



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA CREȘTINĂ DIMITRIE CANTEMIR
Facultatea	Facultatea de Management Turistic și Comercial Timișoara
Departamentul	Comerț, Turism, Servicii
Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	ECTS
Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență
Anul universitar	2020-2021

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ECONOMIA COMERȚULUI				Cod: M.T.2.1.2
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. LUȚ DINA MARIA				
Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. LUȚ DINA MARIA				
Anul de studiu	II	Semestrul	I	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

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

Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvența	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	15
Tutoriat	6
Examinări	2
Alte activități:	3

Total ore studiu individual	69
Total ore pe semestru	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Microeconomie
Competențe	Operarea cu concepte fundamentale economice, de management și administrarea afacerilor

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector	
Desfășurare aplicații	Seminar	Sală de seminar
	Laborator	-
	Proiect	-



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 – Realizarea de studii/ analize privind mediul de afaceri
Competențe transversale	CT 1 – Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.

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

Obiectivul general al disciplinei	Prezentarea conceptelor, noțiunilor, funcțiilor specifice comerțului. Cursurile și seminariile pun accent deosebit pe identificarea și dezvoltarea aptitudinilor de management ale viitorilor specialiști, promovând metode interactive de formare.
Obiectivele specifice	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none">✓ identificarea de termeni, relații, procese, perceperea unor relații și conexiuni în cadrul disciplinelor economice;✓ utilizarea corectă a termenilor de specialitate din domeniul economic;✓ definirea / nominalizarea de concepte ce apar în activitatea de comerț;✓ capacitatea de adaptare la noi situații apărute în activitatea de comerț; <p>2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none">✓ generalizarea, particularizarea, integrarea unor concepte economice în activitatea de comerț ;✓ realizarea de conexiuni între elementele activității de comerț;✓ argumentarea unor enunțuri în fața partenerilor de afaceri;✓ capacitatea de organizare și planificare a activității de comerț;✓ capacitatea de analiză și sinteză în procesul de luare a deciziilor. <p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice; utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none">✓ relaționări între elementele ce caracterizează activitățile de comerț;✓ descrierea unor stări, sisteme, procese, fenomene specifice domeniului comercial;✓ capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite în cadrul cursului;✓ abilități de cercetare, creativitate în sfera activității de comerț;✓ capacitatea de a concepe proiecte și de a derula activități specifice domeniului comercial;✓ capacitatea de a soluționa litigii apărute în activitățile desfășurate în cadrul unei organizații. <p>4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific / cultivarea unui mediu științific centrat pe valori și relații democratice / promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane / instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională)</p> <ul style="list-style-type: none">✓ reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde la întrebările clienților;✓ implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina;✓ acceptarea unei valori atribuite unui obiect, fenomen, comportament, etc. conform legislației în vigoare;✓ capacitatea de a avea un comportament etic în fața partenerilor de afaceri;✓ abilitatea de a colabora cu specialiștii din alte domenii.



8. Conținuturi/studiu individual¹

Curs/unități de studiu	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. CURS INTRODUCȚIV: prezentarea conținutului disciplinei, a bibliografiei, a cerințelor și a modului de desfășurare a examenului etc.	2	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
2. COMERȚUL – ELEMENTE CONCEPTUALE Definirea noțiunii de comerț Funcțiile comerțului. Comerciantul și actele de comerț	4	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
3. PIAȚA BUNURILOR ȘI SERVICIILOR Relațiile în cadrul pieței Studierea pieței Dimensiunile pieței	2	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
4. OFERTA DE MĂRFURI ȘI SERVICII Conținutul și caracteristicile produselor Clasificarea produselor Ciclu de viață al produselor Stocurile de mărfuri	2	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
5. CEREREA DE MĂRFURI ȘI SERVICII Conținutul cererii de mărfuri Factorii care influențează cererea Metode de studiere a cererii de mărfuri Comportamentul consumatorului	6	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
6. DISTRIBUȚIA MĂRFURILOR Conceptul de distribuție Canale de distribuție Distribuția pe piața internă și internațională Tendențe în distribuția mărfurilor	2	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
7. COMERȚUL CU RIDICATA Conținutul și rolul comerțului cu ridicata Funcțiile comerțului cu ridicata Clasificarea comercianților cu ridicata Depozitele de mărfuri	2	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
8. COMERȚUL CU AMĂNUNTUL Tipurile comerțului cu amănuntul Formele de vânzare practicate în comerțul cu amănuntul Unitățile comerciale cu amănuntul Serviciile comerciale Urbanismul comercial.	2	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, simularea de situații	
9. RELATIILE COMERTULUI CU CONSUMATORII	4	Prelegerea, conversația euristică,	

¹ pentru programele de studii IFR



Caracteristicile relațiilor comerțului cu consumatorii Negocierile comerciale Protecția consumatorilor		explicația, dezbateră, simularea de situații	
10. CONCLUZII ȘI RECAPITULARE PENTRU EXAMEN	2	Dezbateră	
Bibliografie: ² 1. Chirică, L., Comerț și economie comercială, Editura Economică, București, 2009; 2. Costea, C., Saseanu, A., Economia comerțului intern și internațional, Editura Uranus, București, 2009; 3. Gattorna, L. John (coordonator), Managementul logisticii și distribuției, Editura Teora, București, 2007; 4. Putz, E., Luț, D. M., Economia comerțului – manual de studiu individual, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012; 5. Tracy, B., Psihologia vanzarilor. Ediția a III-a, Editura Business Tech, București, 2014.			

Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Seminar organizatoric. Prezentarea programului calendaristic și a bibliografiei.	2	Dezbateră	
2. Studii de caz. Scandalurile alimentare	2	Studii de caz	
3. Folosirea metodei punctului de echilibru pentru cuantificarea domeniului de eficiență al unităților comerciale – aplicații.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
4. Metode de analiză selectivă a cererii. Elaborarea de chestionare.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
5. Dezbateră chestionarelor întocmite.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
6. Segmentarea pieței prin metoda analizei Hi-pătrat – aplicații.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
7. Segmentarea pieței prin metoda discriminantului liniar multiplu – aplicații. (I)	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
Verificare pe parcurs 8. Segmentarea pieței prin metoda discriminantului liniar multiplu – aplicații. (II)	2	Test Aplicații, probleme, studii de caz	
9. Segmentarea pieței prin metoda Belson – aplicații.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
10. Folosirea coeficienților de elasticitate ca metodă de analiză a cererii de mărfuri și servicii.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
11. Dimensionarea stocurilor de mărfuri în comerț – aplicații.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
12. Urbanismul comercial. Gravitația comercială. Aplicații.	2	Aplicații, probleme, studii de caz	
13. Verificare pe parcurs	2	Test	
14. Recapitulare finală	2	Dezbateră	

² maxim 5 surse bibliografice relevante



Bibliografie:

1. Chirică, L., Comerț și economie comercială, Editura Economică, București, 2009;
2. Costea, C., Saseanu, A., Economia comerțului intern și internațional, Editura Uranus, București, 2009;
3. Putz, E., Luț, D. M., Economia comerțului – manual de studiu individual, Editura Eurostampa, Timișoara, 2012;
4. Tănase, A., Comportamentul consumatorului, Editura Economică, București, 2009;
- 5.

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

În vederea stabilirii conținuturilor, alegerii metodelor de predare/învățare titularii disciplinei au organizat mai multe întâlniri cu reprezentanți din domeniu. De asemenea, la discuțiile legate de stabilirea conținuturilor formative ale disciplinei au participat și alte cadre didactice din domeniu, în vederea identificării așteptărilor angajatorilor din domeniu și coordonării cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare ³	Pondere din nota finală (%)
Curs/Studiu individual	Cunoașterea conceptelor predate la curs și prezentate în bibliografia de specialitate	Examen	70%
Seminar	Realizarea problemelor și a studiilor de caz în termenul stabilit	Evaluare pe parcurs studii de caz, grad de implicare	30%
Laborator	-		-
Proiect	-		-

Standard minim de performanță: obținerea notei 5, atât la seminar cât și la examenul scris.

Data completării	Semnătura titular disciplină	Semnătura titular seminar
	Grad didactic, nume, prenume Conf. univ. dr. LUȚ DINA MARIA	Grad didactic, nume, prenume Conf. univ. dr. LUȚ DINA MARIA

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament

³ examen, probă de verificare, colocviu, susținere proiect etc