

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Economie</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Marketing</i>
1.5 Ciclul de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Marketing</i>

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Mărfuri alimentare și securitatea consumatorilor</i>						
2.2 Titularul activităților de curs	<i>Lect. univ. dr. GURIȚĂ Doina</i>						
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Lect. univ. dr. GURIȚĂ Doina</i>						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	C.	2.7 Regimul disciplinei	FAC.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	14
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Participare la orele de curs și seminar					42
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					13
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.8 Total ore studiu individual					58
3.9 Total ore pe semestru					100
3.10 Numărul de credite					4

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prelegerile se desfășoară în sistem clasic fizic cu videoproiector, laptop, resurse interne și online
5.2. de desfășurare a seminarului	Prelegerile se desfășoară fizic, în sistem clasic utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs pentru cursul prezentat și online, folosindu-se fișiere de lucru elaborate în Word, Excel sau PowerPoint

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1 Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing C1.2 Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing C5.2 Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare
--------------------------------	--

Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p>
--------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<input type="checkbox"/> Familiarizarea studenților cu principalele noțiuni, instrumente și metode aferente domeniului comercial, întregind cunoștințele teoretice și practice acumulate în primii doi ani de studii
7.2 Obiectivele specifice	Înțelegerea importanței acestei discipline în formarea profesională; <input type="checkbox"/> Dezvoltarea abilităților practice și argumentative ale studenților.

8. Conținuturi

8. 1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)	28 ore	Metode de predare
Concepte fundamentale în studiul mărfurilor alimentare	4 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Sistematica mărfurilor alimentare	4 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Compoziția chimică generală a mărfurilor alimentare	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Calitatea mărfurilor alimentare.	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Garantarea calității mărfurilor alimentare.	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prezentări
Evaluarea și asigurarea calității produselor alimentare.	6 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Asigurarea stabilității produselor alimentare	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Caracterizarea merceologică generală a principalelor grupe de mărfuri alimentare	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Direcții noi în dezvoltarea ofertei de mărfuri alimentare	4 ore – <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegere • Prezentări
Bibliografie:		
1. Diaconescu I. - Merceologie alimentară, Editura Eficient, București, 1998; 2. Dima D. (coord) - Fundamentele științei mărfurilor. Mărfuri alimentare, Editura ASE, București, 2005; 3. Dinu V. - Protecția consumatorilor, Editura ASE, București, 2011; 4. Olaru M.,(coord.). - Fundamentele științei mărfurilor, Editura Eficient, București, 1999; 5. Pamfilie R., - Merceologia și expertiza mărfurilor de import-export, Editura Oscar Print, București, 1995; 6. Paraschivescu A. O. - Managementul calității mărfurilor alimentare, Editura Tehnopress, Iași, 2004; 7. Rotaru G. - Bazele merceologiei, Editura Universității „Dunărea de Jos”, Galați, 1993; 8. Rotaru G., Stanciu S. - Merceologie, Curs I.D.D., Editura Universității „Dunărea de Jos”, Galați, 2003; 9. Rotaru G., Stanciu S. – Merceologie. Îndrumar pentru lucrări practice, I.D.D., Editura Universității „Dunărea de Jos”, Galați; 2003; 10. Rotaru G., Stanciu S. - Merceologie, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005; 11. Rotaru G., Stanciu S. - Studiul mărfurilor, Editura Academica, Galați, 2005.		
8. 2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie) – 14 ore	14 ore	Metode de predare
Utilizarea tehnicilor de analiză senzorială în aprecierea calității mărfurilor alimentare	4 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz

Aplicații ale controlului statistic la recepția loturilor de produse alimentare	4 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz
Aprecierea calității principalelor grupe de mărfuri alimentare (lapte și produse din lapte, carne și produse din carne, grăsimi alimentare, cereale și produse rezultate din prelucrarea cerealelor, legume-fructe, zahăr și produse zaharoase, băuturi alcoolice, etc) cu evidențierea elementelor de marcare, etichetare, ambalare.	6 ore – 2 ore online	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz
Bibliografie: <ol style="list-style-type: none"> 1. Dinu V. - Protecția consumatorilor, Editura ASE, București, 2011; 2. Rotaru G., Stanciu S. - Merceologie, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005; 3. Rotaru G., Stanciu S. - Studiul mărfurilor, Editura Academica, Galați, 2005. 		

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Având în vedere importanța disciplinei în formarea viitorilor specialiști în domeniul comercial este imperios necesară legătura și implicarea efectivă a practicienilor, și aici fac referire la cei care activează în cadrul întregului sistem comercial.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • Note întregi de la 1 la 10 	<ul style="list-style-type: none"> • Proiect 	70%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Implicarea în pregătirea și desfășurarea activităților de seminar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frecvență, calitatea interacțiunii, studiu de caz 	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Obținerea notei de minim 5 (cinci) la proiect și a mediei finale de minim 5 (cinci) care rezultă prin adunarea notei de la proiect (ponderată cu 70%) cu nota de la seminar (ponderată cu 30%). 			

Data completării: 22.09.2023

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Departament: 28.09.2023

Semnătura Directorului de Departament