



UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT - MARKETING

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT - MARKETING
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TRANZACȚII COMERCIALE						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					24
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					19
Tutoriat					8
Examinări					4
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					83
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Marketing, Logistica și distribuția mărfurilor
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C 1. Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii C.1.1. Definirea adecvată a conceptelor și principiilor specifice teoriei economice și a celor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. C 1.2. Explicarea și interpretarea de date și informații din punct de vedere cantitativ și calitativ pentru formularea de argumente și decizii concrete asociate comerțului, turismului și serviciilor. C 1.3. Rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate concepției, planificării și executării de activități în cadrul firmelor de comerț turism și servicii. C1.4. Culegerea și prelucrarea datelor din surse documentare alternative și din activitatea curentă pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea prestațiilor în organizațiile din comerț, turism și servicii. C 2. Comercializarea produselor/ serviciilor C 2.1. Descrierea modalităților de concepere a produsului, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului agenților economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare. C2.2 Explicarea și interpretarea fluxurilor și tehnicilor de comercializare diferențiat după natura produselor și serviciilor. C2.4. Aplicarea critic-constructivă a relațiilor dintre consumatorii și furnizorii specifici din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. C2.5. Fundamentarea de oferte, planuri de comercializare, programe de promovare directă, relații publice, marketing direct. C 3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii C 3.2. Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice comerțului, turismului și serviciilor pe baza conceptelor privind cererea și oferta de servicii și a comportamentului consumatorului; C 3.3. Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, inclusiv a celor turistice, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare; C3.4. Fundamentarea de studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistent; C3.5. Consilierea și asistenta prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților.
Competențe transversale	CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a conceptelor fundamentale, a cadrului general teoretic și instrumental care permite o analiză multidisciplinară modernă în domeniul relațiilor economice internaționale.
7.2 Obiectivele specifice	- Să aprecieze importanța respectării principiilor generale în conceptul contemporan de tranzacții internaționale. - Să cunoască tehnicile de comerț exterior, instrumentele de politică comercială tarifare/netarifare/pârghiile de politică valutară care condiționează/influentează derularea operațiunilor de export/import, cooperarea economică internațională. - Să identifice prioritățile în politica comercială, să propună măsuri de perfecționare a raporturilor economice cu străinătatea. - Crearea și dezvoltarea de aptitudini pentru utilizarea instrumentelor manageriale și identificarea de strategii optime în activitatea întreprinderilor și instituțiilor publice. - Capacitatea de a rezolva probleme/cazuri de dificultate medie prin aplicarea instrumentelor și procedurilor de lucru specifice disciplinei

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
C1. Conținutul științei Tranzacții comerciale și relațiile cu celelalte	Expunere, conversație	2 ore

stiinte (discipline).		
C2. Comerciantul – persoana fizica – partener in domeniul tranzactiilor comerciale	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C3. Comerciantul – persoana juridica – partener in domeniul tranzactiilor comerciale.	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C4. Rolul, pozitia si interventia statului in tranzactiile comerciale	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C5. Concurenta in tranzactiile comerciale.	Expunere, conversație	4 ore
C6. Comunicarea si negocierea in domeniul tranzactiilor comerciale	Expunere, conversație, aplicație	4 ore
C7. Efectele comerciale in lumea tranzactiilor interne si internationale	Expunere, conversație	2 ore
C8. Comerțul electronic intern si international	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C9. Tendinte manifestate pe piata tranzactiilor internationale cu impact in economia Romaniei	Expunere, conversație	4 ore
C10. Fenomenul infraccional cu caracter economico-financiar in tranzactiile internationale	Expunere, conversație, aplicație	4 ore
Bibliografie		
1. Caraiani Gh, Potecea V. (2013), Logistica în afacerile internaționale, Editura Universitară, București. 2. Cluceru Anca Francisca (2018), Marketing. O abordare strategică din perspectiva competiției. Ediția a doua, revăzută și adăugită, Ed. ASE, București. 3. Cojocaru C. (2023) Secretele negocierii in afaceri, Ed. Evrika 4. Collins J. (2017) Excelenta in afaceri. Editia a V-a, revizuita, Ed. Curtea Veche 5. Constantinescu Lucreția Mariana (2019), Tranzacții comerciale. De la teorie la practică. O abordare din perspectiva globalizării. Ediția a doua rev Ed. Valahia University Press, Târgoviște. 6. Cristureanu Cristiana (2004), Economia invizibilului. Tranzacțiile internaționale cu servicii, Ed. All Beck, București. 7. Danciu Victor (2019), Afaceri internationale performante in secolul 21. Noi abordări și soluții, Ed. ASE, București. 8. Dumitru Ionel (2004), Marketing internațional. O abordare în vederea globalizării, Ed. Economică, București. 9. Florea, N.V. (2019) "Comunicare, protocol si eticheta in afacerile economice", Ed. Mustang, Bucuresti. 10. Miron Dumitru (2003), Comerț internațional, Ed. A.S.E., București. 11. Niță M. A. (2022) Strategii de comunicare si marketing in afaceri, Ed. Prouniversitaria 12. Popa Ioan (2002), Tranzacții de comerț exterior. Negociere. Contractare. Derulare, Ed. Economică, București. 13. Popa Ioan, Belu Mihaela Gabriela (2018), Afaceri internaționale. Tehnica operațiunilor de export-import, Ed. ASE, București. 14. Sasu, C (2005), Marketing internațional, Ed. Polirom, Iași. 15. Popa I. (2006) Negocierea comercială internațională, Ed. Economica 16. Popescu D. M. (2010) Comunicare și negociere în afaceri, Ed. Bibliotheca		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1. Intrebari si dezbateri pe baza problematiei cursului 1	dezbateri	2 ore
S2. Discutii si exemple ale notiunilor din cursurile 2 si 3	dezbateri	2 ore
S3. Negocierea-relatie interumana si baza crearii si derularii unei afaceri-eseu	studii de caz	2 ore
S4. Interventia statului in tranzactiile comerciale	studii de caz	2 ore
S5. Construirea unei strategii de negociere pe o tema data	analiză comparativă, dezbateri	2 ore
S6. Discutii si exemple ale notiunilor din cursurile 4 si 5.	studii de caz, aplicații	2 ore
S7. Comunicare interculturală și internațională. Dezbatere in echipe a unor modele de contracte internationale pentru servicii. Comunicarea cu ajutorul rapoartelor	dezbateri. studii de caz	2 ore
Bibliografie		
1. Caraiani Gh, Potecea V. (2013), Logistica în afacerile internaționale, Editura Universitară, București. 2. Cluceru Anca Francisca (2018), Marketing. O abordare strategică din perspectiva competiției. Ediția a doua, revăzută și adăugită, Ed. ASE, București. 3. Cojocaru C. (2023) Secretele negocierii in afaceri, Ed. Evrika		

4. Collins J. (2017) Excelenta in afaceri. Editia a V-a, revizuita, Ed. Curtea Veche
5. Constantinescu Lucreția Mariana (2019), Tranzacții comerciale. De la teorie la practică. O abordare din perspectiva globalizării. Ediția a doua rev Ed. Valahia University Press, Târgoviște.
6. Cristureanu Cristiana (2004), Economia invizibilului. Tranzacțiile internaționale cu servicii, Ed. All Beck, București.
7. Danciu Victor (2019), Afaceri internaționale performante in secolul 21. Noi abordări și soluții, Ed. ASE, București.
8. Dumitru Ionel (2004), Marketing internațional.O abordare în vederea globalizării, Ed. Economică, București.
9. Florea,N.V. (2019) ”Comunicare,protocol si eticheta in afacerile economice”, Ed.Mustang, Bucuresti.
10. Miron Dumitru (2003), Comerț internațional, Ed. A.S.E., București.
11. Niță M. A. (2022) Strategii de comunicare si marketing in afaceri, Ed. Prouniversitaria
12. Popa Ioan (2002), Tranzacții de comerț exterior. Negociere. Contractare. Derulare, Ed. Economică, București.
13. Popa Ioan, Belu Mihaela Gabriela (2018), Afaceri internaționale. Tehnica operațiunilor de export-import, Ed. ASE, București.
14. Sasu, C (2005), Marketing internațional, Ed. Polirom, Iași.
15. Popa I. (2006) Negocierea comercială internațională, Ed. Economica
16. Popescu D. M. (2010) Comunicare și negociere în afaceri, Ed. Bibliotheca

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

Utilizarea de studii de caz și exemple de pe piața românească și/sau alte piețe externe.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințe	Evaluare finală (examen)	50
	Participare curs	Întrebări recapitulative	-
10.5 Seminar/laborator	Cunoștințe practice	Conținut raport de studiu individual	40
	Abilități de comunicare	Formă raport de studiu individual	10
10.6 Standard minim de performanță:			
• Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei • Capacitatea de a rezolva probleme/cazuri de dificultate medie prin aplicarea instrumentelor și procedeele de lucru specifice disciplinei			

Data completării
29.09.2025

Titularul de curs
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea
ANDREIANA



Titularul de aplicații
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea
ANDREIANA



Data avizării în
departament
30.09.2025

Director de departament
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA

Data avizării în
Consiliul Facultății
30.09.2025

Decan
Conf. univ.dr. habil. Maria - Cristina ȘTEFAN