rolului pe care il au turoperatorii si agențiile turistice în promovarea unui turism sustenabil și social responsabil	10		
***Tema de control 2**:* Realizati un studiu comparativ a doua coduri etice, a doua institutii, care au acelasi obiect de activitate, din care sa punctati aspectele pozitive si aspectele negative	10		
8.4 AA	Nr.ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenţi

1. Pauna Dan (2020), *Curs etica in comert si turism*, Editura Danubius,Galati
2. Muel Kaptein, (2007) - *Developing and Testing a Measure for the Ethical Culture of Organizations: The Corporate Ethical Virtues Model*, Erasmus Research Institute of Management (ERIM), Erasmus Universiteit Rotterdam, http://hdl.handle.net/1765/10770
3. Lindauer Roman, Žák Ladislav, (2018), *Ethics of Quality*, bookboon.com
4. Klimsza Lucjan, (2014), *Bussiness Ethics. Introduction to the Ethics of Values*, bookboon.com

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. Barry, Norman, (1998) - *Business Ethics*, MacMillan, UK;
2. Burcea Nelu (2010), *Etica în afaceri: o abordare prospectivă*. Bucureşti: Editura Universitară.
3. Bauman, Zygmunt - *Globalizarea şi efectele ei sociale*, trad. rom. Marius Conceatu, Bucureşti, Editura Antet, 2004;
4. Beauchamp Tom L., Norman E. Bowie (2012), *Ethical Theory and Business (9th Edition),* Pearson Education
5. Brusseau James, (2012), *Business Ethics*, (http://lardbucket.org)
6. Byars Stephen M., Stanberry Kurt (2018), *Business Ethics*, Openstax Rice University, Houston, Texas
7. Crowther David, Aras Güler, (2014) *Corporate Social Responsibility*, bookboon.com
8. Carroll, A.B., (1979) - *A three – dimensional model of corporate performance*, Academy of Management Review, vol. 4, no.4, pp. 497 – 505;
9. Challis Peter, Challis Laura, (2014), *The Heart of Corporate Social Responsibility*, bookboon.com
10. Douglas Kinnis Macbeth, (2015), *Strategic Analysis of Supply Chain Design*, bookboon.com
11. Friedman Milton, Friedman Rose, (1998) – *Liber să alegi. Un punct de vedere personal*, trad. rom. Petre Mazilu, Editura All, Bucureşti;
12. Geuras Dean, Garofalo Charles, (2011), *Practical Ethics in Public Administration, Third Edition*, Management Concepts Inc, Vienna, Virginia, USA
13. Lindauer Roman, Žák Ladislav, (2018), *Ethics of Quality*, bookboon.com
14. Klimsza Lucjan, (2014), *Bussiness Ethics. Introduction to the Ethics of Values*, bookboon.com
15. Muel Kaptein, (2007) - *Developing and Testing a Measure for the Ethical Culture of Organizations: The Corporate Ethical Virtues Model*, Erasmus Research Institute of Management (ERIM), Erasmus Universiteit Rotterdam, http://hdl.handle.net/1765/10770
16. Părăian, Elena ș.a.(2010) *Designul și estetica mărfurilor*. București: Editura Universitară.
17. Sharma Anukrati (2024), International Handbook of Skill, Education, Learning, and Research Development in Tourism and Hospitality, Springer International Handbooks of Education
18. Țigu, Gabriela (2005), *Etica afacerilor în turism*, Bucureşti, Editura Uranus
19. Valentin, S.B., (2014), *Etica în afaceri*, Bucureşti, ProUniversitaria.
20. ***Amfiteatru Economic, ASE Bucuresti
21. ***https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism(2020)
22. ***https://dokumen.pub/business-ethics-seventh-edition-a-stakeholder-and-issues-management-approach-9781523091546-9781523091560-1523091541.html(2021)

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

Conținuturile disciplinei sunt corelate cu rezultatele învățării și competențele profesionale vizate de programul de studii, precum și cu cerințele actuale ale mediului economic. Temele privind etica comerciala, comportamentul și protecția consumatorilor, tehnicile de comercializare, interpretarea informațiilor comerciale, analiza nevoilor clienților, organizarea proceselor de prestare și fundamentarea deciziilor comerciale contribuie la dezvoltarea capacității studenților de a analiza activitatea organizațiilor și de a propune soluții adaptate pieței. Conținuturile sunt compatibile cu abordările utilizate în programe similare din țară și din străinătate și sunt actualizate prin consultarea literaturii de specialitate, a reprezentanților comunității academice, a asociațiilor profesionale și a angajatorilor din domeniile comertului cu servicii sau cu bunuri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	70%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continua/Teme de control/Teste/	30%
10.6 AA	-	-	-
10.7 Standard minim de performanță			
1. Nota disciplinei se formeaza din sumarea cunoașterii informației predate la curs, cu punctajul obtinut la activitatea de la seminar. 2. Pentru obtinerea notei 5 si promovarea examenului, se impune obtinerea unui punctaj de minim 3,5p la examen, cumulat cu obtinerea unui punctaj strict mai mare de 1p la activitatea de la seminar.			

Data completării
10.09.2026

Semnătura coordonatorului de disciplină

Data avizării în departament

11.09.2026

Semnătura directorului de departament