

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2025-2026
Anul de studiu II / Semestrul I

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificări COR / Grupă de bază ESCO	Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor / 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice ESCO: 2421 - Management and organisation analysts
1.7. Forma de învățământ	Învățământ la distanță

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comerț electronic			Codul disciplinei	ECTS 218.3			
2.2. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Moisă Claudia Olimpia							
2.3. Titularul activității de seminar	Conf. univ. dr. Moisă Claudia Olimpia							
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul Disciplinei DS
							Obligativitate	Obligatorie: DOp

3. Timpul total estimat

3.1. Număr ore pe săptămână – forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore pe semestru – forma ID	56	din care: 3.5. AI	28	3.6. AT + TC / AA / ST + SF / L / P	28
<i>Distribuția fondului de timp (se detaliază punctul 3.5. AI = 3.5.1+3.5.2.+3.5.3+3.5.4.+3.5.5+3.5.6.)</i>					<i>ore</i>
3.5.1 Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe – nr. ore AI					20
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
3.5.3 Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri (mai mare sau egal cu nr. total ore pentru teme de control din calendarul disciplinei)					20
3.5.4 Tutoriat [consiliere profesională]					-
3.5.5 Examinări					2
3.5.6 Alte activități [de ex., comunicare bidirecțională cu titularul de disciplină / tutorele]					2

3.7. Total ore studiu individual	69
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<i>Discipline de parcurs din semestrele anterioare: Microeconomie, Macroeconomie, Economia serviciilor</i>
4.2. de competențe	Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului comercial Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- pentru susținerea cursului: metode didactice interactive, prezentări PPT, materiale informative - pentru studenți: suport de curs tipărit și în format editat
--------------------------------	--

	- <i>echipamente tehnice: laptop, videoproiector, Internet</i>
5.2. de desfășurarea a seminarului/ laboratorului	- <i>pentru desfășurarea seminarului: activități instructiv-educative moderne și diverse materiale informative</i> - <i>echipamente tehnice: laborator dotat cu laptopuri, videoproiector, rețea Internet</i> - <i>participarea la seminarii și încărcarea proiectelor/TC-urilor pe Platformă</i>

6. Competențe specifice acumulate

Competențe/rezultate ale învățării	R5/C5/ Analizează contextul unei organizații R14/C134/ Stabilește relații de afaceri R19/C19/ Identifică acțiuni de îmbunătățire
Competențe transversale	-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Dezvoltarea capacității studentului de a construi și utiliza corect și eficient noțiunile referitoare la principalele aspecte specifice activității de comerț electronic.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<i>Obiective specifice:</i> - <i>Înțelegerea tipologiei distribuției și structurii circuitelor acesteia;</i> - <i>Cunoașterea conținutului și a caracteristicilor comerțului electronic;</i> - <i>Deslușirea multiplelor aspecte pe care le ridică ansamblul proceselor ce dau profilul magazinului virtual;</i> - <i>Cunoașterea și înțelegerea diferitelor forme de comerț electronic;</i> - <i>Determinarea conținutului și tipologiei serviciilor comerciale;</i> <i>Cunoașterea aspectelor legate de principalele operațiuni specifice activității de comerț electronic.</i>

8. Conținuturi

8.1 AI	Metode de predare	Observații
Comerțul: aspecte conceptuale, conținut	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Caracteristici, sisteme de organizare	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Distribuția mărfurilor	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Comerțul cu ridicata și comerțul cu amănuntul	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Serviciile comerciale	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Comerțul electronic Concept, evoluție, caracteristici	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Comerțul electronic Factorii implicați în comerțul electronic	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Comerțul electronic Avantajele și dezavantajele comerțului electronic;	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Infrastructura specifică comerțului electronic -partea I	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Infrastructura specifică comerțului electronic – partea II	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Instrumente și modalități de plată în domeniul comerțului electronic -partea I	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Instrumente și modalități de plată în domeniul - comerțului electronic - partea II	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Avantaje și dezavantaje ale comerțului electronic	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,14% AI
Comerțul electronic în UE și la nivelul României	<i>Prelegere, discuții, exemplificări</i>	7,18% AI
Bibliografie		
1. Blythe, J. Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, București, 2005;		
2. Grozea C., Elemente de tehnologie comercială, Editura Muntenia, Constanța, 2006;		
3. Hainalka, K., Comerț electronic. Suport de curs electronic, 2014;		
4. Hammond, R., Smart Retail, Ed. ALL, București, 2007;		
5. Holcombe, C. (editor), Ghid avansat de comerț electronic, Editura Fundației pentru Studii Europene (EFES), Cluj-Napoca, 2012;		

6. Kovács, L.A., Comerț Electronic, Presa Universitară Clujeană, 2002;
7. Mocean, I., Lăcurezeanu, R., Comerț electronic, Ed. Risoprint, 2003;
8. Moisă C., Maican S., Bazele comerțului, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015;
9. Moisă C., Managementul operațiunilor de comerț internațional, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2018;
10. Mouton, D., Paris, G., Practica Merchandisingului, Editura Polirom, București, 2009
11. Patriche D., Stremțan. F., Dicționar de management comercial, Editura Presa Universitară, București 2009.
12. Pop Coșuț, I., (coord), Tehnologie, organizare și amenajare în comerț, Editura Universității din Oradea, 2010;
13. Vasilache, D., Plăți electronice. O introducere, Ed. Rosetti, 2004;

8.2 AT [temele dezbătute în cadrul tutorialelor, conform calendarului disciplinei]	Metode de predare-învățare	Observații
AT1. Dezbateri asupra unităților de învățare 1-5. Clarificarea răspunsurilor la testele de autoevaluare aferente unităților de învățare 1-6.	Conversație, exemplificări, teme de control	4 ore
AT2. Dezbateri asupra unităților de învățare. Clarificarea răspunsurilor la testele de autoevaluare aferente unităților de învățare 7-14.	Discuții, exemple, teme de control/activități propuse	4 ore

Bibliografie

1. Blythe, J. Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, București, 2005;
2. Grozea C., Elemente de tehnologie comercială, Editura Muntenia, Constanța, 2006;
3. Hainalka, K., Comerț electronic. Suport de curs electronic, 2014;
4. Hammond, R., Smart Retail, Ed. ALL, București, 2007;
5. Holcombe, C. (editor), Ghid avansat de comerț electronic, Editura Fundației pentru Studii Europene (EFES), Cluj-Napoca, 2012;
6. Kovács, L.A., Comerț Electronic, Presa Universitară Clujeană, 2002;
7. Mocean, I., Lăcurezeanu, R., Comerț electronic, Ed. Risoprint, 2003;
8. Moisă C., Maican S., Bazele comerțului, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015;
9. Moisă C., Managementul operațiunilor de comerț internațional, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2018;
10. Mouton, D., Paris, G., Practica Merchandisingului, Editura Polirom, București, 2009
11. Patriche D., Stremțan. F., Dicționar de management comercial, Editura Presa Universitară, București 2009.
12. Pop Coșuț, I., (coord), Tehnologie, organizare și amenajare în comerț, Editura Universității din Oradea, 2010;
13. Vasilache, D., Plăți electronice. O introducere, Ed. Rosetti, 2004;

8.3. TC [temele de control, conform calendarului disciplinei]	Metode de transmitere a informației	Observații
Temă de control (lucrare de verificare) aferentă unităților de învățare 1-6.	- electronic, pe platforma Moodle	10 ore
Temă de control (lucrare de verificare) aferentă unităților de învățare 7-14.	- electronic, pe platforma Moodle	10 ore

Bibliografie

1. Blythe, J. Managementul vânzărilor și al clienților cheie, Editura Codecs, București, 2005;
2. Grozea C., Elemente de tehnologie comercială, Editura Muntenia, Constanța, 2006;
3. Hainalka, K., Comerț electronic. Suport de curs electronic, 2014;
4. Hammond, R., Smart Retail, Ed. ALL, București, 2007;
5. Holcombe, C. (editor), Ghid avansat de comerț electronic, Editura Fundației pentru Studii Europene (EFES), Cluj-Napoca, 2012;
6. Kovács, L.A., Comerț Electronic, Presa Universitară Clujeană, 2002;
7. Mocean, I., Lăcurezeanu, R., Comerț electronic, Ed. Risoprint, 2003;
8. Moisă C., Maican S., Bazele comerțului, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015;
9. Moisă C., Managementul operațiunilor de comerț internațional, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2018;
10. Mouton, D., Paris, G., Practica Merchandisingului, Editura Polirom, București, 2009
11. Patriche D., Stremțan. F., Dicționar de management comercial, Editura Presa Universitară, București 2009.
12. Pop Coșuț, I., (coord), Tehnologie, organizare și amenajare în comerț, Editura Universității din Oradea, 2010;
13. Vasilache, D., Plăți electronice. O introducere, Ed. Rosetti, 2004;

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate la cadrul legislativ actual și poate contribui la formarea de specialiști în domeniul comerțului, în general, al comerțului electronic, în special. Pentru studenții care continuă studiile la un program de master în domeniul comerțului disciplina poate constitui un punct de plecare pentru aprofundarea domeniului și elaborarea unor lucrări cu un nivel științific ridicat. Prin conținut, disciplina răspunde necesităților practice actuale ale angajatorilor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. AI (curs)	Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen	Proba scrisă în cadrul examenului	70%
10.5. TC / AA / ST / L / P	Corectitudinea și completitudinea întocmirii lucrărilor practice	Verificarea pe parcurs a temelor de control din suportul de curs și a referatului	30%

10.6 Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5

Demonstrarea competențelor în:

- cunoașterea, înțelegerea conceptelor și teoriilor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare;
- utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională
- utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii specifice domeniului comercial

Coordonator de disciplină
Conf.univ.dr. Claudia Moisă

Tutore de disciplină
Conf.univ.dr. Claudia Moisă

Data
23.09.2025

Responsabil specializare ECTS ID,
Lect. univ. dr. Dârja Mălina