FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituţia de învăţământ superior	**Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir” din București**
Facultatea	**de 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	**Mediul de afaceri european**				**Cod: MTC.2.2.1**
Titularul activităţilor de curs	Conf.univ.dr. Oana Milea				
Titularul activităţilor de seminar	Lect.univ.dr. Alexandru Burda				
Nivelul	II	Semestrul	IV	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoria de opţionalitate a disciplinei: DOB - obligatorie (impusă), DOP - opţională (la alegere), DAF - facultativă (liber aleasă)				DOB

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	20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	25
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activităţi	-

Total ore studiu individual	69
Total ore pe semestru[1]	125
Numărul de credite	5

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

Curriculum	Marketing, Management, Economie europeană
Competenţe	-

[1] Un credit este egal cu 25 de ore

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

Desfăşurare a cursului		PC, videoproiector, suporturi electronice pentru unitatea de curs, prezentări PPT, planuri de învățământ, programe școlare,
Desfăşurare aplicaţii	Seminar	• Termenul predării portofoliului de seminar este stabilit de către titular, de comun acord cu studenții. • Cererile de amânare, se acordă pentru o săptămână faţă de programarea iniţială.
	Laborator	-
	Proiect	-

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing şi a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieţei, funcţiile marketingului, strategiile de produs, de preţ, de promovare şi de distribuţie, în context organizațional. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
Aptitudini	Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științifică Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern şi extern al organizaţiei, identifică şi formulează strategii de marketing şi demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funcțiilor de execuţie în domeniul marketing. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

7. Obiectivele disciplinei

Obiectivul general al disciplinei	✓ Însuşirea de către studenţi a conceptelor de bază ale mediului de afaceri – concepte folosite în mediul de afaceri;

Obiectivele specifice	✓ Formarea capacităţii de a analiza, a aprecia şi interpreta condiţiile existente în cadrul mediului de afaceri şi a aplica metodele de evaluare a acestora; ✓ Formarea unei educaţii estetice cu implicaţii asupra activităţii profesionale şi asupra altor laturi ale procesului unitar de educaţie: asupra educaţiei etice şi intelectuale.

8. Conţinuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observaţii
Definirea și analiza componentelor mediului de afaceri european;	4	Prelegere	
Etapele realizării pieței unice;	2		
Obiectivele politicii economice și industriale ale Uniunii Europene;	2		
Relațiile comerciale ale Uniunii Europene. Politica europeană în domeniul concurenței;	4		
Politica europeană în domeniul mediului;	2		
Libertăţile fundamentale;	4		
Rolul IMM-urilor în economia europeană;	4		
Sistemul de informare la nivelul pieței interne;	2		
Corelaţia competitivitate – mediu de afaceri;	2		
Mediul de afaceri european în contextul globalizării;	2		
TOTAL	**28**		

Bibliografie

1. O. Milea, *Mediul de afaceri european*, Ed. Universitară, București, 2011
2. I. Popa, M. G. Belu, *Afaceri internaționale*, Editura ASE, București, 2018
3. J. Stiglitz, *Mecanismele globalizarii*, Ed. Polirom, 2008

Aplicaţii (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observaţii
Definirea și analiza componentelor mediului de afaceri european. Formele de integrare economică	2	Discuții și dezbatere	
Implicațiile pieței interne. Obiectivele politicii industriale a Uniunii Europene. Relațiile comerciale ale U.E.	2	Aplicații și dezbatere	
Politica în domeniul mediului	2		
Libera circulație a mărfurilor. Libera circulație a persoanelor	2		
Libera circulație a serviciilor și capitalurilor	2		
IMM-urile în economie	2		
IMI	2		
TOTAL	**14**		

Bibliografie

1. O. Milea, *Mediul de afaceri european*, Ed. Universitară, București, 2011
2. I. Popa, M. G. Belu, *Afaceri internaționale*, Editura ASE, București, 2018
3. J. Stiglitz, *Mecanismele globalizarii*, Ed. Polirom, 2008

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	Cunoaşterea obiectului, conceptelor specifice disciplinei Capacitatea de înţelegere a componentelor mediului de afaceri european și a impactului acestora asupra unei firme Înţelegerea importanţei cunoaşterii politicilor economice cu impact asupra activității desfășurate de o firmă Înţelegerea fenomenelor economice la nivel macroeconomic Construirea unui limbaj de specialitate complex, prin care dovedeşte o bună capacitate de exprimare, coerenţă, capacitate de argumentare şi originalitate.	Examen scris constând în întrebări tip grilă, combinat cu întrebări deschise și aplicații	60%
Seminar	Capacitatea de a utiliza corect, conceptele şi noţiunilor utilizate în cadrul disciplinei Mediul de afaceri european; Capacitatea de de a explica rolul globalizării și realizării pieței unice asupra libertății de acțiune la nivelul pieței unice. Evaluarea importanţei cunoaşterii fenomenelor economice la nivel micro și macroeconomică. Capacitatea de a construi unui limbaj de specialitate complex, prin care să dovedească o bună capacitate de exprimare, coerenţă, capacitate de argumentare şi originalitate	Evaluarea pe baza testelor și a aplicațiilor rezolvate la seminarii. Discuții libere pe teme privind problemele macroeconomice.	40%
Laborator	-		
Proiect	-		
Standard minim de performanţă			
Pentru a obține nota 5, studentul trebuie să îndeplinească următoarele cerințe: • Studentul cunoaşte care sunt principalele concepte, le recunoaşte şi le defineşte corect; • Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat; • Să rezolve bine un subiect			

Data completării	Semnătura titular disciplină	Semnătura titular seminar
23 septembrie 2026	Conf. univ. dr. Oana Milea	Lect. univ. dr. Alexandru Burda

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