FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	**UNIVERSITATEA DIN ORADEA**
1.2 Facultatea	**FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE**
1.3 Departamentul	**DEPARTAMENTUL DE ECONOMIE ŞI BUSINESS**
1.4 Domeniul de studii	**ADMINISTRAREA AFACERILOR**
1.5 Ciclul de studii	**STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ (CICLUL I)**
1.6 Programul de studii/Calificarea	**Economia comerţului, turismului şi serviciilor**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**ECONOMIE COMERCIALĂ**				
2.2 Titularul activităţilor de curs			Conf.univ.dr. Ioana POP COHUŢ				
2.3 Titularul activităţilor de seminar			Conf.univ.dr. Ioana POP COHUŢ				
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	V	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	I

(I) Impusă; (O) Opțională; (F) Facultativă

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învăţământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuţia fondului de timp ore					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe					26 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					11 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri					23 ore
Tutoriat					4 ore
Examinări					20 ore
Alte activităţi.....					.... ore

3.7 Total ore studiu individual	**84**
3.9 Total ore pe semestru	**140**
3.10 Numărul de credite	5

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	.....
4.2 de competenţe	.....

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1. de desfăşurare a cursului	Sala de curs dotată cu mijloace tehnice de predare – învăţare: computer, tablă smart;
5.2. de desfăşurare a seminarului/laboratorului	Sala de seminar dotată cu mijloace tehnice de predare – învăţare: computer, tablă smart;

6.1. Competenţele specifice acumulate

Competenţe profesionale	**C1. Realizarea prestaţiilor în comerţ, turism şi servicii:** C1.1 Definirea adecvată a conceptelor şi principiilor specifice teoriei economice, precum şi a celor din domeniul comerţului; C1.2 Explicarea şi interpretarea de date şi informaţii din punct de vedere cantitativ şi calitativ, pentru formularea de argumente şi decizii concrete asociate comerţului; C1.3 Rezolvarea problemelor în contexte bine definite asociate: conceperii, planificării şi executării de activităţi în cadrul firmelor de comerţ; C1.4 Culegerea şi prelucrarea de date din surse documentare alternative şi din activitatea curentă, pentru evaluarea factorilor care influenţează realizarea prestaţiilor în organizaţiile din comerţ; C1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor şi metodelor specifice domeniului comerţ; **C2. Comercializarea produselor/serviciilor** C2.1 Descrierea modalităţilor de achiziţionare a produslui, a tehnicilor de comercializare şi a comportamentului agenţilor economici în contextul creat de legislaţia şi regulamentele aferente în vigoare. C2.2 Explicarea şi interpretarea fluxurilor şi a tehnicilor de comercializare diferenţiat după natura produselor; C2.3 Aplicarea unor modele şi instrumente de organizare a spaţiilor de vânzare şi depozitare; C2.4 Analiza critic-constructivă a relaţiilor dintre consumatorii şi furnizorii specifici domeniului comercial.. **C3. Gestionarea relaţiilor cu clienţii şi furnizorii** C3.1 Definirea conceptelor privind cererea şi oferta de bunuri şi servicii, a comportamentului consumatorilor şi a normelor de protecţie a acestora; C3.2 Explicarea şi interpretarea fenomenelor şi proceselor economice specifice comerţului, pe baza conceptelor privind cererea şi oferta de bunuri şi a comportamentului consumatorilor C3.3 Rezolvarea de probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare. **C4. Gestionarea şi alocarea resurselor materiale şi financiare** C4.1 Descrierea conceptelor şi principiilor metodologiei şi indicatorilor de fundamentare a alocării resurselor C4.2 Explicarea şi interpretarea de situaţii/procese concrete din domeniul comerţului, pe baza utilizării indicatorilor pentru explicarea şi interpretarea situaţiilor analizate. C4.4 Fundamentarea necesarului de resurse materiale şi financiare în raport cu cerinţele volumului şi eficienţei organizaţiilor de comerţ.
Competenţe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă CT2. Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei. CT3. Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi valorificarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare

6.2. Rezultatele aşteptate ale învăţării

Cunoştiinţe	Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe care îi facilitează: acumulează cunoștințe aprofundate în legătură cu impactului acordurilor comerciale asupra economiei nationale precum și cu provocările economiei românești în procesul de integrare europeană și globalizare; analiza și înțelegerea modului de funcţionare a comerţului la nivel naţional, modul de gestionare si funcţionare a comertului cu amănuntul si cu ridicata; modul de rezolvare a problemelor în contexte bine definite asociate: conceperii, planificării şi executării de activităţi în cadrul firmelor de comerţ; modul de rezolvare a unor probleme asociate vânzării produselor, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare.
Aptitudini	Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini/ abilități: dezvoltă aptitudini/ abilități avansate pentru a aplica teorii economice în evaluarea eficienței și a sustenabilității politicilor economice; dezvoltă aptitudini/ abilități avansate de a evalua impactul politicilor economice pe termen lung în contextul provocărilor globale; de analiză comparativă a economiei României în raport cu state similare; de analiză şi de aplicare a metodelor de cercetare specifice comerţului; de evaluare a impactului politicilor economice asupra comerţului si a consumatorilor; de proiectare a unor strategii pentru dezvoltarea activităţii comerciale; de a crea o ofertă comerciala si de a vinde un produs specific; de a utiliza metode de vănzare specifice comercţului cu amănuntul si cu ridicata.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea: demonstrează capacitatea de fundamentare şi elaborare rapoarte, elaborare și implementare proiecte pentru îmbunătățirea politicilor economice; capacitatea de fundamentare, elaborare și implementare a strategiilor economice sustenabile bazate pe schimbările globale și pe bune practici internaționale; de a evalua, folosind instrumentarul specific, strategiile economice comune în cadrul pieței unice europene; de a fundamenta, elabora și implementa politici comerciale europene; de a aplica principiile, normele şi valorile eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă; de a identifica rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei; de a identifica oportunităţi de formare continuă şi de a valorifica eficient resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare.

6.3. Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	• cunoaşterea principalelor direcţii de acţiune şi a elementelor componente ale comerţului, cererea, oferta, modalitatea de stabilire a preţurilor în activitatea comercială, modalităţile de organizare şi gestionare a principalelor forme de comerţ a metodelor de bază ale activităţii comerciale şi utilizarea acestor cunoştinţe în explicarea şi interpretarea conceptelor, situaţiilor, proceselor şi a proiectelor specifice activităţilor comerciale.
Obiectivele specifice	▪ Formarea gândirii şi a discernământului necesar pentru aprecierea obiectivă a activităţii comerciale în vederea optimizării din punct de vedere economic; ▪ Utilizarea adecvată de criterii şi metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele şi limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode şi teorii; ▪ Formularea de aprecieri cu privire la factori de influenţă asupra cererii şi ofertei de produse; ▪ Deprinderi în stabilirea strategiei de preţuri în funcţie de cererea şi oferta de produse; ▪ Gestionarea corespunzătoare a stocurilor unui comerciant cu amănuntul sau cu ridicata; ▪ Aplicarea unor principii şi metode pentru rezolvarea de probleme tipice domeniului comercial; ▪ Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea principiilor şi a metodelor de analiză şi calcul specifice activităţilor comerciale.

7. Conţinuturi

7.1 Curs (C)	Metode de predare	Observaţii
7.1.1. 1. ***Introducere în economia comercială***: teorii economice fundamentale și aplicarea lor în comerț	Prelegerea, abordarea euristică	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.2.***Conţinutul, structura şi factorii de influenţă asupra pieţei, structurile pieţei:*** modul în care nevoile de consum influenţează şi formează cererea, tendinţe actuale în cererea de bunuri.	Prelegerea, abordarea euristică	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.3. ***Comportamentul consumatorilor și dinamica pieței***: procesul de luare a deciziilor de către consumatori, a tendințelor pieței și a modului în care companiile folosesc aceste cunoștințe pentru a modela strategiile de marketing și dezvoltarea de produse	Prelegerea, Conversaţia euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.4. ***Conţinutul, structura şi factorii de influenţă asupra pieţei, structurile pieţei:*** modul în care se formează oferta, tipologii de oferte; proncipalii producători pe categorii de bunuri şi servicii	Prelegerea, Conversaţia euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart

7.1.5. ***Strategii de stabilire a prețurilor pe piețele competitive***: modele și strategii de stabilire a prețurilor în diferite structuri de piață (de exemplu, monopol, oligopol, concurență perfectă)	Prelegerea, abordarea euristică	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.6. ***Strategii de stabilire a prețurilor pe piețele competitive***: modul în care companiile folosesc prețurile pentru a maximiza profiturile.		
7.1.7. ***Economia digitală: rolul comerțului electronic și al piețelor online***: impactul platformelor de comerț electronic, plăților digitale și piețelor online globale asupra economiei tradiționale.	Prelegerea, Conversaţia euristică, Problematizarea, Învăţarea prin descoperire	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.8. ***Comerțul global și politicile comerciale***: modul în care comerțul global afectează economiile locale și practicile de afaceri.	Prelegerea, Conversaţia euristică, Problematizarea, Învăţarea prin descoperire, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.9. ***Economia inovației și schimbării tehnologice***: modul în care inovația și progresele tehnologice stimulează creșterea economică, perturbă piețele și schimbă peisajul competitiv în comerț.	Prelegerea, abordarea euristică, Problematizarea, Învăţarea prin descoperire, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.10. ***Economia comportamentală- perspective pentru strategia de afaceri***: Aplicarea principiilor economiei comportamentale pentru a înțelege modul în care factorii psihologici influențează deciziile consumatorilor și de afaceri, concentrându-se pe exemple practice din sectorul comercial.	Prelegerea, abordarea euristică	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.11. ***Economia brandingului și diferențierii produselor***: modul în care companiile folosesc brandingul, publicitatea și diferențierea produselor pentru a influența preferințele consumatorilor și pentru a menține poziția pe piață.	Prelegerea, Conversaţia euristică, Problematizarea, Învăţarea prin descoperire, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.12. ***Forţa de muncă în comerţ/ munca în comerţ/ viitorul muncii***: Gig Economy și piețele independente: creșterea economiei gig, a piețelor freelance și a modului în care platformele tehnologice remodelează piața muncii, cu implicații atât pentru lucrători, cât și pentru întreprinderi	Prelegerea, Conversaţia euristică, Problematizarea, Învăţarea prin descoperire, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.13. ***Economia lanțului de aprovizionare și aprovizionarea globală***: aspectele economice ale lanțurilor de aprovizionare, eficiența, managementul costurilor, strategiile globale de aprovizionare și implicațiile economice.	Prelegerea, Conversaţia euristică, Problematizarea, Învăţarea prin descoperire, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7.1.14. ***Provocări etice în economia comercială***: dileme etice în practicile de afaceri, concentrându-se pe domenii precum comerțul echitabil, practicile de muncă, responsabilitatea socială corporativă și rolul eticii în luarea deciziilor economice.	Prelegerea, abordarea euristică, Problematizarea, Învăţarea prin descoperire, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart

Bibliografie:

1. Pop Cohuț Ioana, *Economie comercială*, Universitatea din Oradea, Oradea, disponibil pe platforma on-line: https://e.uoradea.ro/, 2026;
2. Coskeran, Thomas, *Economics: A Complete Introduction: Teach Yourself*, Editura: Teach Yourself, 2020;
3. Xinlai Sun, *Innovation and Research of Commercial Economic Model under the Background of Economic Globalization,* DOI: http://dx.doi.org/10.18282/ff.v10i3.2367, disponibilă la adresa: https://ojs.piscomed.com/index.php/FF/article/view/2367/2215; 2021;
4. Y. Wang, *Research on the analysis of commercial economic data based on hierarchical clustering algorithm,* 2020 IEEE International Conference on Power, Intelligent Computing and Systems (ICPICS), 2020, pp. 1034-1037, doi: 10.1109/ICPICS50287.2020.9201985.
5. Birkel, Hans, and Evi Hartmann. *Impact of IoT on Supply Chain Strategies*. International Journal of Production Economics 220 (2019): 107-118. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.05.034.
6. Acemoglu, Daron, and James A. Robinson. *The Narrow Corridor: States, Societies, and the Fate of Liberty*. New York: Penguin Press, 2019.
7. Baldwin, Richard. *The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2016.
8. Gopinath, Gita, and Pierre-Olivier Gourinchas. *Global Economic Outlook Report 2022: Post-Pandemic Recovery and Inflationary Pressures*. Washington, DC: International Monetary Fund, 2022. https://www.imf.org/en/Publications/WEO.
9. Broda, Christian, and David E. Weinstein. *Globalization and the Gains from Variety: The Case of a Small Open Economy*. Journal of International Economics 108 (2017): 75-85. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2017.05.006.
10. David H., David Dorn, and Gordon H. Hanson. *The China Shock: Learning from Labor-Market Adjustment to Large Changes in Trade*. Annual Review of Economics 8, no. 1 (2016): 205-240. https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015041.
11. Furceri, Davide, and Jonathan D. Ostry. *The Return of the Policy Mix: Fiscal Policy in the Age of Inflation*. Journal of Economic Perspectives 37, no. 1 (2023): 85-108. https://doi.org/10.1257/jep.37.1.85.
12. UNCTAD. *World Investment Report 2021: Investing in Sustainable Recovery*. New York: United Nations, 2021. https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2021.
13. Baldwin, Richard, and Charles Wyplosz. *The Economics of European Integration*. 7th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2022.
14. Cristea, Anca D., and Daniel X. Nguyen. *Exchange Rate Volatility and the Margins of Trade*. Journal of International Economics 101 (2016): 24-35. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2016.03.001.

7.2 Seminar (S)	**Metode de predare**	**Obs.**
1. Analiza structurii pieței unei industrii locale **Obiectiv:** analizați structura pieței (de exemplu, monopol, oligopol, concurență perfectă) a unei industrii locale specifice, cum ar fi cafenelele sau comerțul cu amănuntul. **Componentă practică:** studenții vor colecta date prin interviuri, sondaje sau rapoarte disponibile public pentru a evalua concurența, strategiile de stabilire a prețurilor și puterea de piață.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
2. Comportamentul consumatorului și impactul marketingului digital **Obiectiv**: explorați modul în care marketingul digital influențează luarea deciziilor consumatorilor pe o anumită piață (de exemplu, modă, electronice). **Componentă practică:** studenții vor efectua un sondaj online sau vor utiliza instrumente de analiză a rețelelor sociale pentru a urmări implicarea consumatorilor și modelele de cumpărare influențate de anunțurile online.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
3. Strategii de stabilire a prețurilor în economia Gig **Obiectiv:** investigarea modelelor de prețuri utilizate de platformele gig economy (de exemplu, Uber, Airbnb) și impactul acestora atât asupra furnizorilor de servicii, cât și asupra consumatorilor. **Componentă practică:** studenții pot aduna date din politicile de prețuri ale platformei, pot compara metode dinamice de prețuri și pot simula diferite strategii de prețuri.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
4. Impactul politicilor economice asupra creșterii întreprinderilor mici **Obiectiv:** evaluează efectul politicilor economice recente (de exemplu, legile privind salariul minim, reformele fiscale, inflația) asupra întreprinderilor mici dintr-o anumită regiune sau sector. **Componentă practică**: studenții vor intervieva proprietarii de afaceri locali sau vor colecta date financiare pentru a măsura impactul modificărilor politicii asupra profitabilității, practicilor de angajare sau prețurilor.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
5. Efectul economiei comportamentale asupra obiceiurilor de economisire a	Abordarea	Se utilizează

consumatorilor **Obiectiv:** analizarea modului în care principiile economice comportamentale (de exemplu, aversiunea la pierdere) influențează comportamentul de economisire a consumatorilor. **Componentă practică:** studenţii proiectează un experiment sau un sondaj simplu pentru a testa modul în care schimbările în mesaje sau stimulente afectează deciziile de economisire în rândul diferitelor categorii demografice.	euristică, Problematizarea, Studiu de caz	prezentarea PPT, Tabla smart
6. Impactul economic al platformelor digitale asupra comercianților tradiționali **Obiectiv:** examinarea modului în care piețele digitale (de exemplu, Amazon, eBay) afectează afacerile concrete dintr-un anumit sector. **Componenta practică:** studenţii analizează datele financiare atât de pe platformele online, cât și de la magazinele fizice, eventual prin studii de caz sau cercetări secundare, pentru a identifica tendințele privind cota de piață și profitabilitatea.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
7. Rolul discriminării prețurilor în maximizarea veniturilor **Obiectiv**: investigarea utilizăriia discriminării prețurilor (de exemplu, prețuri pe niveluri, reduceri pentru anumite grupuri) în maximizarea veniturilor pentru companii. **Componentă practică:** studenţii analizează exemple de companii care folosesc discriminarea prețurilor (de exemplu, companii aeriene, cinematografe) și calculează diferențele de venituri în cadrul diferitelor scheme de prețuri.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
8. Implicații economice ale automatizării în producție **Obiectiv:** evaluarea efectelor economice ale automatizării asupra ocupării forței de muncă, productivității și structurii costurilor într-un sector de producție selectat. **Componentă practică**: studenţii folosesc date disponibile public pentru a simula efectele introducerii automatizării asupra nivelurilor forței de muncă, costurilor și productivității într-o companie ipotetică.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
9. Rolul stimulentelor economice în promovarea comportamentului durabil al consumatorilor **Obiectiv:** investighează modul în care stimulentele economice, cum ar fi subvențiile sau sancțiunile, îi influențează pe consumatori să adopte practici durabile (de exemplu, mașini electrice, reciclare). **Componenta practică:** studenţii proiectează un program de stimulare și analizează eficacitatea acestuia asupra comportamentului consumatorilor.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
10. Strategii de penetrare a pieței pentru economiile emergente **Obiectiv:** analizarea modului în care companiile pot intra și pot avea succes pe piețele emergente. Se vor examina factori precum diferențele culturale, concurența locală, reglementările legale și comportamentul consumatorilor. **Aplicație practică:** studenţii vor folosi date din lumea reală pentru a crea un plan de intrare pe piață pentru o companie selectată într-o economie emergentă.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
11. Impactul comerțului electronic asupra strategiilor tradiționale de prețuri cu amănuntul **Obiectiv:** explorarea modului în care creșterea comerțului electronic a perturbat modelele tradiționale de prețuri. Se vor investiga modul în care magazinele online și cele fizice pot coexista prin ajustarea strategiilor lor de prețuri. **Aplicație practică:** studenţii vor efectua o analiză comparativă a modelelor de prețuri în comerțul cu amănuntul fizic vs. online și propuneți strategii de optimizare a profiturilor.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
12. Comportamentul consumatorului și durabilitatea **Obiectiv:** analizarea modului în care sustenabilitatea influențează deciziile de cumpărare ale consumatorilor, în special în rândul milenialilor și generației Z. **Aplicație practică:** studenţii vor proiecta un studiu de piață sau vor utilizați datele existente ale consumatorilor pentru a explora relația dintre marketingul sustenabilității și loialitatea consumatorilor.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart
13. Impactul economic al politicilor comerciale globale asupra piețelor locale **Obiectiv:** analizarea efectelor politicilor comerciale globale recente (de	Abordarea euristică, Problematizarea,	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart

exemplu, tarife, războaie comerciale sau noi acorduri de liber schimb) asupra industriilor locale. **Aplicație practică:** studenţii vor selecta o piață locală sau o industrie și vor efectua un studiu de caz aprofundat despre modul în care politicile comerciale globale au afectat producția, ocuparea forței de muncă și strategiile de stabilire a prețurilor.	Studiu de caz	
14. Blockchain și criptomonede în economia comercială **Obiectiv:** explorează implicațiile tehnologiei blockchain și ale criptomonedelor asupra practicilor comerciale tradiționale și modelelor economice. **Aplicație practică**: studenţii analizează impactul unei anumite criptomonede asupra pieţelor financiare și sugerează oportunități comerciale sau riscuri pentru companiile tradiționale.	Abordarea euristică, Problematizarea, Studiu de caz	Se utilizează prezentarea PPT, Tabla smart

Bibliografie:

1. Pop Cohuț Ioana, *Economie comercială*, Universitatea din Oradea, Oradea, disponibil pe platforma on-line: https://e.uoradea.ro/, 2026;
2. Coskeran, Thomas, *Economics: A Complete Introduction: Teach Yourself*, Editura: Teach Yourself, 2020;
3. Xinlai Sun, *Innovation and Research of Commercial Economic Model under the Background of Economic Globalization,* DOI: http://dx.doi.org/10.18282/ff.v10i3.2367, disponibilă la adresa: https://ojs.piscomed.com/index.php/FF/article/view/2367/2215; 2021;
4. Y. Wang, *Research on the analysis of commercial economic data based on hierarchical clustering algorithm,* 2020 IEEE International Conference on Power, Intelligent Computing and Systems (ICPICS), 2020, pp. 1034-1037, doi: 10.1109/ICPICS50287.2020.9201985.
5. Birkel, Hans, and Evi Hartmann. *Impact of IoT on Supply Chain Strategies*. International Journal of Production Economics 220 (2019): 107-118. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.05.034.
6. Acemoglu, Daron, and James A. Robinson. *The Narrow Corridor: States, Societies, and the Fate of Liberty*. New York: Penguin Press, 2019.
7. Baldwin, Richard. *The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2016.
8. Gopinath, Gita, and Pierre-Olivier Gourinchas. *Global Economic Outlook Report 2022: Post-Pandemic Recovery and Inflationary Pressures*. Washington, DC: International Monetary Fund, 2022. https://www.imf.org/en/Publications/WEO.
9. Broda, Christian, and David E. Weinstein. *Globalization and the Gains from Variety: The Case of a Small Open Economy*. Journal of International Economics 108 (2017): 75-85. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2017.05.006.
10. David H., David Dorn, and Gordon H. Hanson. *The China Shock: Learning from Labor-Market Adjustment to Large Changes in Trade*. Annual Review of Economics 8, no. 1 (2016): 205-240. https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015041.
11. Furceri, Davide, and Jonathan D. Ostry. *The Return of the Policy Mix: Fiscal Policy in the Age of Inflation*. Journal of Economic Perspectives 37, no. 1 (2023): 85-108. https://doi.org/10.1257/jep.37.1.85.
12. UNCTAD. *World Investment Report 2021: Investing in Sustainable Recovery*. New York: United Nations, 2021. https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2021.
13. Baldwin, Richard, and Charles Wyplosz. *The Economics of European Integration*. 7th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2022.
14. Cristea, Anca D., and Daniel X. Nguyen. *Exchange Rate Volatility and the Margins of Trade*. Journal of International Economics 101 (2016): 24-35. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2016.03.001.

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

- Conţinutul disciplinei este în concordanţă cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licenţă de la facultăţi de profil din ţară şi străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanţii asociaţiilor profesionale şi cu angajatorii, aceştia au fost consultaţi cu privire la conţinutul disciplinei, astfel încât competenţele dobândite de absolvenţii acestei specializări să răspundă cerinţelor pieţei muncii.
- Utilizarea corectă a tehnicilor de formare şi urmărire a preţurilor şi a evoluţiei preţurilor comercializate în cadrul comerţului;
- Realizarea unor proiecte sau studiu de fundamentare a necesarului de resurse materiale sau/şi financiare pentru iniţierea sau dezvoltarea activităţilor comerciale;
- Cunoaşterea formelor de comercializare şi a modului de fundamentare a extinderii activităţilor de comercializare clasică prin intermediul comerţului electronic sau a altor forme de comercializare.

9.Utilizarea instrumentelor bazate pe inteligența artificială generativă

În vederea realizării activităților de evaluare de la secțiunea următoare, curs și seminar, studenții **pot utiliza IIAgen pentru** generarea de idei/imagini/rescriere de text, editare/review etc. Printre cele mai utilizate instrumente de acest tip se numără, fără a se limita la acestea, ChatGPT, Google Gemini, Copilot pentru redactare de text și MidJourney pentru generarea de imagini.
Fiecare student are obligația de a menționa, printr-o declarație redactată distinct pentru fiecare sarcină de lucru, conform modelului prevăzut în anexa 2 a Regulamentului privind utilizarea inteligenței artificiale generative în activitatea didactică și științifică din Facultatea de Științe Economice, Universitatea din Oradea, instrumentul utilizat, modul concret de utilizare și secțiunea în care acesta a fost folosit. Declarația va fi inserată la începutul lucrării aferente sarcinii respective.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs (C)	- definirea, înţelegerea şi utilizarea corectă a noţiunilor, conceptelor economice în contextul activităţii comerciale; - identificarea de noţiuni, concepte referitoare la activitatea comercială; - enumerarea de trăsături, caracteristici, factori, condiţii ale unor fapte, fenomene, procese economice; - utilizarea adecvată a indicatorilor economici; - caracterizarea comparativă a faptelor, fenomenelor şi proceselor economice în contextul activităţilorcomerciale; - estimarea evoluţiei unui indicator economic într-un context dat; - analiza faptelor, a fenomenelor şi proceselor comerciale; - rezolvarea de probleme cu conţinut economic şi interpretarea economică a rezultatelor obţinute; - interpretarea informaţiilor economice date în limbaj natural, numeric, grafic; - construirea unor exemple pentru a ilustra caracteristici, teorii, legi, interacţiuni, tendinţe de evoluţie ale unui fenomen economic; - utilizarea corectă a limbajului de specialitate. - Răspunsul la întrebări, participare la activitatea de analiză, interpretare şi comunicare a problemelor supuse dezbaterii;	Evaluarea continuă, formativă: – observaţia curentă; – chestionarea/ examinarea orală; Evaluarea sumativă: – proba scrisă/ teste on-line;	10% 40%
10.5 Seminar (S)	- acurateţea răspunsului la problemele formulate; - gradul de sintetizare şi analogia răspunsurilor şi a relaţiilor de cauzalitate; - modul de comunicare, prezentare şi dialog; - Elaborarea unui proiect/studiu de fundamentare a necesarului de resurse materiale sau/şi financiare pentru un proiect specific domeniului activităţilor comerciale.	Evaluarea continuă, formativă: – proba scrisă/teste on-line; – prezentare proiect;	50%
10.6 Laborator (L)			
10.6 Proiect (P)			
10.8 Lucrări practice (P)			

10.9 Standard minim de performanţă

- Cunoaşterea şi înţelegerea conţinutului cursurilor la nivelul ideilor esenţiale;
- Abordarea cel puţin a unui subiect din cinci în cadrul examenului scris;
- Elaborarea unui proiect/studiu de fundamentare a necesarului de resurse materiale sau/şi financiare pentru un proiect specific domeniului activităţilor comerciale cu respectarea structurii şi criteriilor minime de conţinut şi prezentare;
- Prezentarea la cel puţin un test în cadrul seminarului;

Data completării	Titular de curs:	Titular de seminar/laborator/lucrări practice etc.:
23.09.2026	**Conf. univ. dr. Ioana Pop Cohuţ** **.....** *(gradul didactic, numele, prenumele şi semnătura)* Adresa de e-mail: ipop@uoradea.ro	**Asist. univ. dr. Anca Pup/ Conf. univ. dr. Ioana Pop Cohuţ** **.....** *(gradul didactic, numele, prenumele şi semnătura)* Adresa de e-mail: ipop@uoradea.ro

Director de Departament,

prof. univ. dr. habil. Dorin Bâc

.....

(gradul didactic, numele, prenumele şi semnătura)

Data avizării în Departament:

24.09.2026

Date de contact[1]:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Ştiinţe Economice, Departamentul de Economie şi Business
Str. Universităţii, nr. 1, Clădire Corp F, etaj I, sala F 103
Cod poştal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Tel.: 0259-408. 410;
E-mail: steconomice@uoradea.ro
Pagina web: http://steconomiceuoradea.ro

Decan,
Prof.univ.dr. habil. Claudia Diana SABĂU-POPA
(gradul didactic, numele, prenumele şi semnătura)

Data avizării în Consiliul Facultăţii de Ştiinţe Economice:

28.09.2026

Date de contact:

Universitatea din Oradea, Facultatea de Ştiinţe Economice – Birou Decan
Str. Universităţii, nr. 1
Cod poştal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Tel.: 0259-408109, 0259-408407; Fax: 0259-408409
E-mail: steconomice@uoradea.ro
Pagina web: http://steconomiceuoradea.ro

[1] Se vor specifica datele de contact (tel., e-mail, pagina web, etc) ale entităţii academice beneficiară a *Fişei disciplinei*