

Discipline opționale
Anul universitar 2018-2019
Specializarea Administrarea Afacerilor (Extensia Bistrița) – limba română
Anul II de studiu
Învățământ cu frecvență

Sem. I

Studentii vor alege 1 din cele 4 discipline prezentate

Nr. crt	Disciplina	Titular	credite	Forma de verificare	Ore curs	Ore seminar	Ore laborator
1.	Economia mediului	Conf.univ.dr. Crina Dacina Petrescu	3	C	2	1	0
2.	Microfinanțare	Lect.univ.dr. Cristina Ioana Balint	3	C	2	1	0
3.	Economia firmei	Conf.univ.dr. Valentin Toader	3	C	2	1	0
4.	Matematici financiare și actuariale	Conf.univ.dr. Gabriela Reghina Petrușel	3	C	2	1	0

Sem. II

Studentii vor alege 1 din cele 3 discipline prezentate

Nr. crt	Disciplina	Titular	credite	Forma de verificare	Ore curs	Ore seminar	Ore laborator
1.	Prelucrări statistice pe computer	Asist.univ.drd. Ionuț Traian Luca	3	C	1	0	2
2.	Contabilitate financiară aplicată	Prof.univ.dr. Ramona Paula Răchișan/ Conf.univ.dr.Sorin Romulus Berinde	3	C	1	0	2
3.	Simulări de marketing &management	Lect.univ.dr. Cristina Fleșeriu	3	C	1	0	2

ECONOMIA MEDIULUI

Cursul urmărește:

- Să le ofere studenților fundamentele teoretice și practice ale economiei mediului.
- Să dezvolte o mai bună înțelegere a interacțiunii dintre economie și mediul natural și în mod special a crizei ecologice, privită ca o consecință a dezvoltării.
- Să dezvolte înțelegerea mai bună a naturii și rolului dezvoltării durabile, care poate atenua prejudiciile aduse mediului până în prezent și preveni distrugerile viitoare.
- Să sporească gradul de conștientizare asupra faptului că realizarea unei dezvoltări durabile presupune gestiunea corectă a biodiversității, a surselor energetice regenerabile și neregenerabile, managementul riscurilor naturale și antropice, diminuarea consecințelor schimbărilor climatice globale, evaluări economice pertinente ale mediului etc.
- Să prezinte strategiile de dezvoltare durabile la nivel european și național.

Subiecte abordate în curs:

1. Ecologie – noțiuni fundamentale pentru economisti
2. Interacțiunea dintre economie și mediul natural
3. Creșterea, dezvoltarea și criza ecologică
4. Dezvoltarea durabilă și afacerile
5. Poluarea și protecția mediului: aer, apă, sol, biodiversitate
6. Energia
7. Biodiversitatea
8. Riscurile naturale și antropice și impactul lor economic
9. Schimbările climatice globale
10. Evaluarea economică a mediului – partea I
11. Evaluarea economică a mediului – partea II
12. Producerea durabilă
13. Uniunea Europeană și mediul natural
14. Interdependențe între activitatea turistică și mediul natural

MICROFINANȚARE

Obiective

- Prezentarea noțiunilor generale legate de microfinanțare
- Prezentarea avantajelor și dezavantajelor programelor de microfinanțare
- Evidențierea corelației dintre tipurile de societăți și programele de finanțare la care pot apela

Capitole:

Notiuni introductive de microfinanțare
Scheme de finanțare
Cererea și oferta în microfinanțare
Finanțarea societăților comerciale – notiuni generale
Programe de finanțare existente pentru societățile comerciale



Atractivitatea programelor de microfinantare
Microfinantare versus credite bancare
Microfinantare – oportunitati si riscuri
Reglementarile existente in vederea obtinerii unei microfinantari
Metodologii de evaluare a impactului microfinantarii
Viitorul microfinantarii

ECONOMIA FIRMEI

Cadre didactice: conf.univ.dr. Valentin TOADER, asist.dr. Oana BODE

Număr ore/săptămână: 2 ore curs + 1 oră seminar

Număr credite: 3 ECTS

Semestru: anul II, semestrul I

De ce este utilă Economia firmei?

În urma studiului disciplinei Economia firmei, studenții vor:

- înțelege mai bine conceptul de productivitate
- cunoaște legătura dintre productivitate și costurile de producție
- ști să calculeze veniturile, costurile și profitul unei firme
- putea descrie nivelul de concurență existent pe piața unui produs/serviciu
- înțelege cum decid firmele ce cantitate să producă și ce preț să ceară pentru produsele lor în funcție de tipul de concurență de pe piață

Structura disciplinei

Principalele teme care vor fi discutate:

- Comportamentul producătorului
- Analiza procesului de producție pe termen scurt și pe termen lung
- Încasările, costurile și profitul firmelor
- Concurența perfectă
- Monopolul și situațiile specifice de monopol din economia reală
- Oligopolul și teoria jocurilor
- Concurența monopolistică și strategiile de diferențiere a ofertei

Modalitatea de desfășurare a orelor

În cadrul cursurilor, pentru a înțelege aspectele teoretice și pentru a putea face legătura între acestea și economia reală se vor:

- purta discuții pe baza unor studii de caz
- prezenta și analiza materiale video



În cazul seminarelor, pentru a înțelege situațiile concrete în care se află firmele în activitatea lor de zi cu zi se vor folosi:

- discuții pe baza unor studii de caz/materiale video
- simulări și jocuri de echipă
- calculele și rezolvarea problemelor vor fi utilizare în cazul încasărilor, cheltuielilor și profitului

Modalitatea de evaluare

Curs:

- 50% din nota finală: Proiect / Examen scris în sesiune (întrebări grilă cu o singură variantă corectă de răspuns)
- Întrebări bonus la finalul cursurilor

Seminar:

- 50% din nota finală, din care 20% activitatea la seminar și 30% proiect (eseu, referat)
- Activități bonus

Modalitatea de evaluare finală se stabilește de comun acord la începutul semestrului.

MATEMATICI FINANCIARE ȘI ACTUARIALE

Capitole

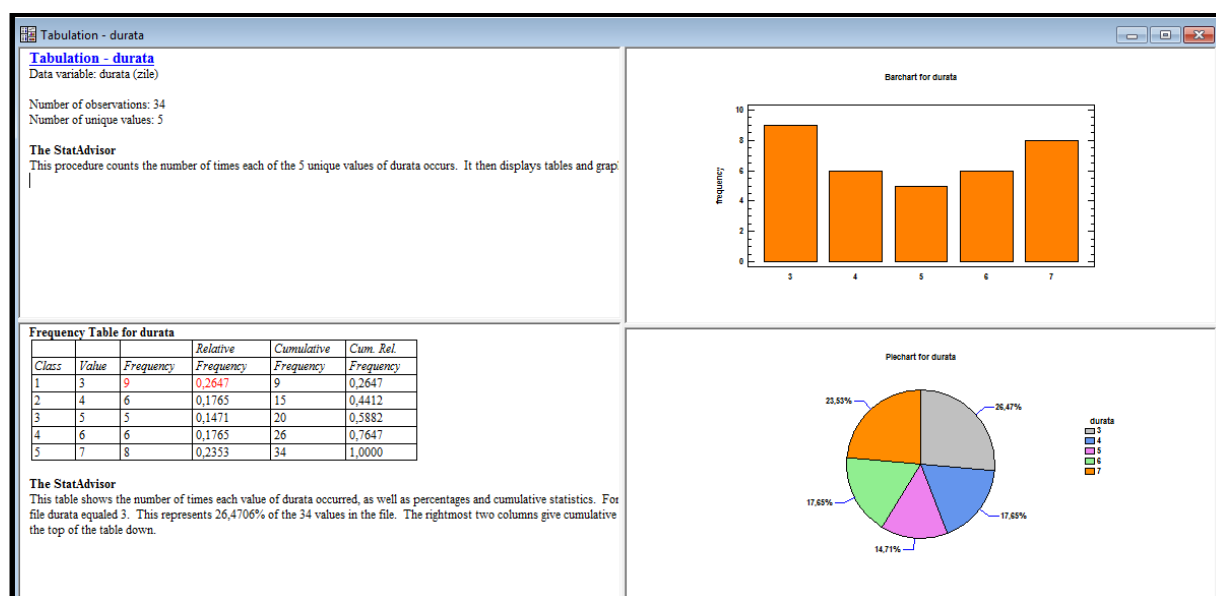
1. Recapitularea noțiunilor de matematici financiare-liceu Noțiunea de dobândă simplă
2. Operațiuni echivalente în regim de dobândă simplă;
3. Noțiunea de dobândă compusă
4. Operațiuni echivalente în regim de dobândă compusă;
5. Operațiuni de scont
6. Procent real de scont și procent de revenire Operațiuni echivalente în regim de scont
7. Plăți eşalonate Anuități posticipate
8. Anuități anticipate
9. Fraționalități posticipate
10. Plăți eşalonate mixte
11. Rambursarea împrumuturilor cu plata unică
12. Rambursarea eşalonată
13. Rambursarea prin anuități posticipate cu dobânda unitară anuală constantă

PRELUCRĂRI STATISTICE PE COMPUTER

În viața de zi cu zi orice economist se confruntă cu raportarea rezultatelor activității pe o anumită perioadă de timp. Astfel statistica devine parte integrantă a activității oricărui economist. Cursul opțional Prelucrări statistice pe computer își propune inițierea studenților în utilizarea unui soft statistic. Astfel cunoștințele teoretice dobândite în semestrul III la cursul de Statistică Aplicată vor putea fi folosite în realizarea analizelor statistice folosind un soft specializat, analize care mai apoi pot fi integrate cu succes în cadrul unui raport statistic.



Softul cu care se lucrează la acest curs opțional este Statgraphics Centurion XVI



Pe cât de complexe sunt analizele ce se pot efectua cu acest soft, pe atât de facilă este utilizarea acestuia.

CONTABILITATE FINANCIARĂ APLICATĂ

Obiectivele cursului/disciplinei:

- **Abordarea contabilității financiare într-o manieră practică;**
- Familiarizarea studenților cu aplicațiile informatice utilizate în activitatea contabilă (ex. Programul de evidență contabilă SAGA);
- Utilizarea aplicațiilor informatice necesare activității contabile curente derulate în cadrul unei firme;
- Formarea abilităților necesare pentru înțelegerea aplicațiilor informatice utilizate în activitatea contabilă;

- Dezvoltarea capacității studentului de a înțelege complexitatea activității contabile.

Conținutul disciplinei:

Conținutul disciplinei se axează pe următoarele direcții definitorii: cunoașterea aplicațiilor informatice necesare în activitatea contabilă, aplicații informatice de generare a declarațiilor fiscale, a situațiilor financiare, precum și a programelor contabile.

- Studenții vor opera în contabile cu ajutorul programului SAGA, următoarele operații:
 - ✓ aprovizionări cu stocuri de la furnizori, inclusiv decontarea obligațiilor față de furnizori în numerar sau prin virament bancar;
 - ✓ ieșiri din gestiune a stocurilor provenite prin aprovizionări de la terți (consum, vânzare mărfurilor sau alte modalități de ieșire);
 - ✓ stocuri din producție proprie (obținerea lor și vânzarea lor);
 - ✓ operațiuni privind intrarea și ieșirea în/ din gestiunea entității economice a imobilizărilor necorporale și corporale;
 - ✓ amortizarea imobilizărilor;
 - ✓ operații de încasări și plăți în numerar, inclusiv acordarea și justificarea avansurilor de trezorerie, dar și decontări prin bancă,
 - ✓ cheltuieli cu lucrări și servicii prestate de terți;
 - ✓ venituri din executări de lucrări, prestări de servicii către terți;
 - ✓ calculul și înregistrarea salariilor (pentru cel puțin 2 salariați);
 - ✓ calculul și înregistrarea obligațiilor aferente salariilor și decontarea acestora și întocmirea declarațiilor aferente salariilor față de organismele statului;
 - ✓ întocmirea decontului de TVA, dar și alte declarații fiscale;
 - ✓ întocmirea bilanței de verificare.

Competențe dobândite prin parcurgerea disciplinei:

Studenții vor dobândi după absolvirea acestei discipline următoarele competențe:

- Cunoașterea aplicațiilor informatice necesare în activitatea financiar contabilă;
- Utilizarea corespunzătoare a aplicațiilor informatice necesare în activitatea financiar-contabilă;
- Abilitatea de a lucra cu programele de contabilitate.

SIMULĂRI DE MARKETING ȘI MANAGEMENT PE COMPUTER

Obiective

Principalul obiectiv este crearea unei simulări, care permite studenților să aplice conceptele de marketing și management și să folosească variabilele de marketing într-un cadru realist. Acest program a fost creat pentru a-i ajuta pe studenți să înțeleagă:

- mix-ul de marketing (preț, promovare, produs, distribuție);



- piețe ce oferă răspunsuri diferite și care au medii diferite de business;
- strategia de promovare push vs. pull;
- strategii pe termen scurt vs. pe termen lung;
- vânzări de tip business-to-business;
- cercetarea și ajutorul acesteia pentru luarea de decizii;
- răspunsul la acțiunile competitorilor;
- măsuri de performanță etc.

Scopul principal este acela de a angaja studenții într-o activitate interactivă. Studenții vor concura între ei, folosind cei 4P, astfel încât compania lor să fie profitabilă. Grupuri de 3-4 studenți vor trebui inițial să îmbunătățească performanța companiei pe două piețe, ca mai apoi să se poată extinde și pe alte piețe străine. Studenții trebuie să analizeze situația în care se află inițial și să identifice cum marketingul poate încuraja noi vânzări. Prin dezvoltarea de produse noi, pătrunderea în regiuni noi, prin stabilirea promovării optime dar și a celui mai bun preț, studenții trebuie să transforme compania într-o companie profitabilă.

