

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MK

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MACROECONOMIE (FSTE-0025)						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Adrian Gheorghe FLOREA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Adrian Gheorghe FLOREA						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Ex	2.7 Regimul disciplinei	I

(I) Impusă; (O) Opțională; (F) Facultativă

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp ore					83 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15 ore
Tutoriat					3 ore
Examinări					5 ore
Alte activități.....					- ore
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs dotată cu mijloace tehnice de predare – învățare: computer cu acces la internet, videoproiector, ecran proiecție / platforma online e.uoradea.ro
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala de curs dotată cu mijloace tehnice de predare – învățare: computer cu acces la internet, videoproiector, ecran proiecție / platforma online e.uoradea.ro

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1 Definirea conceptelor, procedeele și metodelor folosite în contabilitatea entității/organizației, precum și a factorilor economici, sociali și legislativi care influențează operațiunile econo-mico-financiare C3.1 Definirea conceptelor, teoriilor și metodelor de C3.3 Aplicarea conceptelor, teoriilor, principiilor și metodelor de bază pentru pregătirea informațiilor necesare întocmirii de rapoarte financiar-contabile și/sau fiscal bază pentru pregătirea informațiilor necesare întocmirii de rapoarte financiar-contabile și/sau fiscal C4.1 Identificarea si descrierea indicatorilor economico-financiar C4.2 Explicarea si interpretarea indicatorilor economico-financiar C4.3 Aplicarea metodologiei de calcul și analiză a indicatorilor economico-financiar economico-financiar. C4.4 Utilizarea adecvata a metodologiei de analiza a indicatorilor economico-financiar
--------------------------------	--

Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei. CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.
--------------------------------	---

6.2. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată. Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.
Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice. Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate. Studentul/Absolventul aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile economice la nivel macroeconomic. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia. Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitul) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic. Studentul/Absolventul fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- cunoașterea și înțelegerea noțiunilor de bază utilizate în macroeconomie - stăpânirea limbajului specific macroeconomiei
7.2 Obiectivele specifice	- explicarea și interpretarea tuturor mărimilor utilizate în studiul macroeconomiei - explicarea particularităților mediului macroeconomic - explicarea și interpretarea tehnicilor utilizate pentru evaluarea sistemelor macroeconomice - stăpânirea deprinderilor de utilizare a metodelor și tehnicilor de studiu a fenomenelor economice - evaluarea și proiectarea unor modele macroeconomice - dezvoltarea unei atitudini proactive față de rolul și sarcinile politicilor economice în dezvoltarea personală și organizațională - cultivarea și promovarea unui mediu științific centrat pe valori, etică și responsabilitate socială - formarea unui comportament pozitiv și responsabil

8. Conținuturi

8.1 Curs (C)	Metode de predare	Observații
8.1.1. Introducere în economie – curs organizatoric	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.2. Economia națională	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.3. Măsurarea rezultatelor macroeconomice	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.4. Venitul macrosocial și destinațiile acestuia	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.5. Economiile	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.6. Investițiile	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.7. Creșterea economică	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.8. Dezvoltarea durabilă	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.9. Evoluția ciclică a activităților economice	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.10. Piața monetară	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.11. Inflația	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.12. Șomajul	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.13. Politici macroeconomice	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
8.1.14. Interdependențe economice internaționale	Prelegere, dezbatere, deducție, exemplificare, conversație euristică	2 ore
Bibliografie 1. Florea, Adrian <i>Elemente de macroeconomie</i>, Editura Universității din Oradea, 2008 2. V. Cornescu, Gh. Crețoiu, I. Bucur – <i>Economie</i>, Ed. All Beck, București, 2003 3. Aurel Iancu – <i>Politica și economie</i>, Centrul Român de Economie Comparată și Consensuală, 2000 4. Rachard G. Lipsey, K. Alex. Chrystal – <i>Economia pozitivă</i>, Editura Economica, București, 1999 5. J. E. Stiglitz, C.E. Walsh – <i>Economie</i>, Ed. Economica, București, 2005 6. Ignat I., Pohoată I., Clipa N., Luțac Ghe., Pascariu Gabriela - <i>Economie politică</i> – Ediția a doua, Editura Economică, București, 1998, 7. Silași Gr, Sîrghi Nicoleta - <i>Macroeconomie în fișe</i> – Editura Mirton, Timișoara, 2005 8. Nechita D, <i>Macroeconomie</i>, Ed. Didactica și Pedagogică, București, 2010 9. Arnold, Roger A., <i>Macroeconomics</i>, South Western Cengage Learning, 2008. 10. Dornbusch R., Fischer St., Startz R., - <i>Macroeconomie</i>, Editura Economică, București, 2007 11. Abraham-Frois, Gilbert <i>Economia politică</i>, București, Editura Humanitas, 1994 12. Blaug Mark, <i>Teoria economică în retrospectivă</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1992 13. Dobrotă, Niță <i>Economia politică</i>, București, Editura Economică, 1997 14. Negucioiu Aurel, <i>Economie politică</i>, volumele I și II, Editura George Barițiu, Cluj Napoca, 1998 15. Băcescu Marius, Băcescu-Cărbunaru Angelica, <i>Economie intermediară</i>, Editura Universitară București, 2008		
8.2 Seminar (S)	Metode de predare	Observații
8.2.1. Economia națională, Indicatori macroeconomici	Dezbatere, problematizare, conversație, studiu de caz	2 ore
8.2.2. Economia închisă versus economia deschisă, Economia de piață	Dezbatere, problematizare, conversație, studiu de caz	2 ore
8.2.3. Consumul și funcțiile acestuia, Venitul și destinațiile acestuia	Dezbatere, problematizare, conversație, studiu de caz	2 ore
8.2.4. Șomajul în județul Bihor, Statul și economia	Dezbatere, problematizare, conversație, studiu de caz	2 ore

8.2.5. Societatea informațională, Impactul globalizării asupra economiei	Dezbateri, problematizare, conversație, studiu de caz	2 ore
8.2.6. Echilibrul macroeconomic, Inflația – permanență a vieții economice	Dezbateri, problematizare, conversație, studiu de caz	2 ore
8.2.7. Decalajele economice, Tranziția economiei românești	Dezbateri, problematizare, conversație, studiu de caz	2 ore
Bibliografie 1. Florea, Adrian <i>Elemente de macroeconomie</i>, Editura Universității din Oradea, 2008 2. V. Cornescu, Gh. Crețoiu, I. Bucur – <i>Economie</i>, Ed. All Beck, București, 2003 3. Aurel Iancu – <i>Politica și economie</i>, Centrul Român de Economie Comparată și Consensuală, 2000 4. Rachard G. Lipsey, K. Alex. Chrystal – <i>Economia pozitivă</i>, Editura Economica, București, 1999 5. J. E. Stiglitz, C.E. Walsh – <i>Economie</i>, Ed. Economica, București, 2005 6. Ignat I., Pohoată I., Clipa N., Luțac Ghe., Pascariu Gabriela - <i>Economie politică</i> – Ediția a doua, Editura Economică, București, 1998, 7. Silași Gr, Sîrghi Nicoleta - <i>Macroeconomie în fișe</i> – Editura Mirton, Timișoara, 2005 8. Nechita D, <i>Macroeconomie</i>, Ed. Didactica și Pedagogică, București, 2010 9. Arnold, Roger A., <i>Macroeconomics</i>, South Western Cengage Learning, 2008. 10. Dornbusch R., Fischer St., Startz R., - <i>Macroeconomie</i>, Editura Economică, București, 2007 11. Abraham-Frois, Gilbert <i>Economia politică</i>, București, Editura Humanitas, 1994 12. Blaug Mark, <i>Teoria economică în retrospectivă</i>, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1992 13. Dobrotă, Niță <i>Economia politică</i>, București, Editura Economică, 1997 14. Negucioiu Aurel, <i>Economie politică</i>, volumele I și II, Editura George Barițiu, Cluj Napoca, 1998 15. Băcescu Marius, Băcescu-Cărbunaru Angelica, <i>Economie intermediară</i>, Editura Universitară București, 2008		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii. Astfel, disciplina MACROECONOMIE, prin competențele asumate, asigură: - Înțelegerea și utilizarea corectă a noțiunilor macroeconomice - Cunoașterea fenomenelor fundamentale ale macroeconomiei - Capacitatea de utilizare a termenilor și principiilor macroeconomici - Identificarea în economia reală a noțiunilor macroeconomice prezentate la curs - Capacitatea de a sugera (la nivel teoretic) a unor soluții de ameliorare a dezechilibrelor macroeconomice

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs (C)	- definirea, înțelegerea și utilizarea corectă a noțiunilor, conceptelor macroeconomice în contextul activităților economice; - identificarea de noțiuni, concepte macroeconomice în economia reală; - enumerarea de trăsături, caracteristici, factori, specifice macroeconomiei; - analiza politicilor macroeconomice identificate în economia reală; - răspunsul la întrebări, participare la activitatea de analiză, interpretare și comunicare a problemelor supuse dezbaterii;	examen scris/test online	60%
10.5 Seminar (S)	- acuratețea răspunsului la problemele formulate; - gradul de sintetizare și analogia răspunsurilor și a relațiilor de cauzalitate; - modul de comunicare, prezentare și dialog;	Teste de cunoștințe teoretice	20%
10.6 Laborator (L)			
10.7 Proiect (P)	Elaborarea unui referat	Realizarea și prezentarea unui referat	20%
10.8 Lucrări practice (P)			
10.9 Standard minim de performanță			
▪ Accesul la examen este condiționat de participarea la cursuri și seminarii în proporție de minim 80% ▪ Cunoașterea și înțelegerea conținutului cursurilor la nivelul ideilor esențiale; ▪ Rezolvarea corectă cel puțin 50% dintre subiectele de examen; ▪ Elaborarea unui referat, cu respectarea structurii și criteriilor minime de conținut și prezentare.			

Data completării

23.09.2025

Titular de curs:

Conf.univ.dr. FLOREA Adrian
Adresa de e-mail: aflorea@uoradea.ro

Titular de seminar/laborator/lucrări practice etc.:

Conf.univ.dr. FLOREA Adrian
Adresa de e-mail: aflorea@uoradea.ro

Director de Departament,
Prof.univ.dr.habil. Madela ABRUDAN
(*gradul didactic, numele, prenumele și semnătura*)

**Data avizării în
Departament:**

24.09.2025

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Economie
Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp F, etaj 2
Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Tel.: 0259-408401;
E-mail: steconomice@uoradea.ro
Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

**Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe
Economice:**

25.09.2025

Decan,

Prof.univ.dr.habil. Diana SABĂU-POPA

Date de contact²:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan
Str. Universității, nr. 1
Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409
E-mail: steconomice@uoradea.ro
Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

¹ Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiară a *Fișei disciplinei*

² Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiare a *Fișei de Disciplină*

FIȘA DISCIPLINEI

Învățământ la distanță

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT ȘI MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING / Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei, codul	MANAGEMENT, FSTEID-0205				
2.2 Coordonator disciplină	Conf.univ.dr. Mirela Bucurean				
2.3 Tutore instructional	Conf.univ.dr. Mirela Bucurean				
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Ex.
Categoria formativă a disciplinei DF -fundamentală, DG -generală, DS -de specialitate, DE -economică/managerială, DU -umanistă, DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară					DF
Categoria de opționalitate a disciplinei: DI -impusă (obligatorie), DO -opțională, DL -liber aleasă (facultativă)					DI

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

I. Total ore din planul de învățământ	42	SI	28	AT	4	TC	10	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									81 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									35 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									46 ore
III. Examinări									2 ore
IV. Alte activități (precizați).....									0 ore

Total ore pe semestru (I + II + III + IV)	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Studiu Individual	Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată	
Desfășurare aplicații	AT	Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată
	TC	Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată
	AA	-

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său C6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
--------------------------------	---

Competențe transversale	
--------------------------------	--

6. 2. Rezultate așteptate ale învățării	
Cunoștințe	- Studentul/Absolventul descrie logic și articulat conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare identificării factorilor care influențează funcționarea organizației, analizei mediului de marketing, studierii pieței, înțelegerii comportamentului consumatorilor și analizei datelor semnificative pentru activitatea de marketing. - Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe referitoare la componentele, tipologia și rolul strategiilor și politicilor manageriale precum și la fundamentarea, elaborarea și implementarea acestora în cadrul organizațiilor în ansamblul lor sau pe subdiviziuni.
Aptitudini	- Studentul/Absolventul analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing. - Studentul/Absolventul aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiunea stocurilor, de planificare a necesarului de resurse materiale și a vânzărilor, ca și abilități avansate de negociere și finalizare a proceselor de vânzare.
Responsabilități și autonomie	- Studentul/Absolventul manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing. - Studentul/Absolventul dovedește spirit de echipă, fiind capabil să stabilească relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- utilizarea corectă a noțiunilor, categoriilor, conceptelor specifice disciplinei; - dezvoltarea abilităților intelectuale: studiul independent, efectuarea unor cercetări științifice - însușirea cunoștințelor specifice disciplinei - înțelegerea posibilității transferării principiilor din sfera teoreticului în cea pragmatică
7.2 Obiectivele specifice	- cunoașterea și înțelegerea funcțiilor managementului - cunoașterea și înțelegerea legăturilor între subsistemele: organizatoric, informațional, decizional și metodologic în cadrul sistemului de management - cunoașterea și înțelegerea metodelor moderne de management - explicarea și interpretarea comportamentului continuu de conducere al managerului

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Observații
Unitatea de învățare 1. Management și Manageri	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 2. Apariția și evoluția Managementului	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore

Unitatea de învățare 3. Firma în economia națională și tipurile de cultură a firmei	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 4. Firma și responsabilitățile etice	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 5. Procesul decizional	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 6. Metode generale de management	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 7. Metode de stimulare a creativității	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 8. Previziunea – funcție a Managementului	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 9. Organizarea managerială (I) Organizarea procesuală	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 10. Organizarea managerială (II) Organizarea structurală și structura informală	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 11. Coordonarea și antrenarea ca funcții ale Managementului	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 12. Stilurile de management	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 13. Control-evaluarea – funcție a Managementului	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 14. Managementul resurselor umane și comunicarea	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Bibliografie 1. Mirela Bucurean, Management General, Editura Universității din Oradea, 2008; 2. Baragan, L.G., Dalota, M.D., Management general. Editia a V-a, revizuita, Editura Pro Universitaria, 2020; 3. Nicolescu O., Verbancu L., Managementul organizației, Editura Economică, București, 2007.		

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		Total 8 ore
Activitatea tutorială 1. Management și Manageri; Apariția și evoluția Managementului	Expunerea, descrierea,	4 ore

Activitatea tutorială 2. Procesul decizional; Metode generale de management; Metode de stimulare a creativității	Expunerea, descrierea, dezbateri	4 ore
Teme de control		Total 20 ore
Tema de control 1. Test grilă 20 de întrebări	Documentare, analiză	10 ore
Tema de control 2. Test grilă 20 de întrebări	Documentare, analiză	10 ore
Activități asistate		
Nu este cazul.		
Bibliografie 1. Mirela Bucurean, Mădălina-Adriana Costin, Management general. Aplicații practice, Editura Universității din Oradea, 216 pg., 2010, ISBN 978-606-10-0066-1, 2010; 2. Mirela Bucurean, Maria Madela Abrudan, Alexandru Constăngioară, Culegere de teste grilă Management-Managementul resurselor umane-Managementul micilor afaceri-Management; 3. Maria Madela Abrudan, Mirela Bucurean, Elena Botezat, Ghid pentru pregătirea examenului de licență – domeniul Management, Editura Universității din Oradea, 188 pg., 2012, ISBN 978-606-10-0818-6, 2012;		

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

Structura și conținutul disciplinei este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare de la Universități din țară și străinătate. Reprezentanții asociațiilor profesionale și angajatorii au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei. Astfel, acesta a fost adaptat pentru a răspunde cerințelor pieței muncii. Disciplina *Management* contribuie la înțelegerea funcțiilor managementului, la cunoașterea legăturilor între subsistemele: organizatoric, informațional, decizional și metodologic în cadrul sistemului de management.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Studiu individual (SI)	Aprofundarea, cunoașterea/recunoașterea, explicarea terminologiei specifice disciplinei, prezentate la curs; Capacitatea de analiză și sinteză a studenților;/ Interpretarea critică a unor teorii/modele din sfera de studiu a disciplinei;	- Test grilă	50%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	Capacitatea de rezolvare corectă a întrebărilor	Probă scrisă – lucrare de verificare pe parcursul semestrului. Fiecare TC constă în rezolvarea a 20 de întrebări grilă.	TC1 - 20% TC2 – 30%
Activități asistate (AA)		-	
Standard minim de performanță			
▪ Cunoașterea și înțelegerea conținutului cursului la nivelul ideilor esențiale ▪ Capacitatea de utilizare a noțiunilor studiate			

- | |
|--|
| ▪ înțelegerea posibilității transferării principiilor din sfera teoreticului în cea pragmatică |
|--|

Data completării

Coordonator de disciplină:
Conf.univ.dr. Mirela Bucurean
(gradul didactic, numele, prenumele și
semnătura)

Tutore instrucțional:
Conf.univ.dr. Mirela Bucurean
(gradul didactic, numele, prenumele și
semnătura)

Adresa de e-mail: mbucurean@gmail.com

Adresa de e-mail: mbucurean@gmail.com

Avizat RCID FSE,
Prof. univ. dr. habil. Dorina Nicoleta POPA/
Conf. univ. dr. Ioana Claudia HOREA

Director de Departament,
Prof.univ.dr. Maria-Madela Abrudan
(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

Data avizării în
Departament:

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Management-Marketing
Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp F, sala 303, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408799
E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

Decan,
Prof.univ.dr.habil. Diana SABĂU-POPA

Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe Economice:

Date de contact²:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan
Str. Universității, nr. 1, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409,
E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

¹ Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiară a *Fișei disciplinei*

² Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiare a *Fișei de Disciplină*

FIȘA DISCIPLINEI

Învățământ la distanță

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MK/ECONOMIST

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei, codul	MARKETING FSTE-0421		
2.2 Coordonator disciplină	Lect.univ.dr.Dinu-Vlad SASU		
2.3 Tutore instructional	Lect.univ.dr.Dinu-Vlad SASU		
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2
2.6 Tipul de evaluare	Examen		
Categorica formativă a disciplinei DF-fundamentală, DG-generală, DS-de specialitate, DE-economică/managerială, DU-umanistă, DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară			DF
Categorica de opționalitate a disciplinei: DI-impusă (obligatorie), DO-opțională, DL-liber aleasă (facultativă)			DI

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

I. Total ore din planul de învățământ	42	AI	28	AT	8	TC	10	AA	0
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									58
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									26
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									28
III. Examinări									4
IV. Alte activități (precizați).....									0
Total ore pe semestru (I + II + III + IV)	100								
Numărul de credite	5								

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Studiu Individual	Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată	
Desfășurare aplicații	AT	Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată
	TC	Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată
	AA	-

6. 1 Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1 Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing; C1.2 Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing; C1.3 Aplicarea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing; C3.1 Definirea mediului organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale lui C3.2 Interpretarea impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației C3.3 Identificarea și selectarea factorilor care influențează funcționarea
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă , CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei , CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificare eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare .

Aptitudini/ Competențe ESCO	- Gândește analitic. - Efectuează cercetare de piață. - Include criteriile economice în procesul decizional - Realizează analize de date. - Identifică tendințe de piață - Analizează tendințe economice - Sintetizează informații. - Monitorizează comportamentul consumatorilor
--	--

6.2 Rezultate așteptate ale învățării	
Cunoștințe	• Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor; • Studentul/Absolventul explică conceptele de bază în marketing • Studentul/Absolventul descrie modelele fundamentale de analiză de marketing (mix, mediu, swot, bcg).
Aptitudini	▪ Studentul/absolventul aplică metode și tehnici pentru a realiza analize ale mediului intern și extern și interpretează rezultatele pentru fundamentarea deciziilor de marketing în ceea ce privește gestionarea gamei sortimentale ▪ Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini privind mediul de marketing, mix-ul de marketing
Responsabilități și autonomie	▪ Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii pertinente referitoare la strategia de produs, în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în domeniul specific ▪ Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta și planifica necesarul de produse într-o organizație, de a previziona cererea de produse și servicii ▪ Studentul/absolventul elaborează și prezintă rapoarte de analiză de marketing

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și înțelegerea conceptelor de bază ale marketingului. Cunoașterea și înțelegerea marketingului ca o funcțiune a organizației, a sarcinilor și activităților specifice ale marketingului în organizații.
7.2 Obiectivele specifice	Cunoașterea și înțelegerea activităților de marketing desfășurate de persoanele care lucrează în domeniul marketingului sau care au sarcini de marketing în cadrul organizațiilor. Formarea deprinderi și abilități de a identifica probleme specifice organizaționale și de marketing și de a contribui la rezolvarea lor. Dezvoltarea abilităților de analiză critică și constructivă a conceptelor, teoriilor, modelelor și metodelor marketingului cu scopul dezvoltării unor abordări creative în formularea de soluții

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Obs.
Unitatea de învățare 1. Conceptul de marketing	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 2. Mediul de marketing	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 3. Piața	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 4. Cercetări de marketing	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 5. Comportamentul consumatorului a comportamentului consumatorului	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Unitatea de învățare 6 Strategii și politici de marketing	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Unitatea de învățare 7. Politica de produs	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Unitatea de învățare 8 Politica de preț	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore

Unitatea de învățare 9. Politica de distribuție	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Unitatea de învățare 10. Politica de promovare	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Unitatea de învățare 11. Organizarea marketingului	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Unitatea de învățare 12. Domeniile specifice marketingului	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Unitatea de învățare 13. Planul de marketing	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore.
Unitatea de învățare 14. Aspecte particulare și instrumente de marketing	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile online student-tutore	2 ore
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă 1.Botezat, E.(coord.), BazeleMarketingului, Editura Universității Oradea, Oradea, 2006; Bibliografie suplimentară 1.Balaure Virgil (coord.),- Marketing, ed. a II-a revizuită și adăugită, Editura Uranus, București, 2002; 2. Lazăr, Dumitru D., -Bazele marketingului, volumul I, Casa Cărții de Știință, Cluj- Napoca, 2002. 3. Kotler, Philip; Keller, Kevin L., Kernev, Alexander -Marketing-Management, Published by Pearson ISBN-13: 9780138184889,(November 6th 2024) - Copyright © 2026, https://www.pearson.com/en-us/pearsonplus/p/9780138184889?utm ;		

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		Total 8 ore
Activitatea tutorială 1. <i>Conceptul de marketing.Mediul de marketing.Piața.Cercetări de marketing.Comportamentul consumatorului.Strategii și politici de marketing.Politica de produs</i>	Expunerea, descrierea, Exemple , Studii de caz	4 ore
Activitatea tutorială 2 <i>Politica de preț.Politica de distribuție. Politica de promovare. Organizarea marketingului. Domeniile specifice marketingului.Planul de marketing</i>	Expunerea, descrierea, Exemple, Studii de caz	4 ore
Teme de control		Total 10 ore
Tema de control 1. Test grilă cu 10 întrebări , pe baza modulelor 1-7	Postare pe platformă, Rezolvarea întrebărilor	5 ore
Tema de control 2 Test grilă cu 10 întrebări, pe baza modulelor 8-14	Postare pe platforma, rezolvarea întrebărilor	5 ore
Activități asistate	-	-
NU este cazul	-	-
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă 1.Botezat, E.(coord.), BazeleMarketingului, Editura Universității Oradea, Oradea, 2006; Bibliografie suplimentară 1.Balaure Virgil (coord.),- Marketing, ed. a II-a revizuită și adăugită, Editura Uranus, București, 2002; 2. Lazăr, Dumitru D., -Bazele marketingului, volumul I, Casa Cărții de Știință, Cluj- Napoca, 2002. 3. Kotler, Philip; Keller, Kevin L., Kernev, Alexander -Marketing-Management, Published by Pearson ISBN-13: 9780138184889,(November 6th 2024) - Copyright © 2026, https://www.pearson.com/en-us/pearsonplus/p/9780138184889?utm ;		

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

Structura și conținutul disciplinei este în concordanță cu cele ale disciplinelor similare de la Universități din țară și străinătate. Reprezentanții asociațiilor profesionale și angajatorii au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei. Astfel, acesta a fost adaptat pentru a răspunde cerințelor pieței muncii. Disciplina Marketing contribuie la înțelegerea noțiunilor, metodelor și tehnicilor de măsurare, analiză și interpretare a marketerilor și la formarea și dezvoltarea capacității de analiză și sinteză a informației de marketing specifice.
--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
Studiu	Aprofundarea,cunoașterea/	Evaluare sumativă :	Examen scris- 60%

individual (AI)	recunoașterea, explicarea terminologiei specifice disciplinei,;-rezolvare test Capacitatea de analiză și sinteză a studenților.	Test grila cu un număr de 10 întrebări din toate modulele de curs de tip corelational, descriptiv, explicativ, redactional	
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	Rezolvarea corectă a itemilor- 1pct pentru fiecare item rezolvat corect	Evaluare continuă: Probă scrisă –2 lucrări de verificare pe parcursul semestrului . Fiecare TC constă în completarea unui test cu 10 întrebări din modulele de curs specifice	TC-uri-40% TC1 –20% TC2 –20%
Activități asistate (AA)	-	-	-
Standard minim de performanță			
▪ Cunoașterea și înțelegerea conținutului cursului la nivelul ideilor esențiale ▪ Obținerea a cel puțin 5 puncte (din 10) pentru TC ▪ Obținerea a cel puțin 5 puncte (din 10) pentru răspunsurile la examen ▪ Obținerea a cel puțin 5 puncte (din 10) ca notă finală			

Data completării

23.09.2025

Coordonator de disciplină:

Lect.univ.dr. SASU Dinu-Vlad

(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

Adresa de e-mail: dinusasu@gmail.com

Tutore instructional:

Lect.univ.dr. SASU Dinu-Vlad

(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

Adresa de e-mail: dinusasu@gmail.com

Avizat RCID FSE,

Prof. univ. dr. habil. Dorina Nicoleta POPA/

Conf. univ. dr. Ioana Claudia HOREA

Director de Departament,

Prof. univ.dr. habil ABRUDAN Maria-Madela

(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

Data avizării în Departament:

25.09.2025

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Management-Marketing

Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp CN, sala F 303, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România, Tel.: 0259-408799

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

Decan,

Prof.univ.dr.habil. Diana SABĂU-POPA

Data avizării în Consiliul Facultății de Științe Economice:
26.09.2025

Date de contact²:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan

Str. Universității, nr. 1, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,

Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409,

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

¹ Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiară a Fișei disciplinei

² Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiare a Fișei de Disciplină

FIȘA DISCIPLINEI

Învățământ la distanță

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE FINANTE-CONTABILITATE
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclu de studii	STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING /ECONOMIST

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei, codul	Drept (FSTEID-0007)				
2.2 Coordonator disciplină	Prof.univ.dr. Popa Carmen Teodora				
2.3 Tutore instructional	Conf.univ.dr. Diana Carmaciu				
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Cv
Categorica formativă a disciplinei DF -fundamentală, DG -generală, DS -de specialitate, DE -economică/managerială, DU -umanistă, DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară					DF
Categorica de opționalitate a disciplinei: DI -impusă (obligatorie), DO -opțională, DL -liber aleasă (facultativă)					DI

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

I. Total ore din planul de învățământ	42	AI	14	AT	8	TC	20	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									70 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									35 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									35 ore
III. Examinări									2 ore
IV. Alte activități (precizați).....									0 ore
Total ore pe semestru (I + II + III + IV)									75
Numărul de credite									4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Studiu Individual	Calculator, internet, mijloace audio-video, configurare pe platforma e-learning	
Desfășurare aplicații	AT	Calculator, internet, mijloace audio-video, configurare pe platforma e-learning
	TC	Calculator, internet, mijloace audio-video, configurare pe platforma e-learning
	AA	-

6. 1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Identificarea și înregistrarea operațiunilor economice în contabilitatea entității/organizației; 2. Utilizarea resurselor informatice în domeniul financiar-contabil; 3. Prelucrarea informațiilor în vederea întocmirii de rapoarte financiar-contabile și/sau fiscale; 4. Determinarea și interpretarea indicatorilor economico-financiar; 5. Derularea operațiunilor specifice controlului financiar-contabil.
Competențe transversale	1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; 2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; 3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

6. 2. Rezultatele invatarii	
Cunostinte	a) descrie conceptele fundamentale de organizare administrativă și funcționare a instituțiilor publice și private. b) identifică principiile de bază ale managementului public și ale proceselor decizionale din administrație. enumeră diferențele structurale și funcționale dintre instituțiile publice și cele non-guvernamentale/private. d) explică terminologia specifică domeniului administrației publice și a relațiilor interinstituționale. e) clasifică sistemul de reglementări legislative care guvernează funcționarea structurilor administrative
Aptitudini	a) analizează și interpretează corect principiile de organizare administrativă pentru aplicarea lor în practică. b) redactează și prezintă rapoarte privind structura și funcționarea instituțiilor administrative. c) aplică toate cunoștințele teoretice necesare în rezolvarea problemelor legate de organizarea și funcționarea instituțiilor. d) adaptează metodele de lucru la nevoile specifice ale instituțiilor publice, private și non-guvernamentale. e) integrează eficient informațiile privind organizarea administrativă în procesul de luare a deciziilor.
Responsabilitate si autonomie	a) activează cu respectarea standardelor profesionale și a normelor etice în procesul de aplicare a cunoștințelor administrative. b) activează cu responsabilitate în realizarea sarcinilor administrative, în contextul colaborării instituționale. c) manifestă autonomie în gestionarea activităților legate de organizarea și funcționarea structurilor administrative. d) manifestă deschidere și atitudine proactivă în identificarea și aplicarea soluțiilor organizaționale optime. e) activează cu deschidere colaborativă în lucrul cu diverse echipe profesionale pentru a asigura buna funcționare a instituțiilor

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Obiectivele disciplinei Drept constă în introducerea și însușirea principalelor noțiuni ale acestei discipline: accepțiunile noțiunii de drept, act juridic, Constituție, raport juridic, normă juridică, răspundere juridică, contencios administrativ, patrimoniu, drepturi patrimoniale, etc. Cursul de Drept urmărește să transmită studenților economiști cunoștințe cu privire la raporturile juridice care iau naștere în activitatea zilnică a fiecăruia. Aceste cunoștințe sunt necesare oricărui economist, avându-se în vedere varietatea și complexitatea raporturilor juridice din acest domeniu,
	precum și frecvența cu care economistul se întâlnește cu aceste noțiuni în practică.
7.2 Obiectivele specifice	- inițierea studenților în studiul științei dreptului și aprofundarea unor noțiuni și instrumente de lucru fundamentale: concepte, categorii, principii și noțiuni în baza cărora dreptul poate fi gândit și aplicat.. - Utilizarea adecvată a termenilor juridici - Interpretarea normelor juridice - Formarea și dezvoltarea capacității de a soluționa problem interdisciplinare - Dezvoltarea abilităților de cercetare, cunoașterea și înțelegerea noțiunilor de bază folosite în drept

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Observații
Unitatea de învățare 1. Considerații generale privind dreptul	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 2. Norma juridică	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 3. Raportul juridic	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 4. Răspunderea juridică	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 5. Noțiuni generale de drept constituțional	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 6. Drepturile, libertățile și îndatoririle fundamentale	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 7. Autoritatea judecătorească	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 8. U 8. Caracterizarea generală a dreptului administrativ	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore

Unitatea de învățare 9. Funcția publică și funcționarul public	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 10. Actul administrativ;	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 11. Răspunderea contravențională și contenciosul administrativ	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 12. Actul juridic civil;	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 13. Patrimoniul, drepturile patrimoniale și bunurile;	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 14. Societățile comerciale	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore..	2 ore
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă Carmen Popa, Drept, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2018 Bibliografie suplimentară Nicolae Popa, Teoria generală a dreptului, Editura C.H. Beck, 2014; Dumitru Mazilu, Teoria generală a dreptului, Editura Lumina Lex, 2004 Carmen Popa, Teoria generală a dreptului, Editura Lumina Lex, 2001 Carmen Teodora Popa, Drept, Editura Universității din Oradea, 2018; Veronica Rebreanu, Teoria generală a dreptului, Editura Hamangiu, 2020 Rădulescu Marian-Dragoș, Elemente fundamentale de drept, Editura Universul Juridic, 2011 Bianca Selejan-Guțan, Drept constituțional și instituții politice, Editura Hamangiu, 2020		

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		Total 4 ore
Activitatea tutorială 1. AT 1- Teoria generală a dreptului. Elemente de drept constituțional. Considerații generale privind dreptul. Norma juridică. Raportul juridic. Răspunderea juridică.	Expunerea, descrierea, exercițiul	2 ore
Noțiuni de drept constituțional. Drepturile, libertățile și îndatoririle fundamentale. Autoritatea judecătorească		
Activitatea tutorială 2. AT2: Caracterizarea generală a dreptului administrativ. Funcția publică și funcționarul public; Actul administrativ; Răspunderea contravențională și contenciosul administrativ. Actul juridic civil; Patrimoniul și drepturile patrimoniale; Bunurile; Societățile comerciale	Expunerea, descrierea, exercițiul	2 ore
Teme de control		Total 10 ore
Tema de control 1. Test grilă 20 de întrebări, pe baza modulelor 1-7	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	5 ore
Tema de control 2. Test grilă 20 de întrebări, pe bazamodulelor 8-14	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	5 ore
Activități asistate		
Nu este cazul.		
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă HOREA Ioana, Limba străină pentru afaceri I.2 – Limba Engleză, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2015-2016 Bibliografie suplimentară Nicolae Popa, Teoria generală a dreptului, Editura C.H. Beck, 2014; Dumitru Mazilu, Teoria generală a dreptului, Editura Lumina Lex, 2004 Carmen Popa, Teoria generală a dreptului, Editura Lumina Lex, 2001 Carmen Teodora Popa, Drept, Editura Universității din Oradea, 2018; Veronica Rebreanu, Teoria generală a dreptului, Editura Hamangiu, 2020 Rădulescu Marian-Dragoș, Elemente fundamentale de drept, Editura Universul Juridic, 2011		

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

Tematica propusă asigură interdisciplinaritate, conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și din străinătate și cu ceea ce se abordează la disciplinele de specialitate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Studiu individual (AI)	Aprofundarea, cunoașterea/recunoașterea, explicarea terminologiei specifice disciplinei, prezentate la curs; Capacitatea de analiză și sinteză a studenților;	- Test grilă cu 25 întrebări tip grilă cu un singur răspuns corect, timp de rezolvare 30 minute	80%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	Capacitatea de rezolvare corectă Capacitatea de interpretare corectă a conceptelor	TC - două teste grilă pe parcursul semestrului, conform specificațiilor de mai sus.	TC1 - 10% TC2 – 10%
Activități asistate (AA)		-	
Standard minim de performanță			
Înșușirea noțiunilor de bază, elementare ale dreptului			
- Capacitatea de utilizare a noțiunilor în rezolvarea testelor grilă			
- Obținerea cel puțin a notei 5 la proba scrisă din sesiunea de examene			

Data completării
20.09.2025

Avizat RCID,
Conf. Univ. Dr. Ioana
HOREA

Data avizării în
Departament:

Coordonator de disciplină:

Prof.univ.dr. Popa Carmen Teodora
(*gradul didactic, numele, prenumele și*
semnătura)

Adresa de e-mail: bnppopacarmen@gmail.com

Tutore instructional:

Conf.univ.dr. Carmaciu Diana (*gradul*
didactic, numele, prenumele și semnătura)

Director de Departament,
Prof. Univ. Dr. Madela Abrudan
(*gradul didactic, numele, prenumele și semnătura*)

24.09.2025

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Afaceri
Internationale

Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp E, sala 119, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408799

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe Economice:
25.09.2025

Date de contact²:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan
Str. Universității, nr. 1, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409,

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

Decan,

Prof. univ.dr. habil Diana Sabau Popa

FIȘA DISCIPLINEI

Învățământ la distanță

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT ȘI MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei, codul	DOCTRINE ECONOMICE CONTEMPORANE, FSTEID-0490				
2.2 Coordonator disciplină	Prof.univ.dr. Anca DODESCU				
2.3 Tutore instructional	Lect.univ.dr. Afrodita BORMA				
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	CV
Categorica formativă a disciplinei DF -fundamentală, DG -generală, DS -de specialitate, DE -economică/managerială, DU -umanistă, DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară					DF
Categorica de opționalitate a disciplinei: DI -impusă (obligatorie), DO -opțională, DL -liber aleasă (facultativă)					DI

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

I. Total ore din planul de învățământ	42	AI	28	AT	4	TC	10	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									73
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									43
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									30
III. Examinări									10
IV. Alte activități (precizați).....									

Total ore pe semestru (I + II + III + IV)	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Studiu Individual		Platforma https://e.uoradea.ro Laptop, suportul de curs în format PDF. pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată Acces la Internet pentru documentare bibliografică Acces la Biblioteca Universității din Oradea pentru documentare bibliografică
Desfășurare aplicații	AT	Platforma https://e.uoradea.ro Laptop, suportul de curs în format PDF. pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată Acces la Internet pentru documentare bibliografică Acces la Biblioteca Universității din Oradea pentru documentare bibliografică
	TC	Platforma https://e.uoradea.ro Laptop, suportul de curs în format PDF. pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată Acces la Internet pentru documentare bibliografică Acces la Biblioteca Universității din Oradea pentru documentare bibliografică
	AA	-

6.1. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	C1.1 Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing C1.2 Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing C2.1 Identificarea și descrierea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing C2.2 Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

6.2. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe avansate care permit înțelegerea unor aspecte complexe privind formarea, evoluția și interconectarea principalelor curente economice,. Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe complexe care permit analiza modului în care teoriile economice au influențat evenimentele istorice și au modelat gândirea economică modernă, inclusiv în ceea ce privește potențialul de adaptare la noile realități socio-economice.
Aptitudini	Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini/abilități avansate de analiză critică în vederea identificării particularităților unui anumit mod de gândire economică și impactul acestuia asupra teoriilor care explică fenomenul economic. Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini/ abilități avansate care presupun utilizarea unor metode de analiză complexe pentru a identifica impactul principiilor și teoriilor economice asupra politicilor economice specifice.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a iniția și gestiona proiecte complexe care implică identificarea, analiza și evaluarea relației dintre principiile teoretice ale economiei și manifestările practice ale activității economice. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta, elabora și implementa strategii economice adecvate unor principii doctrinare specifice.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Prezentarea ideilor, teoriilor, doctrinelor și curentelor economice și a confruntărilor dintre ele privite în succesiunea lor istorică și formarea discernământului necesar pentru aprecierea obiectivă, pe baza unor criterii științifice, a teoriilor și doctrinelor economice contemporane.
7.2 Obiectivele specifice	1. Cunoaștere și înțelegere - dezvoltarea capacităților de cunoaștere, apreciere și valorizare a diferitelor moduri de gândire și acțiune economică; - utilizarea corectă a noțiunilor, categoriilor, conceptelor Istoriei gândirii economice; 2. Explicare și interpretare - explicarea și interpretarea ideilor, teoriilor, doctrinelor și curentelor economice privite în succesiunea lor istorică și a confruntărilor dintre ele; - explicarea și interpretarea efectelor ideilor, teoriilor, doctrinelor și curentelor economice asupra istoriei economice.

	3. Instrumental - aplicative • dezvoltarea abilităților intelectuale: studiul independent, efectuarea unei cercetări științifice pe baza metodei “muncii în grup” finalizată printr-un referat; • dezvoltarea competențelor de comunicare (dialog, dezbatere, susținere liberă etc.); • dezvoltarea și utilizarea competențelor de cooperare și activitate comună în rezolvarea unei sarcini de instruire sub îndrumarea cadrului didactic, precum și a competențelor de decizie, de asumare a responsabilității etc. 4. Atitudinale • autonomizarea propriului demers cognitiv în domeniul gândirii economice; formarea propriilor convingeri și concepții despre teoriile, doctrinele, curentele de gândire economică prezentate; • formarea gândirii critic-reflexive, stimularea exprimării și argumentării părerilor personale. • cultivarea și promovarea unui mediu științific centrat pe valori, etică și responsabilitate socială; • formarea unui comportament pozitiv și responsabil.
--	---

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Observații
Unitatea de învățare 1. ECONOMIA ȘI MODUL ECONOMIC DE GÂNDIRE	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 2. GÂNDIREA ECONOMICĂ CA OBIECT DE STUDIU	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 3. GÂNDIREA ECONOMICĂ PREMODERNĂ	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 4. MERCANTILISMUL și ȘCOALA FIZIOCRATĂ	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 5. LIBERALISMUL ECONOMIC CLASIC	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 6. REACȚII ANTILIBERALE SOCIALE ȘI NAȚIONALE. SOCIALISMUL MARXIST	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 7. NEOCLASICISMUL ECONOMIC	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 8. DIRIJISMUL ECONOMIC	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 9. ECONOMIȘTI ETERODOCȘI	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 10. NEOLIBERALISMUL	Prelegere, dezbatere, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 11. NOUA ECONOMIE	Prelegere, dezbatere, problematizare,	2 ore

	Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	
Unitatea de învățare 12. TEORII ȘI MODELE CONTEMPORANE ALE CREȘTERII ECONOMICE	Prelegere, dezbateri, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 13. TEORII ȘI MODELE CONTEMPORANE ALE DEZVOLTĂRII, LOCALIZĂRII, GLOBALIZĂRII ȘI INTEGRĂRII	Prelegere, dezbateri, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore
Unitatea de învățare 14. CONTRIBUȚII LA DEZVOLTAREA GÂNDIRII ECONOMICE CONTEMPORANE ALE LAUREAȚILOR PREMIULUI NOBEL PENTRU ECONOMIE	Prelegere, dezbateri, problematizare, Proiectare slide-uri Powerpoint prin utilizarea video-proiectorului	2 ore

Bibliografie

Cursuri universitare tipărite și în format electronic:

1. Dodescu, A. (coord.), Pop Coșuț, I., *Doctrină economică. Manual universitar*, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2004;
2. Dodescu Anca (coordonator), Ioana Pop Coșuț, *Curs universitar la disciplina Istoria gândirii economice*, pentru uzul studenților de la forma de învățământ cu frecvență, Universitatea din Oradea, (tipărit anual), ediția 2013, 317 pg.
3. Dodescu Anca (coordonator), Ioana Pop Coșuț, *Suport pentru studiul individual la disciplina Istoria gândirii economice*, pentru uzul studenților de la forma de învățământ la distanță, Universitatea din Oradea, (tipărit anual), ediția 2013, 369 pg.
4. Dodescu Anca (coord.), Ioana Pop-Coșuț, *Suport pentru studiul individual la disciplina Istoria gândirii economice*, pentru uzul studenților de la forma de învățământ la distanță, Universitatea din Oradea, an univ. 2012 - 2013, sem. II, 369 pg., (a se vedea: <http://distance.iduoradea.ro/course/view.php?id=843>), 2012.

Cărți de specialitate:

1. Beaud, M., Dostaler, G., *Gândirea economică de după Keynes*, Eurosong&Book, București, 2000;
2. Blaug, M., *Teoria economică în retrospectivă*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1992;
3. Buchholz, T.G., *Ideii noi de la economiști morți*, Ed. Andreco Educational, 2004;
4. Heilbroner, R. L. *Filozofii lucrurilor pământești. Viețile, epocile și ideile marilor economiști*, Ed. Humanitas, București, 1994;
5. Pohoată, I., *Doctrină economică universală*, Fundația „Gh. Zane”, Iași, 1993;
6. Popescu, G., *Evoluția gândirii economice*, Ed. George Barițiu, Cluj-Napoca, 2004;
7. Rogojanu, A., *Stăpânii ideilor economice*, Ed. Economica, București, vol. I, II, 2009, vol. III, 2010;
8. Sută Selejan, S., *Doctrină și curente în gândirea economică modernă și contemporană*, Ed. ALL, București, 1994;
9. Tașnadi, Al., Tașnadi, B., *Universul teoriilor economice*, Ed. Economica, București, vol I, 2001, vol II, 2004;
10. Todossia, M., *Doctrină economică contemporană*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1985;
11. Văleanu, N.I., *Istoria gândirii economice*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1992.

Sitografie:

1. New School's History of Economic Thought Website
<http://cepa.newschool.edu/het/>
2. The McMaster University Archive for the History of Economic Thought
<http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/>
3. The Liberty Fund Library of Economics and Liberty
<http://www.econlib.org/library/classics.html>

4. The Liberty Fund Online Library of Liberty
<http://oll.libertyfund.org/>
5. The Nobel Prize in Economics e-Museum
<http://www.nobel.se/economics/index.html>
6. The Akamac E-text Links Page
http://www.cpm.ll.ehime-u.ac.jp/AkamacHomePage/Akamac_Etext_Links/Akamac_E-text_Links.html
7. The Mises Institute Austrian Economics Study Guide
<http://www.mises.org/studyguide.asp>
8. The Friedrich Hayek Scholar's Page
<http://www.hayekcenter.org/friedrichhayek/hayek.html>
9. The Acton Institute's Markets and Morality Website
http://www.acton.org/publicat/m_and_m/
10. The Eh.Net History of Economics Website
<http://www.eh.net/HE/>
11. The Economy Professor Website:
<http://www.economyprofessor.com/>
12. The Internet Classics Archive:
<http://classics.mit.edu/>
13. The Internet Encyclopedia of Philosophy
<http://www.utm.edu/research/iep/>
14. The Internet Modern History Sourcebook
<http://www.fordham.edu/halsall/mod/modsbook.html>
15. Economics Subject Centre of the United Kingdom's Higher Education Academy Resource:
<http://www.economics.ltsn.ac.uk/books/HistoryofEconomic.htm#0321088123>

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		Total 4 ore
AT1. <i>Istoria gândirii economice – definiție, scop, criterii, caracteristici. Gândirea economică premodernă și Gândirea economică modernă</i> (Mercantilismul, Școala fiziocrată, Liberalismul economic, Reacții antiliberale naționale și sociale, Socialismul marxist): ▪ discuții pe marginea întrebărilor de evaluare; ▪ lămurire neclarități cu privire la întrebări cu variante de răspuns; ▪ discuții, exemple, modele de comentarii texte;	Conversație euristică, proiectare slide-uri PPT prin utilizarea video-proiectorului explicatie, exemplificare (modele de comentarii texte), autoevaluare (rezolvarea corectă a întrebărilor grilă), discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
AT2. <i>Gândirea economică contemporană</i> (Neoclasicismul, Dirijismul economic, Economismul eterodocși, Neoliberalismul – Ultraliberalismul, Ordoliberalismul, Noua Economie, Teorii și modele contemporane ale creșterii economice și dezvoltării, Teorii contemporane ale comerțului internațional, globalizării, integrării regionale și localizării, Contribuțiile la dezvoltarea gândirii economice contemporane ale laureaților Premiului Nobel pentru Economie (1969 - 2011)): ▪ discuții pe marginea întrebărilor de evaluare; ▪ lămurire neclarități cu privire la întrebări cu variante de răspuns; ▪ consiliere pentru întocmire referate.	Conversație euristică, proiectare slide-uri PPT prin utilizarea video-proiectorului explicatie, exemplificare (modele de comentarii texte), autoevaluare (rezolvarea corectă a întrebărilor grilă), discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Teme de control		Total 10 ore

TC1. Comentarea unui text, din lista postată pe platformă (după modelul indicat).	Documentare și analiză	5 ore
TC2. Întocmirea unui referat din lista postată pe platformă	Documentare, analiză și sintetizare	5 ore
Activități asistate		
Nu este cazul.		

Bibliografie

Cursuri universitare tipărite și în format electronic:

1. Dodescu, A. (coord.), Pop Cohuț, I., *Doctrină economică. Manual universitar*, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2004;
2. Dodescu Anca (coordonator), Ioana Pop Cohuț, *Curs universitar la disciplina Istoria gândirii economice*, pentru uzul studenților de la forma de învățământ cu frecvență, Universitatea din Oradea, (tipărit anual), ediția 2013, 317 pg.
3. Dodescu Anca (coordonator), Ioana Pop Cohuț, *Suport pentru studiul individual la disciplina Istoria gândirii economice*, pentru uzul studenților de la forma de învățământ la distanță, Universitatea din Oradea, (tipărit anual), ediția 2013, 369 pg.
4. Dodescu Anca (coord.), Ioana Pop-Cohuț, *Suport pentru studiul individual la disciplina Istoria gândirii economice*, pentru uzul studenților de la forma de învățământ la distanță, Universitatea din Oradea, an univ. 2012 - 2013, sem. II, 369 pg., (a se vedea: <http://distance.iduoradea.ro/course/view.php?id=843>), 2012.

Cărți de specialitate:

1. Beaud, M., Dostaler, G., *Gândirea economică de după Keynes*, Eurosong&Book, București, 2000;
2. Blaug, M., *Teoria economică în retrospectivă*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1992;
3. Buchholz, T.G., *Ideii noi de la economiști morți*, Ed. Andreco Educational, 2004;
4. Heilbroner, R. L. *Filozofii lucrurilor pământești. Viețile, epocile și ideile marilor economiști*, Ed. Humanitas, București, 1994;
5. Pohoată, I., *Doctrină economică universală*, Fundația „Gh. Zane”, Iași, 1993;
6. Popescu, G., *Evoluția gândirii economice*, Ed. George Barițiu, Cluj-Napoca, 2004;
7. Rogojanu, A., *Stăpânii ideilor economice*, Ed. Economica, București, vol. I, II, 2009, vol. III, 2010;
8. Sută Selejan, S., *Doctrină și curente în gândirea economică modernă și contemporană*, Ed. ALL, București, 1994;
9. Tașnadi, Al., Tașnadi, B., *Universul teoriilor economice*, Ed. Economica, București, vol I, 2001, vol II, 2004;
10. Todolia, M., *Doctrină economică contemporană*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1985;
11. Văleanu, N.I., *Istoria gândirii economice*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1992.

Sitografie:

1. New School's History of Economic Thought Website
<http://cepa.newschool.edu/het/>
2. The McMaster University Archive for the History of Economic Thought
<http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/>
3. The Liberty Fund Library of Economics and Liberty
<http://www.econlib.org/library/classics.html>
4. The Liberty Fund Online Library of Liberty
<http://oll.libertyfund.org/>
5. The Nobel Prize in Economics e-Museum
<http://www.nobel.se/economics/index.html>
6. The Akamac E-text Links Page
http://www.cpm.ll.ehime-u.ac.jp/AkamacHomePage/Akamac_Etext_Links/Akamac_E-text_Links.html
7. The Mises Institute Austrian Economics Study Guide
<http://www.mises.org/studyguide.asp>
8. The Friedrich Hayek Scholar's Page

- <http://www.hayekcenter.org/friedrichhayek/hayek.html>
9. The Acton Institute's Markets and Morality Website
http://www.acton.org/publicat/m_and_m/
 10. The Eh.Net History of Economics Website
<http://www.eh.net/HE/>
 11. The Economy Professor Website:
<http://www.economyprofessor.com/>
 12. The Internet Classics Archive:
<http://classics.mit.edu/>
 13. The Internet Encyclopedia of Philosophy
<http://www.utm.edu/research/iep/>
 14. The Internet Modern History Sourcebook
<http://www.fordham.edu/halsall/mod/modsbook.html>
 15. Economics Subject Centre of the United Kingdom's Higher Education Academy Resource:
<http://www.economics.ltsn.ac.uk/books/HistoryofEconomic.htm#0321088123>

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

- Conținuturile disciplinei sunt coroborate cu: așteptările reprezentanților comunității epistemice-titularul de curs și de seminar s-au titularizat pe disciplina Istoria gândirii economice;
- Conținuturile disciplinei sunt corelate cu conținuturile disciplinei Doctrină economică contemporană din alte universități românești (Academia de Studii Economice București - Facultatea de Economie, Universitatea Babeș-Bolyai - Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" Iași - Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor etc., Universitatea de Vest Timișoara -- Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor etc.;
- Conținuturile disciplinei sunt corelate cu așteptările asociațiilor profesionale: AFER și AGER și angajaților reprezentativi din mediul economic consultați în cadrul unor Workshop-uri special dedicate organizate în cadrul proiectului PRACTeam.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Studiu individual (SI)	Colocviul constă într-un test grilă compus din întrebări cu câte un singur răspuns corect, din cele două părți fundamentale acoperite de materia disciplinei: lexic și comunicare, un subiect de teorie și un citat de comentat.	Evaluarea finală (examen/ restanță), constă în: I. 45 întrebări cu variante de răspuns (Punctaj I: 45 grile x 0,2 puncte/grilă= 9 puncte + 1 punct din oficiu=10 puncte); II. 1 subiect de teorie (5 puncte); 1 citat de comentat (4 puncte); (Punctaj II: 5 puncte + 4 puncte + 1 punct din oficiu = 10 puncte); Nota la examen = (Punctaj I + Punctaj II)/2, <i>cu condiția ca ambele să fie peste 5 puncte;</i>	50%
Activități tutoriale (AT)			-
Teme de control (TC)	• Parcurgerea cel puțin a unei lucrări bibliografice recomandate suplimentar; • Efectuarea activităților gen	Evaluare continuă pe parcursul semestrului se realizează pe baza Temelor de control întocmite de studenți și postate pe platforma disciplinei.	50%

	teme / referate / eseuri / studii de caz în cadrul activităților de seminar;	Nota Temelor de control = (TC1+TC2)/2	
Activități asistate (AA)			-
Nota finală = media aritmetică dintre Nota de examen și Nota Temelor de control , <i>cu condiția ca nota obținută la examen să fie minim 5;</i>			
Standard minim de performanță			
- Definirea și exemplificarea noțiunilor: curent economic, doctrină economică, școală de gândire economică, teorie economică, idee economică; - Caracterizarea pe scurt a curentelor, doctrinelor, școlilor de gândire economică (ideea directoare, principalele teorii, principalele măsuri de politică economică, principalii reprezentanți); - Identificarea curentului, doctrinei, școlii de gândire economică, teoriei la care se referă un text; - Familiarizarea cu munca în echipă, asumând cu responsabilitate sarcini specifice realizării unui proiect; - Elaborarea unui referat pe baza documentării bibliografice (documentarea la bibliotecă, documentarea computerizată), respectând normele deontologiei științifice și susținerea publică a referatului întocmit; Susținerea cu argumente a aplicării unui plan personal de dezvoltare profesională.			

Data completării

23.09.2025

Coordonator de disciplină:

Prof.univ.dr. Anca Dodescu

(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

Adresa de e-mail:

otiliaanca.dodescu@gmail.com

Tutore instrucțional:

Lect.univ.dr. Afrodita Borma

(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

Adresa de e-mail:

afroditaborma@gmail.com

Avizat RCID FSE,

Prof. univ. dr. habil. Dorina Nicoleta POPA/

Conf. univ. dr. Ioana Claudia HOREA

Director de Departament,

Prof.univ.dr. Dorin Băc

(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)

**Data avizării în
Departament:**

24.09.2025

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Economie și Business

Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp ..., sala ..., Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408799

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

Decan,

Prof.univ.dr. habil. Claudia Diana SABĂU-POPA

**Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe Economice:**

25.09.2025

Date de contact²:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan

Str. Universității, nr. 1, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,

Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409,

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

¹ Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiară a *Fișei disciplinei*

² Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiare a *Fișei de Disciplină*

FIȘA DISCIPLINEI

Învățământ la distanță

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei, codul	PROGRAME APLICATIVE DE MARKETING, FSTEID-0598				
2.2 Coordonator disciplină	ADELA LAURA POPA				
2.3 Tutore instructional	ADELA LAURA POPA				
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Ex.
Categorica formativă a disciplinei DF -fundamentală, DG -generală, DS -de specialitate, DE -economică/managerială, DU -umanistă, DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară					DS
Categorica de opționalitate a disciplinei: DI -impusă (obligatorie), DO -opțională, DL -liber aleasă (facultativă)					DI

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

I. Total ore din planul de învățământ	56	AI	28	AT	8	TC	20	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									7
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									10
III. Examinări									2
IV. Alte activități (precizați).....									...
Total ore pe semestru (I + II + III + IV)	75								
Numărul de credite	3								

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Studiu Individual		Calculator, conexiune Internet, acces la platforma e-learning
Desfășurare aplicații	AT	Calculator, conexiune Internet, acces la platforma e-learning
	TC	Calculator, conexiune Internet, acces la platforma e-learning
	AA	-

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C2.1 Identificarea și descrierea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing C2.2 Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing C2.3 Folosirea softurilor în activități de marketing
Competențe transversale	-

Aptitudini/ Competențe ESCO	- Creează anunțuri publicitare. - Realizează analiza nevoilor consumatorilor. - Deține competențe informatice. - Lucrează în echipe. - Supraveghează activitățile de promovare.
--	---

6. 2. Rezultate așteptate ale învățării	
Cunoștințe	▪ Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și aplicațiilor informatice utilizate în marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale. ▪ Studentul explică conceptele de bază specifice marketingului digital și își formează un vocabular specific acestui domeniu.
Aptitudini	▪ Studentul/Absolventul folosește adecvat produse software pentru activitatea de marketing online, inclusiv pe cele bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale. ▪ Studentul folosește aplicații/platforme precum Canva, https://www.vyond.com, https://biteable.com pentru elaborarea materialelor de marketing.
Responsabilități și autonomie	▪ Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe rigoare științifică cu privire la procesul de dezvoltare a instrumentelor de comunicare în mediul online (pagini web) bazate pe principii de marketing și realizarea de strategii de marketing online. ▪ Studentul învață să analizeze rezultatele activităților de marketing desfășurate în mediul digital (social media).

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• introducerea în înțelegerea domeniului specific activității de marketing; • prezentarea și dezbateră conceptelor de bază ale marketingului; • familiarizarea cu limbajul de specialitate și acumularea unui vocabular de specialitate minim; • familiarizarea cu un set de aplicații specifice activității de marketing.
7.2 Obiectivele specifice	<i>Cunoaștere și înțelegere</i> • cunoașterea și utilizarea adecvată a unor noțiuni specifice marketingului <i>Explicare și interpretare</i> • dezbateră și înțelegerea unor concepte esențiale specifice marketingului <i>Instrumental - aplicative</i> • utilizarea unui set de aplicații software utile în activitatea de marketing • obținerea unui certificat de parcurgere a unui curs de cunoștințe fundamentale din domeniul marketingului digital <i>Atitudinale</i> • conștientizarea studenților cu privire la numărul mare de aplicații software utile în activitatea de marketing și încurajarea studierii și utilizării acestora într-o manieră creativă

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Obs.
Unitatea de învățare 1. Crearea prezenței online a unei organizații	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 2. Planificarea strategiei online	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 3. Noțiuni de bază despre motoarele de căutare. Rezultate organice vs. Rezultate plătite	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 4. Descrierea aplicației Google Ads	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 5. Construirea anunțurilor în motoarele de căutare	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 6. Publicitatea în Rețeaua de Display	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 7. Promovarea prin social media. Aplicații soft utile în social media marketing	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	

Unitatea de învățare 8. Marketingul prin conținut	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 9. Tipuri de conținut în marketingul digital. Aplicații soft pentru content marketing	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 10. Noțiuni de bază despre email marketing. Aplicații soft utile în email marketing	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 11. Platforme online pentru marketing afiliat	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 12. Instrumente online utile în cercetarea de marketing	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 13. Noțiuni introductive despre analiza web	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Unitatea de învățare 14. Prezentarea aplicației Google Analytics	Clarificări conceptuale, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă Popa, A. L. – Suport de studiu individual la disciplina Programe Aplicative de Marketing, Departamentul ID, Universitatea din Oradea, 2023 Bibliografie suplimentară ▪ <i>Atelierul Digital Google / Bazele marketingului digital</i> - https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/700678 ▪ Popa, A. L. - A classic framework of online marketing tools, The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences, Tom XXIV, 1st issue / July 2015 , pp. 1269-1277.- https://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2015i1p1269-1277.html ▪ Biteable - https://biteable.com/ ▪ vyond.com: Make Business Videos – www.vyond.com ▪ Canva: Amazingly Simple Graphic Design Software - https://designschool.canva.com/teaching-materials/ ▪ Google Trends - https://www.google.ro/trends/ ▪ Google Alerts - https://www.google.ro/alerts		

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		Total 8 ore
Activitatea tutorială 1. Înțelegerea elementelor prezenței online a unei organizații Planificarea strategiei online a unei organizații Utilizarea motoarelor de căutare în marketing: tipuri de rezultate ale căutării Promovarea prin social media	Prelegere participativă, exemplificare, clarificare conceptuală, studiu de caz	4 ore
Activitatea tutorială 2. Aplicații soft pentru content marketing Aplicații soft utile în email marketing Platforme online pentru marketing afiliat Instrumente online utile în cercetarea de marketing	Prelegere participativă, exemplificare, clarificare conceptuală, studiu de caz	4 ore
Teme de control		Total 20 ore
Tema de control 1. Proiect vizibilitate Social Media - Aplicația utilizată: www.canva.com – - Alegerea temei. - Activitatea de cercetare (căutarea și analiza unor campanii de promovare asemănătoare); - Elaborarea ghidului de comunicare - Realizarea imaginilor - Finalizare portofoliu imagini	Utilizarea unor aplicații software pentru realizarea unor materiale specifice activității de marketing	10 ore
Tema de control 2. Proiect Video Marketing: Material video de promovare - aplicații utilizate: https://www.vyond.com , https://biteable.com . - Stabilirea temei. - Realizarea storyboard-ului/scenariului. - Dezbaterile scenariilor - Realizarea materialului video	Utilizarea unor aplicații software pentru realizarea unor materiale specifice activității de marketing	10 ore
Activități asistate		
Nu este cazul		
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă		

Popa, A. L. – Suport de studiu individual la disciplina Programe Aplicative de Marketing, Departamentul ID, Universitatea din Oradea, 2023

Bibliografie suplimentară

- *Atelierul Digital Google / Bazele marketingului digital* - <https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/700678>
- Popa, A. L. - A classic framework of online marketing tools, The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences, Tom XXIV, 1st issue / July 2015, pp. 1269-1277.- <https://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2015i1p1269-1277.html>
- Biteable - <https://biteable.com/>
- vyond.com: Make Business Videos – www.vyond.com
- Canva: Amazingly Simple Graphic Design Software - <https://designschool.canva.com/teaching-materials/>
- Google Trends - <https://www.google.ro/trends/>
- Google Alerts - <https://www.google.ro/alerts>

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

Proiectele realizate pun bazele înțelegerii conceptelor specifice marketingului digital și se pliază pe cerințele organizațiilor în elaborarea strategiilor ce țin de prezența online a acestora.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Studiu individual (AI)	- capacitatea de a înțelege și folosi conceptele specifice marketingului digital, precum și modul de a gândi și elabora materiale specifice promovării în mediul online	- Examenul va presupune rezolvarea a 10 cerințe (7 întrebări tip grilă și 3 întrebări cu răspuns deschis)	40%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	- evaluarea materialelor de marketing realizate	TC1: Proiect vizibilitate Social Media - Aplicația utilizată: www.canva.com TC2: Proiect Video Marketing: Material video de promovare - aplicații utilizate: www.vyond.com , https://biteable.com etc.	TC1 – 30% TC2 – 30%
Activități asistate (AA)		-	
Standard minim de performanță			
▪ Studentul/a trebuie să dovedească faptul că a înțeles noțiunile de bază ale cursului, conceptele specifice ale disciplinei la nivelul ideilor de bază – reflectat în special în cadrul examenului scris; ▪ Studentul/a trebuie să obțină minim 4,5 puncte din 10 pentru fiecare temă de control.			

Data completării

21.09.2025

Coordonator de disciplină:

Lect. univ. dr. Adela Laura Popa

Adresa de e-mail: apopa@uoradea.ro

Tutore instructional:

Lect. univ. dr. Adela Laura Popa

Adresa de e-mail: apopa@uoradea.ro

Avizat RCID FSE,

Prof. univ. dr. habil. Dorina Nicoleta POPA/

Conf. univ. dr. Ioana Claudia HOREA

Director de Departament,

Prof.univ.dr.habil. Maria-Madela ABRUDAN

**Data avizării în
Departament:**

.....

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice,

Departamentul de Management Marketing

Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp F, sala F303 Cod poștal 410087,

Oradea, jud. Bihor, România, Tel.: 0259-408799

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

¹ Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiară a Fișei disciplinei

**Decan,
Prof.univ.dr.habil. Diana SABĂU-POPA**

**Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe Economice:**

.....

Date de contact²:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan

Str. Universității, nr. 1, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,

Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409,

E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

² Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiare a *Fișei de Disciplină*

FIȘA DISCIPLINEI

Învățământ la distanță

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN ORADEA
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclu de studii	STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING / ECONOMIST

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei, codul	Limba străină pentru afaceri I.2 – Limba Engleză (FSTEID-0524)		
2.2 Coordonator disciplină	Conf.univ.dr. Ioana Claudia HOREA		
2.3 Tutore instrucțional	Conf.univ.dr. Ioana Claudia HOREA		
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2
2.6 Tipul de evaluare	Cv		
Categoriza formativă a disciplinei DF -fundamentală, DG -generală, DS -de specialitate, DE -economică/managerială, DU -umanistă, DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară			DC
Categoriza de opționalitate a disciplinei: DI -impusă (obligatorie), DO -opțională, DL -liber aleasă (facultativă)			DI

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

I. Total ore din planul de învățământ	42	AI	14	AT	8	TC	20	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									30 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									10 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									20 ore
III. Examinări									3 ore
IV. Alte activități (precizați).....									0 ore
Total ore pe semestru (I + II + III + IV)									75
Numărul de credite									3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Studiu Individual	Calculator, internet, mijloace audio-video, configurare pe platforma e-learning		
Desfășurare aplicații	AT	Calculator, internet, mijloace audio-video, configurare pe platforma e-learning	
	TC	Calculator, internet, mijloace audio-video, configurare pe platforma e-learning	
	AA	-	

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1 Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor si a instrumentelor de marketing C2.1 Identificarea și descrierea instrumentelor si a aplicațiilor informatice in activitățile de marketing C4.1 Definirea conceptelor si descrierea politicilor mix-ului de marketing
Competențe transversale	-

6.2. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/ Absolventul deține cunoștințe privind registrele de limbă și variantele lingvistice utilizate în comunicarea orală și scrisă în limba engleză adaptate la contexte profesionale diverse.
Aptitudini	Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba engleză în scopul construirii unui demers argumentativ.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- cunoașterea și utilizarea adecvată a terminologiei de specialitate, precum și a structurilor gramaticale aplicate și aplicabile limbajului de specialitate; - formarea abilităților de comunicare adecvate unor potențiale situații reale din domeniul economic; dezvoltarea capacității de comunicare în limba străină; - deprinderea abilității de documentare în limba engleză, în domeniul de specialitate.
7.2 Obiectivele specifice	- exersarea celor patru abilități fundamentale: scriere, citire, ascultare, vorbire - familiarizarea cu limbajul de specialitate și asimilarea unui vocabular minim de engleză pentru economie

	- explicarea și interpretarea diversilor termeni de specialitate în limba engleză; - dobândirea competențelor lingvistice implicate în procesul de interpretare și traducere a textului din domeniul științelor economice; - deprinderea tehnicilor de redactare și completare a documentelor de specialitate în limba engleză; - valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile de specialitate.
--	---

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Observații
Unitatea de învățare 1. Standard phrases in meetings.	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 2. Money – history and types	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 3. Banks – structures and organization	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 4. Bank activities	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 5. Language of accounting	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 6. Globalization	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 7. Expanding markets	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 8. Cultural differences in business	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 9. Communication barriers	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 10. World economy.	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 11. The money problem	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 12. International commerce	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 13. Production and trade	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 14. Revision	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă HOREA Ioana, <i>Limba străină pentru afaceri I.2 – Limba Engleză, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2015-2016</i> Bibliografie suplimentară - Albu, Ioana; Hamburg, Andrea – coord. - Dicționar de afaceri: engleză, germană, franceză, italiană, maghiară – Oradea – Editura Universității din Oradea - 2004 - cota CRID: 1600 - Hollinger, Alexander - Test your business English vocabulary - București: Editura Teora – 2010 - cota CRID: 710 – 711 - Hollinger, Alexander - Written Communication in Business English - București: Editura Universitară – 2005 - cota CRID: 827 - 828 - Mascull, Bill - Business Vocabulary in Use – Cambridge University Press - 2002 - cota CRID: 1599 - Sweeney, Simon - English for Business Communication - Student's Book – Cambridge University Press, Second edition – 2003 - cota CRID: 1187		

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		Total 8 ore
Activitatea tutorială 1. <i>Financial Issues (Money, Banks, Accounting)</i>	clarificare conceptuală, activități de grup, descoperire dirijată, conversația, problematizarea, studiu de caz, discuții la întâlnirile față în față student/tutore	4 ore
Activitatea tutorială 2. <i>Elements of Foreign Trade (World economy, International commerce, Intercultural communication)</i>	clarificare conceptuală, activități de grup, descoperire dirijată, conversația, problematizarea, studiu de caz, discuții la întâlnirile față în față student/tutore	4 ore
Teme de control		Total 20 ore
Tema de control 1. Test grilă - aplicație sinteză - elemente lexicale: <i>Financial Terms</i> - 15 de întrebări grilă cu un singur răspuns corect, pe baza modulelor 2-5, timp de rezolvare online 20 minute	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	10 ore
Tema de control 2. Test grilă - aplicație sinteză - elemente lexicale: <i>International Trade</i> - 18 de întrebări grilă cu un singur răspuns corect, pe baza modulelor 6-13, timp de rezolvare online 25 minute	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	10 ore
Activități asistate		
Nu este cazul.		
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă HOREA Ioana, <i>Limba străină pentru afaceri I.2 – Limba Engleză, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2015-2016</i> Bibliografie suplimentară Albu, Ioana; Hamburg, Andrea – coord. - Dicționar de afaceri: engleză, germană, franceză, italiană, maghiară – Oradea – Editura		

Universității din Oradea - 2004 - cota CRID: 1600

- Hollinger, Alexander - Test your business English vocabulary - București: Editura Teora – 2010 - cota CRID: 710 – 711
- Hollinger, Alexander – Written Communication in Business English - București: Editura Universitară – 2005 - cota CRID: 827 - 828
- Mascull, Bill - Business Vocabulary in Use – Cambridge University Press - 2002 - cota CRID: 1599
- Sweeney, Simon - English for Business Communication - Student's Book – Cambridge University Press, Second edition – 2003 - cota CRID: 1187

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

Tematica propusă asigură interdisciplinaritate, conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și din străinătate și cu ceea ce se abordează la disciplinele de specialitate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Studiu individual (AI)	capacitatea de a recunoaște și de a folosi corect atât terminologia de specialitate cât și structurile și elementele de comunicare ale limbii engleze studiate.	- Test grilă cu 25 întrebări tip grilă cu un singur răspuns corect, timp de rezolvare 30 minute	60%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate și de a utiliza terminologia specifică studiată.	TC - două teste grilă pe parcursul semestrului, conform specificațiilor de mai sus.	TC1 - 20% TC2 – 20%
Activități asistate (AA)		-	
Standard minim de performanță			
▪ Obținerea mediei ponderate minime de 4,5 conform indicațiilor de calcul a notei finale (60% examen, 40% TCur)			

Data completării

19.09.2025

Coordonator de disciplină:

Conf.univ.dr. Ioana Claudia HOREA (*gradul didactic, numele, prenumele și semnătura*)
Adresa de e-mail: ioanahorea@gmail.com

Tutore instructional:

Conf.univ.dr. Ioana Claudia HOREA (*gradul didactic, numele, prenumele și semnătura*)
Adresa de e-mail: ioanahorea@gmail.com

Avizat RCID,
Conf. Univ. Dr. Ioana
HOREA

Director de Departament,
Conf. univ. dr. habil. Nicoleta – Georgeta BUGNAR
(*gradul didactic, numele, prenumele și semnătura*)

Data avizării în Departament:

24.09.2025

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Afaceri
Internaționale
Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp E, sala 119, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408799
E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

Decan,

Prof. univ.dr. habil. Claudia Diana SABĂU - POPA

Data avizării în
Consiliul Facultății
de Științe Economice:
25.09.2025

Date de contact²:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice – Birou Decan
Str. Universității, nr. 1, Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409,
E-mail: steconomice@uoradea.ro, Pagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>

¹ Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiară a Fișei disciplinei

² Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entității academice beneficiare a Fișei de Disciplină