

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 Ciclu de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Marketing</i>

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Mărfuri nealimentare și securitatea utilizatorilor</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	IV	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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 seminar / laborator	11
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Participare la orele de curs și seminar					33
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					32
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					21
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.8 Total ore studiu individual					67
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	<input type="checkbox"/> 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)	22 ore	Metode de predare
Obiectul de studiu al disciplinei	2 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri textile	2 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri din piele și înlocuitori	2 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri din lemn	2 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri din sticlă	2 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri din ceramică	2 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri chimice de uz casnic	2 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri domotice, birotice, informatice, multimedia	4 ore	• Prelegere • Prezentări
Mărfuri sport-turism	2 ore – <i>online</i>	• Prelegere • Prezentări
Aspecte merceologice privind protecția consumatorului de produse industriale	2 ore – <i>online</i>	• Prelegere • Prezentări
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atanase I. - Merceologie. Produse de pielărie, 2000; 2. Olaru M. (coord.) - Fundamentele științei mărfurilor, Editura Eficient, București, 1999; 3. Patriche D. (coord.) - Protecția consumatorilor, Editura ASE, București, 2003; 4. Răducanu I. - Falsificarea mărfurilor industriale, Editura ASE, București, 2002; 5. Răducanu I., Procopie R. - Merceologie, Editura ASE, București, 2004; 6. Rotaru G., Stanciu S. - Merceologie, Curs I.D.D., Editura Universității „Dunărea de Jos”, Galați, 2003; 7. Rotaru G., Stanciu S. - Merceologie, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005; 8. Rotaru G., Stanciu S. - Studiul mărfurilor, Editura Academica, Galați, 2005; 9. Sârbu R. - Merceologie. Mărfuri industriale, Editura ASE, București, 2002; 10. Stanciu S. - Aprecierea calității mărfurilor nealimentare, Editura Academica, Galați, 2009 		
8.2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)	11 ore	Metode de predare
Aprecierea calității mărfurilor textile (fibre, fire, țesături, confecții).	1 ore	• Aplicații • Studiu de caz

Aprecierea calității unor mărfuri chimice agenți de spălare (săpunuri, detergenți). Studiu de caz	1 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz
Lucrare aplicativă la grupa mărfurilor din sticlă pentru menaj	1 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz
Aprecierea calității mărfurilor din ceramică pentru menaj	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz
Lucrare aplicativă la grupa mărfurilor din lemn	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz
Lucrare aplicativă la grupa mărfurilor electrocasnice/ birotice	2 ore	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz
Analiza comparativă a calității mărfurilor nealimentare bazată pe indicatorul sintetic al calității și eficienței economice	2 ore – <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicații • Studiu de caz

Bibliografie:

1. Patriche D.(coord.) - Protecția consumatorilor, Editura ASE, București, 2003;
2. Răducanu I. - Falsificarea mărfurilor industriale, Editura ASE, București, 2002;
3. Răducanu I., Procopie R. - Merceologie, Editura ASE, București, 2004;
4. Rotaru G., Stanciu S. - Merceologie, Curs I.D.D., Editura Universității „Dunărea de Jos”, Galați, 2003;
5. Rotaru G., Stanciu S. - Merceologie, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005;
6. Rotaru G., Stanciu S. – Merceologie. Îndrumar pentru lucrări practice, I.D.D., Editura „Universitatea „Dunărea de Jos”, Galați, 2003;
7. Rotaru G., Stanciu S. - Studiul mărfurilor, Editura Academica, Galați, 2005;
8. Sârbu R. - Merceologie. Mărfuri industriale, Editura ASE, București, 2002;
9. Stanciu S. - Aprecierea calității mărfurilor nealimentare, Editura Academica, Galați, 2009

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