

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 FINANȚE-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	Finanțe publice, FSTEID-0066				
2.2 Coordonator disciplină	PROF.UNIV.DR.HABIL MORAR IOAN DAN				
2.3 Tutore instrucțional	LECT.UNIV.DR. COITA IOANA				
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	3	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					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)

5. 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:									92
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									20
III. Examinări									12
IV. Alte activități (precizați) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									40
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	Laptop/Desktop, conexiune la internet, suportul de curs în formatul pus la dispoziția studentului, bibliografie recomandată

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1. Identificarea și definirea conceptelor, teoriilor și practicilor avansate de lucru și cercetare specifice domeniului financiar-bancar C.1.2. Analiza și interpretarea diferitelor aspecte prezente în codul fiscal C3.1. Descrierea modului de asezare și percepere a diferitelor impozite și taxe, analizarea legăturii existente între sistemul fiscal, politica financiară, mecanismul financiar, pârghiile financiare C4.1. Descrierea și analizarea legăturii existente între sistemul fiscal, politica financiară, mecanismul financiar, pârghiile financiare C5.1. Descrierea planurilor și bugetelor publice C5.2. Explicarea planurilor și bugetelor utilizând concepte și metode specifice C5.4. Evaluarea critică a modalității de aplicare a planurilor bugetare C6.1. Descrierea modului de luare a deciziilor la nivel macroeconomic C6.3. Valorificarea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor avansate de lucru în elaborarea de proiecte profesionale și/sau de cercetare pe probleme specifice domeniului financiar
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: – definește principiile și funcțiile finanțelor publice. – clasifică riscurile financiare și modalitățile de gestionare a acestora. – identifică datele financiare ce pot fi utilizate pentru scopuri fiscale. – distinge politicile financiare și impactul acestora asupra deciziilor fiscale. – explică planurile financiare conform standardelor fiscale. – recunoaște informațiile comerciale strategice în procesul decizional fiscal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul – interpretează reglementările specifice sistemului fiscal, verifică respectarea procedurilor fiscale și contabile și îndeplinește activități asociate conform reglementărilor – aplică politicile fiscale, în conformitate cu legislația aplicabilă. – propune modificări ale politicilor fiscale și oferă consiliere fiscală pentru implementarea acestora. – proiectează soluții pentru aplicarea noilor reglementări fiscale de la nivel național și local. – schițează consultanță financiară privind investițiile și metodele de optimizare fiscală. – selectează surse de informare relevante pentru dezvoltarea cunoștințelor financiare și fiscale. instrumentele de analiză la realitățile pieței.
Responsabilitate și autonomie	Studentul / Absolventul: – selectează factorii care interacționează într-un context economic dat. – gestionează conformitatea cu reglementările fiscale și contabile, respectând procedurile organizației. – propune și inițiază aplicarea noilor politici fiscale de la nivel național și local. – îmbunătățește gestiunea financiară a activelor curente și non-curente, inclusiv realizarea de noi investiții/dezinvestiri și optimizarea nivelului impozitelor și taxelor plătite. – propune măsuri pentru majorarea veniturilor și generarea unui cash flow operațional pozitiv. – organizează consiliere financiară clienților și colegilor pentru optimizarea fiscală.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Această disciplină își propune să scoată în evidență în fața viitorilor specialiști conținutul categoriilor economice din domeniul financiar, prezentarea analitică a diferitelor categorii financiare. Scopul de bază al disciplinei constă în formarea unei gândiri financiare, potrivit cu cerințele economiei de piață, redarea conceptelor, mecanismelor,
---------------------------------------	--

	explicarea strategiilor și tacticilor financiare accentul punându-se pe folosirea pârghiilor financiare și compararea cu măsurile administrative financiare
7.2 Obiectivele specifice	Cunoaștere și înțelegere Într-o economie de piață este important să cunoaștem și să înțelegem conceptele și mecanismele din domeniul finanțelor publice, politica fiscală, diferitele impozite și taxe care fac parte din sistemul fiscal. Instrumental - aplicative Fundamentarea teoretică a categoriilor de impozite și dezvoltarea capacității practice prin studii de caz.

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Obs.
Unitatea de învățare 1. Finanțe publice. Geneză și conținut economic	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 2. Sfera finanțelor și evoluția finanțelor publice	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 3. Funcțiile și rolul finanțelor	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 4. Structura finanțelor și sistemul financiar	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 5. Mecanismul financiar	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 6. Politica financiară	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 7. Bugetul de stat. Conținut economic și principii bugetare	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 8. Procesul bugetar	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 9. Sistemul cheltuielilor publice	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 10. Impozitele. Locul lor în cadrul resurselor financiare publice. conținut economic și elementele impozitelor.	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 11. Principiile impunerii. Tehnica impunerii. Formele de eludare a impozitului	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 12. Impozitele directe	Prelegere Dezbateri Metode interactive Studii de caz	2 ore
Unitatea de învățare 13. Impozitele indirecte		2 ore
Unitatea de învățare 14. Veniturile extraordinare		2 ore
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă 1. I. Văcărel și colectivul, Finanțe publice, E.D.P., București 2. C. Tulai, Finanțele publice și fiscalitatea, Ed. Casa cărții de știință, Cluj-Napoca, 2007 3. Carmen Corduneanu, Sistemul fiscal în știința finanțelor, Ed. Codecs, București, 1999 4. Cezar Basno, Introducere în teoria finanțelor publice, București, 1994 5. Ioan Talpoș, Finanțele României, Editura Sedona, Timișoara, 1998 6. Ioan Dan Morar și colectivul, Fiscalitate, Ed. Universității, 2009 7. Enciclopedia României, 1943, Secțiunea Finanțele Statului, M. Gh. Dobrovici 8. Legea privind finanțele publice 9. Codul Fiscal Bibliografie suplimentară ▪ www.anaf.ro		

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. Întâlnirea tutorială nr. 1 vizează tratarea următoarelor subiecte: - <i>Evoluția finanțelor și conținutul lor economic</i> - <i>Sfera finanțelor</i> - <i>Funcțiile și rolul finanțelor</i> - <i>Structura finanțelor</i> - <i>Mecanismul financiar</i> - <i>Politica financiară</i> - <i>Principiile bugetare</i> - <i>Procesul Bugetar</i>	Explicații interactive și discuții dirijate Studiu de caz Învățare prin problematizare Brainstorming și dezbateri Exemple aplicative și exerciții practice	2 ore
Activitatea tutorială 2 (AT2) Întâlnirea tutorială nr. 2 vizează tratarea următoarelor subiecte: - <i>Sistemul resurselor financiare publice</i> - <i>Conținutul economic și elementele impozitelor</i> - <i>Principiile impunerii</i> - <i>Tehnica impunerii</i> - <i>Elementele impozitului</i> - <i>Evaziunea fiscală și Dubla impunere</i> - <i>Impozitele directe</i> - <i>Impozitele indirecte</i>	Explicații interactive și discuții dirijate Studiu de caz Învățare prin problematizare Brainstorming și dezbateri Exemple aplicative și exerciții practice	2 ore
Teme de control		Total 20 ore
Tema de control 1. Elaborarea unui studiu despre temele cuprinse în cele 14 module	Studiu individual ghidat Învățare prin cercetare și documentare Elaborarea de lucrări scrise Aplicarea conceptelor teoretice în exemple practice	10 ore
Tema de control 2. Elaborarea unui studiu despre temele cuprinse în cele 14 module	Studiu individual ghidat Învățare prin cercetare și documentare Elaborarea de lucrări scrise Aplicarea conceptelor teoretice în exemple practice	10 ore
Activități asistate		
Nu este cazul		
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă 1. I.Văcărel și colectivul, Finanțe publice, E.D.P., București 2. C. Tulai, Finanțele publice și fiscalitatea, Ed. Casa cărții de știință, Cluj-Napoca, 2007 3. Carmen Corduneanu, Sistemul fiscal în știința finanțelor, Ed. Codecs, București, 1999 4. Cezar Basno, Introducere în teoria finanțelor publice, București, 1994 5. Ioan Talpoș, Finanțele României, Editura Sedona, Timișoara, 1998 6. Ioan Dan Morar și colectivul, Fiscalitate, Ed. Universității, 2009 7. Enciclopedia României, 1943, Secțiunea Finanțele Statului, M. Gh. Dobrovici 8. Legea privind finanțele publice 9. Codul Fiscal Bibliografie suplimentară ▪ www.anaf.ro		

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

Structura și conținutul disciplinei **Fiscalitate** sunt în concordanță cu cele ale disciplinelor similare de la universități din țară și din străinătate. Reprezentanții asociațiilor profesionale și angajatorii au fost consultați cu privire la adaptarea conținutului disciplinei la cerințele pieței muncii.

Astfel, disciplina integrează:

- Cunoașterea fenomenului fiscal, pentru înțelegerea impactului economic și social al finanțelor publice;
- Cunoașterea fluxurilor fiscale, esențiale pentru analiza circuitului resurselor financiare publice;
- Cunoașterea aparatului fiscal, necesară pentru familiarizarea cu instituțiile responsabile de administrarea și colectarea impozitelor și taxelor;

- Cunoașterea structurii sistemului fiscal, care permite studenților să înțeleagă arhitectura și funcționalitatea elementelor ce compun finanțele publice.

Prin aceste componente, disciplina răspunde cerințelor mediului profesional și academic, contribuind la formarea unor specialiști capabili să se adapteze exigențelor actuale ale pieței muncii și să participe activ la procesele decizionale și administrative din domeniul fiscal.

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;/ Interpretarea critică a unor teorii/modele din sfera de studiu a disciplinei;	- examen scris	80%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	Capacitatea de rezolvare corectă a unor probleme privind tranzacționarea acțiunilor și obligațiunilor. Capacitatea de interpretare corectă a rezultatelor obținute, din perspectivă financiară. Temele de control sunt luate în considerare în calculul notei finale doar dacă studentul obține minim nota 5 la examenul din sesiunile din iarnă/iulie/septembrie.	Probă scrisă – lucrare de verificare pe parcursul semestrului . Fiecare TC Constă în elaborarea de către student a unui studiu	TC1 – 10% TC2 – 10%
Activități asistate (AA)		-	
Standard minim de performanță			
▪ Înșușirea noțiunilor de bază și fundamentale privind finanțele publice ▪ Capacitatea de utilizare a noțiunilor de fiscalitate în rezolvarea unor probleme simple de calcul și analiză a impozitelor și taxelor; ▪ Obținerea cel puțin a notei 4,50 la proba scrisă din sesiunea de examene; ▪ Realizarea unei studii de caz			

Data completării

23.09.2025

Coordonator de disciplină:

prof. univ. dr. Morar Ioan Dan
(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)
Adresa de e-mail:
imorar@uoradea.ro.

Tutore instrucțional:

Lect.univ.dr. Coita Ioana
(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)
Adresa de e-mail:
ioana.popovici@yahoo.com

Avizat RCID FSE,

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

Conf. univ. dr. Ioana Claudia HOREA

Director de Departament,

prof. univ. dr. Morar Ioan Dan

(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
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 ADMINISTRAREA AFACERILOR
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	ECONOMIE EUROPEANĂ				
2.2 Coordonator disciplină	Lect.univ.dr. Adrian NEGREA				
2.3 Tutore instrucțional	Lect.univ.dr. Adrian NEGREA				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	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					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:									83 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									40 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									41 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	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 adecvată a conceptelor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor a normelor de protecție a acestora C4.3 Elaborarea de calcule pentru diferite situații alternative (variante decizionale) în alocarea resurselor
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 ÎNVĂȚĂRII	
Cunoștințe	- Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe consistente despre conceptele și teoriile integrării economice, despre structura instituțională a Uniunii Europene, înțelege și explică mecanismele de codecizie și procedurile legislative ale UE. - Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea relațiilor economice internaționale ale UE și a rolului UE în guvernanta economică globală (de exemplu, OMC, FMI, G20)
Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează etapele integrării europene și aplică metode analitice și modele de evaluare a eficienței proceselor și structurilor decizionale ale UE. Studentul/Absolventul evaluează critic impactul politicilor europene asupra Pieței Unice Europene și asupra altor economii.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul activează o gândire critică demonstrând capacitatea de a formula recomandări bazate pe analiza proceselor decizionale la nivel european pentru îmbunătățirea cooperării interinstituționale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Prezentarea cadrului conceptual al sistemului economiei europene și a cadrului teoretic și real al economiei europene, al procesului istoric de integrare economică europeană; a aspectelor microeconomice și macroeconomice ale economiei europene și modului de fundamentare și implementare a politicilor comune.
7.2 Obiectivele specifice	Autonomizarea propriului demers cognitiv în domeniul teoriei integrării economice; formarea propriilor convingeri și concepții despre procesul de integrare economică europeană și perspectivele României în acest context

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Observații
Unitatea de învățare 1. Tabloul istoric al Europei în jurul anului 1945. Ce este UE în prezent.	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 2. Câteva date importante despre economia UE	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 3. Definiții si teorii ale integrării economice europene	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 4. Evoluția procesului de integrare economică europeană (I).	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 5. Evoluția procesului de integrare economică europeană (II).	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 6. Evoluția procesului de integrare economică europeană (III).	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 7. Acquis-ul comunitar, dreptul comunitar și principiile fundamentale ale dreptului comunitar.	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 8. Modelul instituțional al Uniunii Europene.	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 9. Bugetul Uniunii Europene. Procesul de luare a deciziilor	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 10. Microeconomia integrării europene (I).	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 11. Microeconomia integrării europene (II).	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 12. Politicile UE (I). Politica agricolă comună, Politica regională a U.E.	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 13. Politicile UE (II). Politica U.E. în domeniul concurenței și ajutoarelor de stat, Politica comercială a U.E.	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Unitatea de învățare 14. Politicile UE (III). Integrarea monetară și politica monetară a U.E. Politica fiscală a U.E. și Pactul de creștere și stabilitate.	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	2 ore
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă		
1. DODESCU Anca, GIURGIU Adriana, Economia integrării europene, Editura Universității din Oradea, Oradea, 154 pg., ISBN 978-973-759-508-9, 2008;		
Bibliografie suplimentară		

2. BALDWIN Richard, WYPLOSZ Charles, The Economics of European Integration, 6th edition, McGraw Hill Education, 525 pg., ISBN 9781526847218, 2019;
3. Krugman Paul, Obstfeld Maurice, Melitz Marc: International_Economics_11th_Edition, Pearson, 2018
4. Daniels D. John, Radebaugh H. Lee, Sullivan P. Daniel: International Business - Environments & Operations, Global Edition, 16th edition, Pearson Education Limited 2019

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		Total 4ore
Activitatea tutorială 1. Tabloul istoric al Europei în jurul anului 1945. Ce este UE în prezent? Câteva date importante despre economia UE. Definiții și teorii ale integrării economice europene. Evoluția procesului de integrare economică europeană (I). Originile integrării economice europene; Prima etapă: obiectivul pieței comune sectoriale – crearea CECO prin Tratatul de la Paris (1951); A doua etapă: obiectivul uniunii vamale – crearea CEE prin semnarea Tratatului de la Roma (1957); A treia etapă: obiectivul Pieței Interne Unice – semnarea Actului Unic European (1986); Evoluția procesului de integrare economică europeană (II). A patra etapă: obiectivul uniunii economice și monetare - Tratatul de la Maastricht (1992); Evoluția procesului de integrare economică europeană (III). A cincea etapă: obiectivul extinderii spre Est și al uniunii politice – Tratatul de la Amsterdam, Tratatul de la Nisa, Tratatul Constituției Uniunii Europene, Tratatul de la Lisabona sau Tratatul de Reformă.- modulele 1-6	clarificare conceptuală, activități de grup, descoperire dirijată, conversația, problematizarea, studiu de caz, discuții la întâlnirile față în față student/tutore	2 ore
Activitatea tutorială 2: Acquis-ul comunitar, dreptul comunitar și principiile fundamentale ale dreptului comunitar. Modelul instituțional al Uniunii Europene. Bugetul Uniunii Europene. Procesul de luare a deciziilor). Microeconomia integrării europene (I). Microeconomia liberalizării preferențiale, Mărimea pieței și efectele de scară. Microeconomia integrării europene (II). Efectele de creștere și integrarea piețelor, Integrarea economică, piața muncii și migrația forței de muncă). (4 ore) Politicile UE (I). Politica agricolă comună, Politica regională a U.E. Politicile UE (II). Politica U.E. în domeniul concurenței și ajutoarelor de stat, Politica comercială a U.E. Politicile UE (III). Integrarea monetară și politica monetară a U.E. Politica fiscală a U.E. și Pactul de creștere și stabilitate - modulele 7-14	clarificare conceptuală, activități de grup, descoperire dirijată, conversația, problematizarea, studiu de caz, discuții la întâlnirile față în față student/tutore	2 ore
Teme de control		Total 10 ore
Tema de control 1. Test grilă 45 de întrebări grilă și 2 întrebări teoretice, pe baza modulelor 1-5	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	5 ore
Tema de control 2. Test grilă 45 de întrebări grilă și 2 întrebări teoretice, pe baza modulelor 6-12	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	5 ore
Activități asistate		
Nu este cazul.		
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă 1. DODESCU Anca, GIURGIU Adriana, Economia integrării europene, Editura Universității din Oradea, Oradea, 154 pg., ISBN 978-973-759-508-9, 2008; Bibliografie suplimentară 2. BALDWIN Richard, WYPLOSZ Charles, The Economics of European Integration, 6th edition, McGraw Hill Education, 525 pg., ISBN 9781526847218, 2019; 3. Krugman Paul, Obstfeld Maurice, Melitz Marc: International_Economics_11th_Edition, Pearson, 2018 4. Daniels D. John, Radebaugh H. Lee, Sullivan P. Daniel: International Business - Environments & Operations, Global Edition, 16th edition, Pearson Education Limited 2019		

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 Economie Europeană contribuie la înțelegerea cadrului teoretic și real al economiei europene, al procesului istoric de integrare economică europeană; a aspectelor microeconomice și macroeconomice ale economiei europene și modului de fundamentare și implementare a politicilor comune

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; Interpretarea critică a unor teorii/modele din sfera de studiu a disciplinei;	- Test 45 de întrebări grilă și 2 întrebări teoretice	50%
Activități tutoriale (AT)	Teme săptămânale	Teme de verificare săptămânală	10%
Teme de control (TC)	Capacitatea de rezolvare corectă a unor întrebări grilă și întrebări teoretice. Capacitatea de interpretare corectă a rezultatelor obținute, din perspectivă economică.	TC - două teste grilă pe parcursul semestrului, conform specificațiilor de mai sus. Fiecare TC constă în rezolvarea a 45 de întrebări grilă și 2 întrebări teoretice	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 (50% examen, 50% TCuri)			

Data completării

22.09.2025

Coordonator de disciplină:

Lect.univ.dr. Adrian NEGREA (*gradul didactic, numele, prenumele și semnătura*) Adresa de e-mail: drnegreaadrian@gmail.com

Tutore instructional:

Lect.univ.dr. Adrian NEGREA (*gradul didactic, numele, prenumele și semnătura*) Adresa de e-mail: drnegreaadrian@gmail.com

Avizat RCID FSE,

Conf. univ. dr. Ioana Claudia HOREA

Director de Departament,

Conf. univ. dr. 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
a
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

Invățământ 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 FINANȚE CONTABILITATE
1.4 Domeniul de studii	FINANTE
1.5 Ciclu 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	FINANTELE FIRMEI – FSTEID 0662				
2.2 Coordonator disciplină	Conf. univ. dr. habil. Laurentiu DROJ				
2.3 Tutore instructional	Conf. univ. dr. habil. Laurentiu DROJ				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	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					OU
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	SI	28	AT	4	TC	10	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									79
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									34
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									45
III. Examinări									4
IV. Alte activități (precizați).....									0

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	

6.1 Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Competențe profesionale: 1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT 2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației 3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) 4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare 5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) 6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale
Competențe transversale	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 pluri-specializată 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 așteptate ale învățării

Cunoștințe	- Studentul / Absolventul: - descrie condițiile de piață, reglementările guvernamentale, situația financiară, precum și obiectivele și nevoile clienților întreprinderii. - clasifică riscurile financiare interne și externe și factorii de risc externi și interni. – identifică sursele de date financiare pentru evaluarea performanței financiare a întreprinderilor și pentru fundamentarea deciziilor financiare. - distinge formele cash flow-urilor, indicatorii în mărime absolută și relativă ai rentabilității, costurile capitalului și sintetizarea informațiilor financiare. -explică gestionarea riscurilor financiare, consultanța financiară și strategiile de dezvoltare durabilă a întreprinderii. - descrie acordarea și analiza împrumuturilor primite și respectiv acordate, evaluarea rapoartelor de solvabilitate și politică fiscală. - definește standardele companiei, codul de conduită organizațională și managementul companiei.
Aptitudini	- Studentul/Absolventul: -examinează riscurile financiare care ar putea afecta organizațiile sau indivizii. – interpretează și verifică respectarea politicilor financiare ale organizației, inclusiv procedurile fiscale și contabile. – demonstrează conformitatea politicilor financiare prin aplicarea regulilor interne și externe. - evaluează fundamentul strategic în activitatea curentă a companiei, ajutând deciziile operaționale. - calculează și interpretează liniile și indicatorii-cheie din situațiile financiare, respectiv bilanțul contabil, contul de rezultate și situația cash flow-ului, oferind analize detaliate. - elaborează și planifică strategiile și dezvoltarea durabilă a întreprinderii, indiferent de forma de proprietate. - evaluează bonitatea societăților și corporațiilor utilizând informațiile furnizate de agențiile de rating de credit. – pregătește rapoarte de solvabilitate pentru evaluarea riscurilor și oportunităților financiare.
Responsabilitate și autonomie	- Studentul/Absolventul: -construiește scenarii financiare și propune măsuri de îmbunătățire a eficienței economice a întreprinderii sau a unui proiect de investiții. - evaluează nivelul actual al îndeplinirii obiectivelor economice și financiare ale întreprinderii, identifică și propune măsuri de creștere a eficienței utilizării resurselor materiale și umane, având în vedere oportunitățile economice. - gestionează consultanța privind posibilele investiții financiare sau de capital. - elaborează previziuni ale situațiilor financiare și propune soluții adecvate pentru atingerea obiectivelor strategice ale întreprinderii. - evaluează profitabilitatea potențială a unei noi achiziții sau a unui proiect de investiții și propune acțiuni concrete de creștere a eficienței economice. - inițiază soluții privind optimizarea gestiunii financiare a activelor curente și non-curente, inclusiv prin realizarea de noi investiții/dezinvestiri; - proiectează soluții pentru creșterea veniturilor, precum și pentru generarea unui cash flow operațional pozitiv.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	1. Introducerea studenților în problematica finanțelor a întreprinderii în condițiile accesului pe piața de capital;
7.2 Obiectivele specifice	1. Prezentarea progresivă și pedagogică a diferitelor metode de analiză, tehnică de diagnosticare și interpretare a fenomenelor financiare; 2. Formarea unui raționament profesional al studenților prin însușirea principalelor concepte, tehnici de diagnosticare și decizie; 3. Dezvoltarea capacității studentului de a înțelege mecanismul de finanțare și circulația capitalului în condițiile economiei de piață;

	4. Crearea unor condiții permissive studiului individual al studentului; 5. Implicarea studentului în activitatea de cercetare științifică a fenomenului financiar microeconomic
--	--

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Observații
I - INTRODUCERE	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
II MAXIMIZAREA AVERII INVESTITORILOR DE CAPITAL, OBIECTIVUL FUNDAMENTAL AL FINANTELOR ÎNTREPRINDERII	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
III - CAPITALUL ÎNTREPRINDERII DEFINIT PE SURSE DE PROVENIENȚĂ ȘI MODALITĂȚI DE UTILIZARE	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
IV - AMORTIZAREA CAPITALULUI FIX	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
V - COSTUL SURSELOR DE FINANȚARE	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
VI - STRUCTURA CAPITALULUI ȘI RISCURILE ÎNTREPRINDERII	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
VII - ANALIZA POZIȚIEI FINANCIARE A ÎNTREPRINDERII	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
VIII - ANALIZA PERFORMANTELOR ÎNTREPRINDERII	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
IX - ANALIZA CASH-FLOW-ULUI ÎNTREPRINDERILOR	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
X - DIAGNOSTICUL PERFORMANTELOR ÎNTREPRINDERILOR PRIN SISTEMUL DE RATE	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
XI - GESTIUNEA FINANCIARĂ PE TERMEN SCURT	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
XII - GESTIUNEA FINANCIARĂ PE TERMEN LUNG	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
XIII - PLANIFICAREA FINANCIARĂ ȘI SISTEMUL BUGETAR AL ÎNTREPRINDERII	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
XIV – CONCLUZII	Sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare, discuții la întâlnirile față în față student/tutore.	
Bibliografie		

1. Brealey R., Myers S., Allen F., *Principles of corporate finance*, Eight Edition, Editura Irwin Mc Graw-Hill, SUA, 2004.
2. Droj Laurentiu, *Gestiune Financiară – Suport de curs ID*, Universitatea Oradea, 2024, Oradea, Romania
3. Ion Stancu - *Finante*. Editia a IV-a, Editura Economica, 2009
4. Droj Laurentiu -*FINANȚELE FIRMEI - Suport pentru Studiul Individual al studenților ID*, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2024

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		
Activitatea tutorială 1	Expunerea, descrierea, exercițiul.	
Activitatea tutorială 1	Expunerea, descrierea, exercițiul.	
Teme de control		
Tema de control 1. – Aplicație practică - Introducere în finanțele întreprinderii - Structura activelor și pasivelor - Analiza echilibrului financiar - - Analiza soldurilor intermediare de gestiune		
Tema de control 2. Aplicație practică - Analiza ratelor de structură ale capitalului - Analiza ratelor de îndatorare - Analiza ratelor cinetice - Analiza rentabilității		
Activități asistate		
1.		

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

▪ Conținutul cursului Finanțele Firmei oferă viitorilor economiști competențe de analiză și diagnostic a stării financiare a întreprinderii și abilitatea de realiza analize în vederea stabilirii diagnosticului companiei. ▪ Temele propuse deservesc nevoile de analiză și elaborare a deciziilor într-o echipă multinațională și oferă mijloace de comunicare în relațiile de muncă venind astfel în întâmpinarea așteptărilor și necesităților mediului socio-economic. ▪ Urmând cursul Finanțele Firmei, viitorii economiști pot aplica cu succes tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.
--

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; /	Examen scris sau online – rezolvarea a 3 aplicații din domeniul diagnosticului financiar	60%

	Interpretarea critică a unor teorii/modele din sfera de studiu a disciplinei;		
Activități tutoriale (AT)			
Teme de control (TC)	Capacitatea de rezolvare corectă a unor probleme. Capacitatea de interpretare corectă a rezultatelor obținute, din perspectivă economică	Lucrare de verificare pe parcursul semestrului – diagnostic financiar la nivelul companiei	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% TCuri) Nota minimă de promovare este condiționată de obținerea a notei minime de 4,50 la examenul final.			

Data completării
22.09.2025

Coordonator de disciplină:
Conf. univ. dr. habil. Laurențiu DROJ

Tutore instrucțional:
Conf. univ. dr. habil. Laurențiu DROJ

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

Director de Departament,
Prof. univ. dr. habil. Ioan Dan Morar

Data avizării în
Departament:

....09.2025

Date de contact¹:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice, Departamentul de Finanțe Contabilitate
Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp E, sala E014, 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 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	SISTEME INFORMATIONALE DE MARKETING, FSTEID-0657				
2.2 Coordonator disciplină	Lect.univ.dr. Oana Maria SECARA				
2.3 Tutore instructional	Lect.univ.dr. Oana Maria SECARA				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	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					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	42	AI	28	AT	-	TC	-	AA	14
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									58
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									20 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									34 ore
III. Examinări									4 ore
IV. Alte activități (precizați).....									0 ore
Total ore pe semestru (I + II + III + IV)									100
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	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	CP1. Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing CP2. Folosirea softurilor în activitățile de marketing CP3. Utilizarea bazelor de date specifice activității de marketing.
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 descrie logic și articulat conceptele și teoriile asociate activităților de marketing în mediul online, inclusiv celor utilizate pentru marketingul prin canale de comunicare sociale (social media). 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/Absolventul descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (IoT, AI, Cloud/Fog/Edge Computing, Blockchain etc.).
Aptitudini	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele avansate legate de sistemelor informatice de marketing și poate contribui la digitalizarea activităților de marketing ale organizației. Studentul/Absolventul identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate.
Responsabilitate 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/Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea de abilități în vederea prelucrării și analizei preliminare a informațiilor în scopul fundamentării deciziilor contabile; Formarea de abilități privind utilizarea calculatoarelor personale în activitățile contabile Cunoașterea modalităților de realizare a graficelor ce reflectă evoluția indicatorilor utilizați în activitățile contabile. Capacitatea de a folosi aplicații de calcul tabelar utile activității de marketing și de a redacta rapoarte specifice activității de marketing
7.2 Obiectivele specifice	Cunoașterea și înțelegerea posibilităților de prelucrare a datelor organizate sub formă de tabele (baze de date), de prezentare grafică a informației, de obținere de rapoarte, diagrame, analize utile în scopul luării unor decizii de marketing eficiente Cunoașterea și înțelegerea aplicațiilor de calcul tabelar utile activității de marketing Înțelegerea importanței circuitului informational la nivelul gestiunii unei firme, a rolului și implicațiilor pe care îl are fiecare document Cunoașterea modalităților de utilizare a aplicațiilor de gestiune, precum și dezvoltarea unor capacități de înțelegere și de răspuns la toate situațiile ce apar în practică

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Obs.
Unitatea de învățare 1. Sistemul informatic al firmei	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 2. Cercetarea de mk. Necesitate, tipologie, proces	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 3. Metode și modalități de obținere, măsurare și analiză a informațiilor în marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 4. Funcționarea sistemului informatic de marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 5. Ciclul de viața al sistemelor informatice. Inițierea proiectului de implementare a unui sistem informatic	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 6. Ciclul de viața al sistemelor informatice .Analiza sistemului informatic	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 7. Ciclul de viața al sistemelor informatice. Proiectarea sistemului informatic	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 8. Ciclul de viața al sistemelor informatice. Implementarea și întreținerea sistemului informatic	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 9. Utilizarea sistemului informatic SPSS în analiza și prelucrarea datelor de marketing. Metode de măsurare a fenomenelor de marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 10. Utilizarea sistemului informatic SPSS în analiza și prelucrarea datelor de marketing. Procesul de analiza și prelucrare a datelor în SPSS	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 11. Utilizarea sistemului informatic SPSS în analiza și prelucrarea datelor de marketing. Analiza preliminară a datelor rezultate din cercetările de marketing .	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 12. Utilizarea sistemului informatic SPSS în analiza și prelucrarea datelor de marketing. Statistica inferențială a datelor rezultate din cercetările de marketing.	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 13 Baze de date	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 14. Surse de date destinate marketingului	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă ▪ Secară O. M. – Sisteme informaționale de marketing, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2019/2025. ▪ Secara O. M., Culegere aplicatii seminar “ Marketing” si “ Marketing” , Ed. Universitatii din Oradea, Oradea, 2023		

- Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5
- Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București
- Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006
- Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm
- *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, <http://orzanm.ase.ro/spss/>

Bibliografie suplimentară

- Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5
- Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București
- Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006
- Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm
- *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, <http://orzanm.ase.ro/spss/>

8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale-	-	-
Activitatea tutorială 1.		
Activitatea tutorială 2		
Teme de control-	-	-
Tema de control 1.		
Tema de control 2.		
Activități asistate	Expunere, studii de caz, dezbatere și prezentare prin mijloace video/online – dacă situația o impune	Total 14 ore
Activitatea asistată 1 (AA1) 1. Organizarea propriei firme. Deschiderea gestiunilor. Catalogul de produse 2. Utilizarea circuitului informational pentru intrari Factura - Nota de Intrare Receptie 3. Utilizarea stornarilor in cadrul circuitului informational pentru intrari Factura - Nota de Intrare Receptie 4. Utilizarea circuitului informational pentru intrari Aviz de Insoțire a Marfii – Nota de Intrare Receptie – Factura (I)	Expunere, studii de caz, dezbatere și prezentare prin mijloace video/online – dacă situația o impune	3 ore
Activitatea asistată 2 (AA2) 1. Emiterea facturilor catre clienti 1. Emiterea avizelor catre clienti 2. Utilizarea listelor de pret pentru efectuarea livrarilor de bunuri si servicii 3. Utilizarea transferurilor intre gestiuni (II) 4.	Expunere, studii de caz, dezbatere și prezentare prin mijloace video/online – dacă situația o impune	4 ore
Activitatea asistată 3 (AA3) 1. Utilizarea bonului de consum 2. Utilizarea circuitului informational in cadrul unei gestiuni de tipul pret de vanzare cu amanuntul pe intrari (III)	Expunere, studii de caz, dezbatere și prezentare prin mijloace video/online – dacă situația o impune	3 ore

Activitatea asistată 4 (AA4) 1. Utilizarea circuitului informațional în cadrul unei gestiuni de tipul pret de vanzare cu amanuntul pe iesiri 2. Realizarea circuitului informațional în cadrul unei firme cu activitate de restaurant 3. Realizarea circuitului informațional în cadrul unei firme cu activitate de producție 4. Realizarea circuitului informațional în cadrul unei firme cu activitate de retail.	Expunere, studii de caz, dezbatere și prezentare prin mijloace video/online – dacă situația o impune	4 ore
--	---	--------------

Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă

- Secară O. M. – Sisteme informaționale de marketing, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2019/2025.
- Secara O. M., Culegere aplicatii seminar “ Marketing” si “ Marketing” , Ed. Universitatii din Oradea, Oradea, 2023
- Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006
- Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm
- Demian.H (coord), Pop.C,Pop.M,Abrudan M. - Sisteme si aplicatii informatice in economie- Ed Universitatii din Oradea, 2006 ISBN (10) 973-759-190-
- Constantin C.- Sisteme informatice de marketing, Ed. Infomarket, Brasov, 2010
- Constantin, C.- Sisteme informatice de marketing. Analiza si prelucrarea datelor de marketing. Aplicatii practice în SPSS. Ed. Infomarket, Brasov, 2006
- Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5
- Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București
- *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, <http://orzanm.ase.ro/spss/>

Bibliografie suplimentară

- Secara O. M., Culegere aplicatii seminar “ Marketing” si “ Marketing” , Ed. Universitatii din Oradea, Oradea, 2023
- Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006
- Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm
- Demian.H (coord), Pop.C,Pop.M,Abrudan M. - Sisteme si aplicatii informatice in economie- Ed Universitatii din Oradea, 2006 ISBN (10) 973-759-190-
- Constantin C.- Sisteme informatice de marketing, Ed. Infomarket, Brasov, 2010
- Constantin, C.- Sisteme informatice de marketing. Analiza si prelucrarea datelor de marketing. Aplicatii practice în SPSS. Ed. Infomarket, Brasov, 2006
- Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5
- Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București
- *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, <http://orzanm.ase.ro/spss/>
-

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

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 acestui program de studii să răspundă cerințelor pieței muncii.

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;/ Tratarea corectă a subiectelor din cadrul examenului	Evaluare sumativă: Examen Scris; teste grilă	50%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	-	-	-
Activități asistate (AA)	Tratarea corectă a subiectelor în cadrul testării pe calculator	Test pe calculator - realizarea subiectelor practice	50%
Standard minim de performanță			
▪ Cunoașterea și înțelegerea conținutului cursului la nivelul ideilor de bază.			

Data completării**22.09.2025****Coordonator de disciplină:***Lect.univ.dr. Secara Oana Maria**Secara Oana Maria*
(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)Adresa de e-mail: osecara@gmail.com**Tutore instrucțional:***Lect.univ.dr. Secara Oana Maria**Secara Oana Maria*
(gradul didactic, numele, prenumele și semnătura)Adresa de e-mail: osecara@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. Maria-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
Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp ..., sala ..., Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România,
Tel.: 0259-408799E-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 disciplinei² 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	UNIERSITATEA 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 (MK)

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	FSTE -0248 MARKETINGUL SERVICIILOR						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Dorin-Cristian COITA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Dorin-Cristian COITA						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Continuă	2.7 Regimul disciplinei	I

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

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

I. Total ore din planul de învățământ	56	SI	28	AT	8	TC	20	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									26
III. Examinări									10
IV. Alte activități (precizați)									
Total ore studiu individual									69
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	Suport de curs/ Materiale recomandate/ Acces la internet/ Laptop/desktop/tableta/	
Desfășurare aplicații	AT	Suport de curs/ Materiale recomandate/ Acces la internet/ Laptop/desktop/tableta/recomandate
	TC	Suport de curs/ Materiale recomandate/ Acces la internet/ Laptop/desktop/tableta/
	AA	Suport de curs/ Materiale recomandate/ Acces la internet/ Laptop/desktop/tableta/

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing; 2. Fundamentarea și elaborarea mixului de marketing; 3. Utilizarea tehnicilor de vânzare specifice serviciilor; 4. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației.
--------------------------------	--

Competențe transversale	1. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; 2. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.
Aptitudini/ Competențe ESCO	Implementează strategii de marketing Efectuează cercetare de piață Utilizează tehnici de comunicare Dezvoltă idei creative Coordonează campanii publicitare în domeniul serviciilor Realizează analiza vânzărilor și a comportamentului consumatorilor de servicii Elaborează strategii de marketing pentru organizațiile furnizoare de servicii Identifică piețe potențiale și nișe de servicii Contribuie la coordonarea activităților promoționale Utilizează modele de marketing teoretice și informatice în servicii Selectează canale de distribuție optime pentru servicii Gestionează serviciul de relații cu clienții Supraveghează activitățile de promovare în servicii Aplică tehnici de analiză statistică pentru datele de marketing ale serviciilor Sintetizează informații și elaborează rapoarte de marketing 1.

6. 2. Rezultate așteptate ale învățării	
Cunoștințe	Studentul/Absolventul • Descrie logic și articulat conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare analizei mediului de marketing al serviciilor, studierii pieței și înțelegerii comportamentului consumatorului de servicii. • Demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei de cercetare pentru proiecte de marketing în servicii. • Demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct și marketingul evenimentelor aplicate organizațiilor de servicii. • Asimilează cunoștințe avansate cu privire la particularitățile piețelor internaționale și ale mediului de marketing internațional în domeniul serviciilor. • Demonstrează înțelegerea conceptelor privind utilizarea proceselor de vânzare, managementul relațiilor cu clienții și a rețelelor de distribuție în servicii. • Descrie conceptele și teoriile asociate marketingului serviciilor în mediul online, inclusiv prin canale de comunicare socială (social media).
Aptitudini	Studentul/Absolventul • Utilizează cunoștințele de specialitate pentru proiectarea și implementarea cercetărilor de marketing aplicate serviciilor și aplică metode cantitative și calitative. • Analizează datele de marketing ale organizațiilor de servicii și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale. • Elaborează rapoarte de cercetare complexe, relevante pentru marketingul serviciilor, și comunică rezultatele stakeholderilor. • Proiectează, implementează și evaluează campanii de comunicare integrată de marketing în domeniul serviciilor. • Identifică particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor furnizoare de servicii. • Operaționalizează strategiile de produs, preț, distribuție și comunicare pentru organizații de servicii. • Aplică tehnici de negociere și gestionează procesele de vânzări în servicii. • Aplică metode de previziune a cererii și de planificare a resurselor pentru organizațiile de servicii. • Utilizează sisteme informatice și produse software pentru marketingul serviciilor, inclusiv aplicații bazate pe inteligență artificială

Responsabilități și autonomie	Studentul/Absolventul • Manifestă o atitudine deschisă și curiozitate intelectuală în elaborarea și implementarea cercetărilor de marketing în servicii. • Menține preocuparea pentru rigoarea științifică în proiectele de cercetare aplicate serviciilor. • Manifestă spirit de echipă și capacitatea de a lucra într-un mediu de încredere. • Demonstrează responsabilitate și etică profesională în elaborarea bugetelor și rapoartelor de marketing al serviciilor. • Manifestă proactivitate, creativitate și gândire critică în proiectele de comunicare integrată de marketing pentru servicii. • Stabilește relații bazate pe respect și încredere cu partenerii și clienții. • Demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu stakeholderii din domeniul serviciilor. • Manifestă o atitudine pro activă și responsabilă în interpretarea datelor pentru fundamentarea strategiilor de marketing al serviciilor. • Demonstrează responsabilitate și etică în proiectarea și managementul canalelor de distribuție ale serviciilor. • Adoptă o atitudine riguroasă și științifică în dezvoltarea strategiilor digitale de marketing al serviciilor.
-------------------------------	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Studentii să achiziționeze cunoștințe, să-și formeze abilități, deprinderi și competențe necesare lucrului în organizațiile furnizoare de servicii
7.2 Obiectivele specifice	1. Cunoaștere și înțelegerea • serviciilor, organizațiilor furnizoare de servicii și caracteristicilor lor • vocabularului marketingului serviciilor • instrumentarului marketingului serviciilor • modelelor, tehnicilor și instrumentelor specifice marketingului aplicat în servicii • elementelor specifice marketingului serviciilor: piață, context, mix de marketing • modului în care organizația poate și trebuie să se raporteze la piață 2. Explicare și interpretare • fenomenele și procesele care se manifestă în domeniul serviciilor: externalizare, servimizare, tehnologizare, personalizare • necesitățile clienților și caracteristicile serviciilor • piața serviciilor • participanții la procesul de prestare • elementelor suplimentare ale mixului de marketing: personal, proces, ambianță 3. Instrumental - aplicative • identificarea soluțiilor la problemele organizațiilor furnizoare de servicii • prezentarea ofertei de servicii folosind instrumente specifice • identificarea elementelor mixului de marketing și a instrumentelor aplicabile fiecărui element • cunoașterea planului de marketing și a componentelor sale: obiective, strategii, analiză de situație, plan de activități, bugete, indicatori folosiți în evaluarea și controlul activităților de marketing 4. Atitudinale • orientarea spre nevoile clienților • orientarea spre cunoașterea clienților, pieței, mediului pe mai multe dimensiuni: trecut - viitor, static - dinamic, cantitativ - calitativ, • dezvoltarea unei atitudini proactive față de rolul și sarcinile marketingului în dezvoltarea personală și organizațională, la nivelul organizațiilor furnizoare de servicii • formarea unui comportament pozitiv și responsabil

8. Conținuturi

8.1 Curs (C)		Metode de predare	Observații
1.	Serviciile o nouă paradigmă pentru marketing	Prelegere, dezbateri și interacțiuni utilizând funcțiile și resursele platformei e.uoradea.ro. După caz, vor fi folosite aplicații, funcții și resurse de interacțiune online existente pe Internet:	
2.	Înțelegerea clientului: teorii. Identificarea nevoilor funcționale, sociale și emoționale		
3.	Fundamentele experienței clientului		
4.	Inovația prin Design - Thinking		
5.	Cartografierea călătoriei clientului		
6.	Proiectarea operațională a serviciului		
7.	Mediul digital de servicii		
8.	Strategia omnichannel		
9.	Mixul de marketing extins: personalul și procesul		
10.	Mixul de marketing extins: ambianța fizică și digitală		
11.	Managementul eșecului și al calității.		
12.	Marketingul serviciilor sustenabile		
13.	Viitorul marketingului serviciilor		
14.	Recapitulare și pregătire pentru examen		
Bibliografie			
1.	Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services Marketing: People, Technology, Strategy (9th ed.). World Scientific Publishing.		
2.	Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). This Is Service Design Doing. O'Reilly Media.		
3.	Christensen, C. M., Hall, T., Dillon, K., & Duncan, D. S. (2016). Competing against luck: The story of innovation and customer choice. HarperBusiness.		
4.	Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. Journal of Marketing, 68(1), 1–17..32		

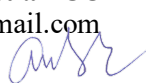
8.2 Activități de tutorat (AT) și de evaluare pe parcurs (TC) / activități aplicative asistate (AA)	Metode de predare	Observații
Activități tutoriale		4 ore
AT1. Serviciile din perspectiva clientului	Expunere, studiu de caz, exerciții	2 ore
AT2. 3. Abordarea de marketing a firmei prestatoare de servicii	Expunere, studiu de caz, exerciții	2 ore
Teme de control		10 ore
TC1- Analiza unei afaceri cu servicii: constituirea unui portofoliu	Analiză și documentare	5 ore
TC2- Plan de marketing cu tema „Posibilități de îmbunătățire a afacerii întreprinderii prestatoare de servicii...”	Analiză, documentare	5 ore
Activități asistate	-	-

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

Fiecare student va realiza la această disciplină un portofoliu de învățare (sub forma unui folder cu fișiere încărcat și distribuit online conform cerințelor titularului de disciplină). Studenții vor interacționa cu manageri, oameni de afaceri și oameni de marketing– persoane cu expertiză în servicii. Studenții vor valorifica experiența personală în urma implicării în diferite roluri în afaceri cu servicii (participant, observator, evaluator, agent de promovare, client) care se referă la marketing, vânzări, relațiile cu clienții și cu partenerii și cercetări de piață. Studenții vor consulta bibliografia de specialitate cerută de profesor și referințele la servicii și la marketingul serviciilor din mediul online (utilizarea unor aplicații, videoclipuri, podcasturi și site-uri de Internet).
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Studiu individual (SI)	Aprofundare, cunoaștere, descriere, exemplificare, exemplificare	Test final din tot materialul de curs din modulele M1- M 14	Examen scris - 50%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	TC1- Analiza unei afaceri cu servicii: constituirea unui portofoliu TC2- Plan de marketing cu tema „Posibilități de îmbunătățire a afacerii întreprinderii prestatoare de servicii...”	Rezolvare și încărcare pe platforma în termenul prevăzut conform calendarului disciplinei	TC 1 - 20 % TC 2 - 30 %
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**23.09.2022****Coordonator de disciplină:****Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA**e-mail : dorincoita@gmail.com**Tutore instrucțional:****Conf. univ. dr. Dorin-Cristian****COITA**e-mail : dorincoita@gmail.com**Avizat RCID,****Director de Departament,****Prof.univ.dr.habil. ABRUDAN Maria-Madela****Date de contact:**

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

Str. Universității, nr. 1, Clădire Corp F, etaj 3, sala F 303

Cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România

Tel.: 0259-408796.; Fax: 0259-408409

E-mail: steconomice@uoradea.roPagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>**Data avizării în****Departament:****24.09.2022****Decan,****Prof.univ.dr. habil. Diana Sabău-Popa****Date de contact:**

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.roPagina web: <http://steconomiceuoradea.ro>**Data avizării în
Consiliul Facultății:****25.09.2022**

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 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.3 – Limba Engleză (FSTEID-0525)				
2.2 Coordonator disciplină	Conf.univ.dr. Anamaria-Mirabela POP				
2.3 Tutore instructional	Conf.univ.dr. Anamaria-Mirabela POP				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	3	2.6 Tipul de evaluare	Cv.
Categorii formative a disciplinei DF -fundamentală, DG -generală, DS -de specialitate, DE -economică/managerială, DU -umanistă, DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară					DC
Categorii 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	28	AI	14	AT	4	TC	10	AA	-
II. Distribuția fondului de timp ore pe semestru, din care:									33 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

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice, precum și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor C3.1 Definirea conceptelor privind cererea și oferta de bunuri și servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora C5.1 Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice managementului calității aplicat serviciilor
Competențe transversale	

6.2. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul deține cunoștința registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.
Aptitudini	Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicative (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere, etc).

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

8.1. Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Observații
Unitatea de învățare 1. Management. Management styles	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 2. Lessons about management	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 3. Levels of management	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 4. Organization of business	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 5. Forms of business organization : sole trader, partnership, corporation	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 6. Joint stock companies	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 7. The organization chart. Departmentalisation	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 8. Board of directors, shareholders, directors, CEO, company secretary, chief accountant	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 9. Marketing	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 10. Advertising	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 11. Banking	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 12. Money	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 13. Tourism	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Unitatea de învățare 14. British and American terms. Business abbreviations	Clarificare conceptuală, descoperire dirijată, sistematizare, schematizare, exemplificare, autoevaluare.	1 oră
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă POP Mirabela, <i>Limba engleză pentru afaceri 1.3, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID</i>, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2023 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 4 ore

Activitatea tutorială 1. <i>Management Issues (Management. Management styles, Lessons about management)</i>	clarificare conceptuală, activități de grup, descoperire dirijată, conversația, problematizarea, studiu de caz, discuții la întâlnirile față în față student/tutore	2 ore
Activitatea tutorială 2. <i>Marketing. Banking. Tourism</i>	clarificare conceptuală, activități de grup, descoperire dirijată, conversația, problematizarea, studiu de caz, discuții la întâlnirile față în față student/tutore	2 ore
Teme de control		Total 10 ore
Tema de control 1. Test grilă - aplicație sinteză - elemente lexicale de bază: <i>Management Terms</i> - test grilă cu 15 întrebări cu un răspuns corect - de rezolvat în 30 minute	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	5 ore
Tema de control 2. Test grilă - aplicație sinteză - elemente de comunicare: <i>Marketing. Banking. Tourism</i> - test grilă cu 15 întrebări cu un răspuns corect - de rezolvat în 30 minute	sinteza cunoștințelor, analiză, autoevaluare	5 ore
Activități aplicative asistate		

Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă

POP Mirabela, *Limba engleză pentru afaceri 1.3, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID*, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2023

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 online 30 minute	50%
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 - 25% TC2 – 25%
Activități asistate (AA)			
Standard minim de performanță			
▪ Obținerea mediei ponderate minime de 4,5 conform indicațiilor de calcul a notei finale (50% examen, 50% TCuri)			

Data completării

23.09.2025

Coordonator de disciplină:

Conf.univ.dr. Anamaria-Mirabela POP

Adresa de e-mail: mipop@uoradea.ro

Tutore instrucțional:

Conf.univ.dr. Anamaria-Mirabela POP

Adresa de e-mail: mipop@uoradea.ro

**Avizat RCID,
Conf. Univ. Dr. Ioana
HOREA**

**Data avizării în
Departament:**

24.09.2025

**Director de Departament,
Conf. univ. dr.habil. Nicoleta
BUGNAR**

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. Diana-Claudia 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 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	ANALIZA INFORMATIILOR DE MARKETING, FSTEID-0508				
2.2 Coordonator disciplină	Lect.univ.dr. Oana Maria SECARA				
2.3 Tutore instructional	Lect.univ.dr. Oana Maria SECARA				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	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					DS
Categorica de opționalitate a disciplinei: DI-impusă (obligatorie), DO-opțională, DL-liber aleasă (facultativă)					DO

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:									44
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									15 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, comunicare bidirecțională									25 ore
III. Examinări									4 ore
IV. Alte activități (precizați).....									0 ore
Total ore pe semestru (I + II + III + IV)									100
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	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	CP1. Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing CP2. Folosirea softurilor în activitățile de marketing CP3. Utilizarea bazelor de date specifice activității de marketing.
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 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.
Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing. Studentul/absolventul aplică metode statistice și instrumente digitale (ex: Excel, SPSS, etc.) pentru colectarea, prelucrarea și interpretarea datelor de marketing. Studentul/absolventul elaborează rapoarte și prezentări pe baza rezultatelor analizelor de marketing.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul respectă principiile etice în colectarea, analiza și raportarea informațiilor de marketing. Studentul/absolventul asigură confidențialitatea și integritatea datelor analizate. Studentul/absolventul planifică și gestionează independent proiecte de analiză a informațiilor de marketing. Studentul/absolventul își asumă responsabilitatea pentru calitatea și acuratețea analizelor realizate.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Crearea competențelor în utilizarea metodelor și tehnicilor de prelucrare și analiză a informațiilor de marketing Dezvoltare a abilităților de interpretare și utilizare a acestor informații în elaborarea și implementarea strategiilor de marketing.
7.2 Obiectivele specifice	Cunoașterea și înțelegerea conceptului de metode și tehnici de prelucrare a informațiilor de marketing Cunoașterea și înțelegerea conceptului de metode și tehnici de analiză a informațiilor de marketing Înțelegerea importanței folosirii softurilor în activitățile de marketing Cunoașterea modalităților de utilizare a bazelor de date specifice activității de marketing.

8. Conținuturi

Unități de învățare / studiu individual	Metode de predare	Obs.
Unitatea de învățare 1. Noțiuni introductive: date, informații, cunoștințe	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 2. Informații de marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 3. Sistemul informațional de marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 4. Tipologia informațiilor de marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 5. Surse de date	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 6. Aplicații software utilizate pentru stocarea informațiilor de marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 7. Unitatea de învățare 6. Aplicații software utilizate pentru prelucrarea informațiilor de marketing	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 8. Unitatea de învățare 6.	Prelegerea și dezbateră / Prelegerea și dezbateră	2 ore

Aplicații software utilizate pentru și analiza informațiilor de marketing	online – dacă situația o impune	
1. Unitatea de învățare 9. Noțiuni statistice fundamentale	Prelegerea și dezbaterile / Prelegerea și dezbaterile online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 10. Analiza datelor cantitative	Prelegerea și dezbaterile / Prelegerea și dezbaterile online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 11. Analiza datelor calitative	Prelegerea și dezbaterile / Prelegerea și dezbaterile online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 12. Analiza datelor în mediul online	Prelegerea și dezbaterile / Prelegerea și dezbaterile online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 13 Familiarizare cu aplicația EXCEL. Aplicații - Diferențiala semantică; Scala lui Likert	Prelegerea și dezbaterile / Prelegerea și dezbaterile online – dacă situația o impune	2 ore
Unitatea de învățare 14. Familiarizare cu aplicația EXCEL. Aplicații - Previziunea cotelor de piață. Aplicații - Analiza Boston Consulting Group	Prelegerea și dezbaterile / Prelegerea și dezbaterile online – dacă situația o impune	2 ore

Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă

- Secară O. M. – Analiza informațiilor de mk, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2019/2025.
- Secara O. M., Culegere aplicatii seminar “ Marketing” si “ Marketing” , Ed. Universitatii din Oradea, Oradea, 2023
- Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5
- Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București
- Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006
- Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm
- *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, <http://orzanm.ase.ro/spss/>

Bibliografie suplimentară

- Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5
- Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București
- Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006
- Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm
- *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, <http://orzanm.ase.ro/spss/>

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. Familiarizare cu aplicația EXCEL. Aplicații - Diferențiala semantică Familiarizare cu aplicația EXCEL. Aplicații - Scala lui Likert	Expunere, studii de caz, dezbateri și prezentare prin mijloace video/online – dacă situația o impune	4 ore
Activitatea tutorială 2 Familiarizare cu aplicația EXCEL. Aplicații - Previziunea cotelor de piață Familiarizare cu aplicația EXCEL. Aplicații - Analiza Boston Consulting Group	Expunere, studii de caz, dezbateri și prezentare prin mijloace video/online – dacă situația o impune	4 ore
Teme de control		Total 20 ore
Tema de control 1. Rezolvare probleme cu Diferențiala semantică și	Documentare, analiză	10 ore

Scala lui Likert		
Tema de control 2. Rezolvare probleme cu previziunea cotelor de piață și Matricea Boston Consulting Group	Documentare, analiză	10 ore
Activități asistate	-	-
-		
Bibliografie obligatorie - material SSI postat pe platformă ▪ Secară O. M. – Analiza informațiilor de mk, Suport pentru Studiul Individual al studenților ID, Departamentul de Învățământ la Distanță, Universitatea din Oradea, 2019/2025. ▪ Secara O. M., Culegere aplicatii seminar “ Marketing” si “ Marketing” , Ed. Universitatii din Oradea, Oradea, 2023 ▪ Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5 ▪ Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București ▪ Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006 ▪ Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm ▪ *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, http://orzanm.ase.ro/spss/ Bibliografie suplimentară ▪ Popa, A. L. - Cercetări de marketing – Note de curs, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2013, ISBN 978-606-10-1074-5 ▪ Cătoi, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I. C., Vegheș, C., 1999, Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații, Editura Uranus, București ▪ Datculescu, P. – Cercetarea de marketing, Editura Brandbuilders, București, 2006 ▪ Starkweather, J., Herrington, R. – SPSS Short Course [online], University of North Texas, 2012, http://www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CATPCA/SPSS_M9_CATPCA.htm ▪ *** - Analiza informațiilor utilizând SPSS, http://orzanm.ase.ro/spss/		

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

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 acestui program de studii să răspundă cerințelor pieței muncii.

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; Tratarea corectă a subiectelor din cadrul examenului	Evaluare sumativă: Examen scris	50%
Activități tutoriale (AT)	-	-	-
Teme de control (TC)	Capacitatea de rezolvare corectă a cerințelor	Rezolvare și încărcare pe platformă pe pagina disciplinei în termenul prevăzut în Calendarul disciplinei	TC1 – 25% TC2 – 25%
Activități asistate (AA)		-	
Standard minim de performanță			
▪ Cunoașterea și înțelegerea conținutului cursului la nivelul ideilor de bază.			

Data completării

22.09.2025

Coordonator de disciplină:

Lect.univ.dr. Secara Oana Maria
Secara Oana Maria
(gradul didactic, numele, prenumele și
semnătura)

Adresa de e-mail: osecara@gmail.com

Tutore instrucțional:

Lect.univ.dr. Secara Oana Maria
Secara Oana Maria
(gradul didactic, numele, prenumele și
semnătura)

Adresa de e-mail: osecara@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. Maria-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

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