FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituţia de învăţământ superior	**Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir” din București**
Facultatea	**Business**
Departamentul	**Administrarea Afacerilor**
Domeniul de studii	**Administrarea Afacerilor**
Ciclul de studii	**Licență**
Programul de studii	**Economia comerțului, turismului și serviciilor**
Forma de învăţământ	**Învățământ cu frecvență**
Anul universitar	**2027-2028**

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	**Comerț electronic**			Cod: MTC.2.1.6.1	
Titularul activităţilor de curs	Lect. univ. dr. Alexandru BURDA				
Titularul activităţilor de seminar	Lect. univ. dr. Alexandru BURDA				
Nivelul	II	Semestrul	III	Tipul de evaluare	V
Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoria de opţionalitate a disciplinei: DOB - obligatorie (impusă), DOP - opţională (la alegere), DFA - facultativă (liber aleasă)				DOP

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

Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
Totalul de ore din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

Distribuţia fondului de timp	**ore**
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	15
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activităţi	-

Total ore studiu individual	44
Total ore pe semestru[1]	100
Numărul de credite	4

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

Curriculum	Informatică economică, noţiuni de informatică şi utilizare a calculatorului
Competenţe	Utilizarea internet-ului, utilizarea inteligenței artificiale

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

Desfăşurare a cursului		Sală de curs dotată cu proiector multimedia şi computer conectat permanent la Internet.
Desfăşurare aplicaţii	Seminar	- sală de seminar dotată cu proiector multimedia şi computer conectat permanent la Internet.
	Laborator	-

[1] Un credit este egal cu 25 de ore

	Proiect	-

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	– Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale. – Studentul/Absolventul definește conceptele privind cererea şi oferta de bunuri şi servicii, inclusiv în activitatea de turism, a comportamentului consumatorilor şi a normelor de protecţie a acestora.
Aptitudini	– Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale. – Studentul/Absolventul identifică și selectează fluxurile și tehnicile de comercializare diferenţiate după natura produselor şi serviciilor.
Responsabilitate și autonomie	– Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală. – Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora studii şi analize, organizatorice şi de eficienţă a activităţii firmelor în vederea acordării de consiliere şi asistenţă.

7. Obiectivele disciplinei

Obiectivul general al disciplinei	Formarea unor specialişti în domeniul comerţului, turismului şi serviciilor, capabili să-şi asume un rol activ în viaţa organizaţiilor, prin rezolvarea unor probleme specifice ale acestora în relaţia cu piaţa.
Obiectivele specifice	– Însuşirea noţiunilor şi cunoştinţelor necesare înţelegerii mecanismelor şi proceselor specifice desfasurării activitătilor economice prin utilizarea calculatoarelor si a retelelor deschise de calclulatoare (Internet). – Dobândirea cunoştinţelor necesare înţelegerii relaţiilor existente între mecanismele şi procesele specifice comertului electronic şi celelalte activităţi desfăşurate în cadrul unei economii, în scopul realizării unei activităţi de management eficace.

8. Conţinuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observaţii
1. Principalele aspecte care caracterizează comerţul electronic	2	Prelegere, dezbatere	
2. Tranziţia la comerţul electronic	2		
3. Elemente necesare pentru trecerea la comerţul electronic	2		
4. Procesele (activităţile) realizate prin comerţul electronic	2		
5. Tipuri de mecanisme ale comerţului electronic	2		
6. Modelele de afaceri folosite in comertul electronic	2		
7. Arhitectura unui magazin virtual	2		
8. Internetul şi societatea	2		
9. Servicii de internet şi comunicaţii	2		
10. Functiile retelei de internet	2		
11. Site-ul de internet	2		
12. Calitatea site-urilor de internet dedicate comertului electronic	2		
13. Design-ul site-urilor de internet dedicate comertului electronic	2		
14. Comertul electronic in România	2		
TOTAL	**28**		

Bibliografie *(5-6 titluri, in ordinea alfabetica a numelui autorilor, din ultimii 5, maximum 10 ani):*

1. Burda, Alexandru (2017). *Comerţ electronic, suport de curs*. Bucureşti: Editura ProUniversitaria
2. Joița, Daniela; Oncioiu, Ionică (2024). *Comerț electronic*. București: Editura Thea.
3. Popescu, Ion (2021). *Modele de afaceri digitale*. București: Editura universitară.

4. Iacob, Mihai (2019). *Strategii de dezvoltare a comerțului online*. Buucrești: Editura universitară.
5. Dragomir, Alina (2022). *Economia digitală și comerțul electronic*. București: Editura universitară.

Aplicaţii (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observaţii
1. Diferenţele dintre comerţul electronic şi cel tradiţional	2	Studiu de caz	
2. Modele de afaceri folosite in comertul electronic	2		
3. Arhitectura şi design-ul site-urilor de internet dedicate comerţului electronic	4		
4. Proiectarea unui site de comerţ electronic	6		
5. Construirea unui site de comerţ electronic	6	Aplicație practică	
6. Calitatea site-urilor de internet dedicate comerţului electronic	4	Studiu de caz	
7. Evaluarea calităţii site-ului de comerţ electronic	4	Referat	
TOTAL	**28**		

Bibliografie

1. Burda, Alexandru (2017). Comerţ electronic, suport de curs. Bucureşti: Editura ProUniversitaria
2. Joița, Daniela; Oncioiu, Ionică (2024). *Comerț electronic*. București: Editura Thea.
3. Popescu, Ion (2021). *Modele de afaceri digitale*. București: Editura universitară.

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținutul formativ cât și alegerea metodelor de predare/învățare pentru care titularii disciplinei au optat, au avut în vedere nevoile și așteptările angajatorilor din domeniu cît și coordonarea cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală (%)
Curs/Studiu individual	Însuşirea noţiunilor şi cunoştinţelor	Probă de verificare	60%
Seminar	Prezenţa, participarea la dezbateri, participarea la rezolvarea studiilor de caz	Coloviu	30%
Laborator	-		
Proiect	Analiza calităţii unui site de internet utilizat pentru comerţ electronic	Susţinere proiect	10%
Standard minim de performanţă			
Pentru a obține nota 5, studentul trebuie să îndeplinească următoarele cerințe: - cunoaşterea noţiunilor fundamentale specifice şi utilizarea lor la aprecierea site-urilor de comerţ electronic; - cunoaşterea noţiunilor de bază necesare iniţierii unei afaceri în domeniul comerţului electronic.			

Data completării	Semnătura titular disciplină	Semnătura titular seminar
	Lect. univ. dr. Alexandru BURDA	Lect. univ. dr. Alexandru BURDA

Data avizării în Departament	Semnătura Director Departament, Conf. univ. dr. Daniel ȘTEFAN