

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei	Practică de specialitate			
-----------------------	--------------------------	--	--	--

Codul disciplinei	AA	Semestrul	II	Numărul de credite	3
-------------------	----	-----------	----	--------------------	---

Facultatea	de Științe Economice	Numărul orelor pe semestru/activități				
Domeniul de licență	Administrarea Afacerilor	Total	SI	TC	AT	AA
Programul de studii de licență	Administrarea Afacerilor	60				60

Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, complementară, domeniu, specialitate)	Disciplină de domeniu
Tipul disciplinei (impusă, opțională, facultativă)	Impusă

Discipline anterioare	Condiționate	<i>Discipline de parcurs din semestrele anterioare: Microeconomie, Management, Marketing</i>
	Recomandate	<i>Discipline de parcurs din semestrele anterioare, ex: Microeconomie, Macroeconomie, Management, Marketing, Bazele contabilității</i>

Obiectivele disciplinei	<i>Practica se va desfășura la sediul/punctele de lucru ale agenților economici cu care sunt încheiate acorduri de practică la nivel instituțional.</i>
Conținutul activităților (SI, AT, TC, AA)	<p>Prezentarea generală a organizației</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scurt istoric - Structura acționariatului și forma de proprietate - Prezentarea obiectului de activitate <p>Structură și organizare la nivelul organizației</p> <ul style="list-style-type: none"> - Structura organizației (structura personalului și organigrama cu detalierea fiecărei poziții, regulamentele interne) <p>Eficiența activității economice desfășurate de către organizație</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea evoluției indicatorilor microeconomiei de la nivelul organizației în ultimii trei ani (cifra de afaceri, profitul, rata profitului, gradul de îndatorare, rata de lichiditate) <p>Aspecte privind aprovizionarea și desfacerea produselor/serviciilor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea relațiilor cu furnizorii - Prezentarea relațiilor cu clienții și gestionarea acestora - Mediul de marketing al organizației - Mix-ul de marketing al organizației <p>Concluzii cu privire la aspectele analizate</p>

Forma de evaluare finală (E – examen, C – colocviu/test final, LP – lucrări practice)		C
Stabilirea notei finale (procente)	- evaluare finală	
	- activități asistate /laborator/lucrări practice/proiect etc.	100%
	- teste pe parcursul semestrului	
	- lucrări de verificare	

Lista materialelor didactice necesare (suport de curs, ghid de studiu etc.)	<i>Realizarea unei analize SWOT a întreprinderii/organizației în interacțiunea sa cu mediul extern. Elaborarea unui plan de analiză funcțional-structurală a întreprinderii/organizației. Proiectarea unui studiu vizând ameliorarea funcționării unei subdiviziuni a întreprinderii/organizației. Elaborarea unei analize cu privire la resursele umane din întreprindere/organizație. Selectarea unui set de date pentru rezolvarea unei probleme de administrare a afacerilor.</i>
Bibliografia recomandată	<ol style="list-style-type: none"> 1. Breaz Nicoleta M., <i>Analiză matematică</i>, Note de curs, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2014. 2. Bruhn, M., <i>Marketing</i>, Editura Economică, București, 1999. 3. Cordoș Mălina, <i>Management – Course notes</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013. 4. Crețoiu Gh., Cornescu V. Bucur I., <i>Economie</i>, Editura G.H. Beck, București, 2008. 5. Dobra Iulian Bogdan, <i>Macroeconomics – Lecture Notes</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013. 6. Gavrilă – Paven Ionela, <i>Microeconomics</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013. 7. Kadar Manuella coord., Muntean Andreea, <i>Caiet de practică – Specializarea Marketing</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2011. 8. Kotler, Ph., <i>Kotler despre marketing. Cum să creem, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele</i>, Editura CURIER MARKETING, București, 2003. 9. Kotler, Ph., <i>Managementul Marketingului</i>, Editura Teora, București, 2004. 10. Muntean Andreea, <i>Cercetări de marketing</i>, Note de curs, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015. 11. Muntean Andreea, <i>Marketing – Note de curs</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015. 12. Mureșan Maria, <i>Foreign language – English</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013. 13. Nicolescu O., Verboncu I., <i>Managementul organizației</i>, Editura Economică, București, 2007. 14. Paștiu Carmen Adina, <i>Marketing</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013. 15. Paștiu Carmen, <i>Marketingul serviciilor</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2014. 16. Paștiu Carmen Adina, <i>Marketing agroalimentar</i>, Note de curs, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015. 17. Popescu, Ioana Cecilia, <i>Comunicarea în marketing: Concepte, tehnici, strategii</i>, București, Editura Uranus, 2006. 18. Stremțan Filimon, Muntean Andreea, Lazea Ruxandra, <i>Marketing internațional</i>, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015.

Coordonator de disciplină	Grad didactic, titlu, nume și prenume	Semnătura
	Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela	

Legenda: SI – studiu individual, TC – teme de control, AT – activități tutoriale, AA – activități asistate