

STRUCTURA DISCIPLINELOR
cuprinse în proba scrisă (test grilă) la examenul de licență
pentru specializările economice

SPECIALIZAREA MARKETING

1. Microeconomie
2. Macroeconomie
3. Bazele marketingului
4. Cercetări de marketing
5. Tehnici promoționale
6. Studiul comportamentului consumatorului
7. Marketing internațional
8. Management
9. Marketingul serviciilor

SPECIALIZAREA CONTABILITATE ȘI INFORMATICĂ DE GESTIUNE

1. Microeconomie
2. Macroeconomie
3. Bazele contabilității
4. Contabilitate financiară
5. Contabilitate de gestiune
6. Finanțe publice
7. Monedă și credit
8. Analiză economico-financiară
9. Audit financiar

SPECIALIZAREA ADMINISTRAREA AFACERILOR

1. Microeconomie
2. Macroeconomie
3. Management
4. Managementul resurselor umane
5. Management strategic
6. Management comercial
7. Managementul calității și studiul mărfurilor
8. Managementul logisticii
9. Comportament organizațional

SPECIALIZAREA ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

1. Microeconomie
2. Macroeconomie
3. Bazele marketingului
4. Economia comerțului
5. Management comercial
6. Managementul și economia turismului
7. Economia serviciilor
8. Managementul calității și studiul mărfurilor
9. Studiul comportamentului consumatorului

I. MICROECONOMIE

Tematica disciplinei:

1. Economia – formă a acțiunii umane
2. Economia – știință economică fundamentală
3. Caracterizarea generală a economiei cu piață concurențială
4. Teoria consumatorului
5. Teoria producătorului
6. Costul de producție
7. Cererea
8. Oferta
9. Piețe, concurență, prețuri
10. Piețe cu concurență imperfectă
11. Bunurile publice și piața
12. Repartiția veniturilor

Bibliografie:

1. Anghelina A., Pribac L. (2016), *Microeconomie. Suport de curs*, FSEII – UVVG
2. Jessua C. (coord.) (2006), *Dicționar de Științe economice*, Editura Arc
3. Stiglitz J., Walsh C. (2005), *Economie*, Editura Economică, București
4. Șoim H., Teodoru M. (2008), *Economie, Microeconomie - Macroeconomie – Mondoeconomie*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca
5. Șoim. H., Teodoru M. (2006), *Economie. Sinteze și aplicații practice de microeconomie*, Editura „Vasile Goldiș” University Press, Arad
6. *** A.S.E. (2005), *Economie*, Ediția a VII-a, Editura Economică, București
7. *** A.S.E. (2005), *Economie – Aplicații*, Ediția a V-a, Editura Economică, București

II. MACROECONOMIE

Tematica disciplinei:

1. Circuitul economic de ansamblu
2. Venitul, consumul și investițiile
3. Creșterea economică
4. Fluctuațiile economice
5. Piața muncii
6. Șomajul
7. Piața monetară
8. Inflația
9. Relațiile economice internaționale
10. Integrarea economică internațională
11. Dezvoltarea economică umană durabilă

Bibliografie:

1. Anghelina A., Pribac L. (2016), *Macroeconomie. Suport de curs*, FSEII – UVVG
2. Jessua C. (coord.) (2006), *Dicționar de Științe economice*, Editura Arc
3. Stiglitz J., Walsh C. (2005), *Economie*, Editura Economică, București
4. Șoim H., Teodoru M. (2008), *Economie, Microeconomie - Macroeconomie – Mondoeconomie*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca
5. Șoim. H., Teodoru M., Imbrescu I. (2008), *Sinteze și teste de macroeconomie*, Editura „Vasile Goldiș” University Press, Arad
6. *** A.S.E. (2005), *Economie*, Ediția a VII-a, Editura Economică, București
7. *** A.S.E. (2005), *Economie – Aplicații*, Ediția a V-a, Editura Economică, București

III. BAZELE MARKETINGULUI

Tematica disciplinei:

1. Conceptul de marketing în teoria și practica economică
2. Mediul extern al firmei
3. Piața firmei
4. Comportamentul consumatorului

5. Procesul de marketing în practica activității firmei
6. Politica de produs
7. Politica de preț
8. Politica de distribuție (plasament)
9. Politica de promovare (comunicare)
10. Managementul activității de marketing

Bibliografie:

1. Ban O., Negruț C. (2008), *Relațiile Publice și Comunicarea*, Editura Solness, Timișoara
2. Blaga R. (2013), *Bazele Marketingului – aspecte asupra fundamentelor marketingului*, Editura "Vasile Goldiș" University Press, Arad
3. Cucea R. (2016), *Bazele Marketingului. Suport de curs*, FSEII - UVVG
4. Diaconescu M. (2010), *Marketing*, Editura Universitară, București
5. Kotler P. (2006), *Managementul marketingului*, Ediția a II-a, Editura Teora, București
6. Neagu, O., Teodoru, M., Duma, D. (2008), *Marketing*, Editura Risoprint, Cluj Napoca
7. Smedescu I. (2008), *Marketing - aspecte teoretice, studii de caz, aplicații, teste*, Editura Universitară, București
8. Tecău S. A. (2013), *Comportamentul consumatorului.*, Editura Universitară, București

IV. CERCETĂRI DE MARKETING

Tematica disciplinei:

1. Tipologia cercetărilor de marketing
2. Proiectarea cercetărilor de marketing
3. Conținutul procesului cercetării de marketing
4. Surse de informații în cercetările de marketing
5. Evaluarea acurateții măsurărilor în cercetările de marketing
6. Investigarea surselor de date secundare
7. Instrumente specifice. Cercetarea directă
8. Experimentul în cercetările de marketing. Cadrul conceptual
9. Validitatea experimentelor de marketing
10. Analiza datelor în cercetările de marketing
11. Prognoza datelor în cercetările de marketing
12. Experimentul și simularea în cercetările de marketing

Bibliografie:

1. Cătoiu I. (coord.) (2002), *Cercetări de marketing*, Editura Uranus, București
2. Cucea R. (2016), *Cercetări de marketing. Suport de curs*, FSEII - UVVG
3. Dăculescu P. (2006), *Cercetări de marketing*, Editura Brandbuilders Grup, București
4. Gherasim T., Gherasim A. (2003), *Cercetări de marketing*, Editura Economică, București
5. Plăiaș I. (coord.) (2008), *Cercetări de marketing*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
6. Someșan C. (2002), *Bazele cercetării de marketing*, Editura Dacia, Cluj-Napoca
7. Sabou F. (2014), *Cercetări de marketing. Suport de curs*, FSEII – UVVG
8. Schebesch, K. (2009), *Cercetări de marketing și procese de învățare*, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca

V. TEHNICI PROMOȚIONALE

Tematica disciplinei:

1. Comunicarea în marketing
2. Conceptul de imagine
3. Publicitatea
4. Creația publicitară
5. Planificarea unei campanii publicitare
6. Promovarea vânzărilor
7. Relațiile publice
8. Marca în cadrul mixului promoțional
9. Marketingul direct
10. Târguri și expoziții
11. Forțele de vânzare

Bibliografie:

1. Balaure V. ș.a. (2000), *Tehnici promoționale*, Ed. Uranus, București
2. Cruceru A. (2009), *Tehnici promoționale*, Ed. Uranus, București
3. Dobre C. (2005), *Publicitatea teorie și practică*, Ed. Mirton, Timișoara
4. Duma, D. (2016), *Tehnici promoționale. Suport de curs*, FSEII - UVVG
5. Kotler P. (2008), *Managementul marketingului*, ediția a V-a Ed. Teora, București
6. Lazoc R., Lazoc A., Goia D. (2007), *Tehnici promoționale*, ediția a II-a revizuită și adăugită, Ed. Eurostampa, Timișoara
7. Marcenac L., Milon A., Saint-Michel S.H. (2006), *Strategii publicitare. De la studiul de marketing la alegerea diferitelor media*, Ed. Polirom, Iași
8. Neagu, O. (2008), *Tehnici promoționale*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
9. Papuc M. (2006), *Tehnici promoționale*, Ed. Universitar, București
10. Popescu I. (2003), *Comunicarea în marketing*, Ed. Uranus, București
11. Pringle H., Field P. (2011), *Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci*, Ed. Polirom, Iași
12. Remeș E. (2016), *Tehnici promoționale. Suport de curs*, FSEII - UVVG
13. Russell T.J., Lane R.W. (2002), *Manual de publicitate*, Ed. Teora, București
14. Zbucnea A, s.a. (2009), *Ghid esențial de promovare*, Ed., Tritonic, București

VI. STUDIUL COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI

Tematica disciplinei:

1. Comportamentul consumatorului și filozofia de marketing
2. Mecanismul comportamentului consumatorului
3. Factorii externi direct observabili ai comportamentului consumatorului
4. Mediul consumatorului
5. Influențe de natură endogenă (factorii psihologici)
6. Procesul luării deciziei de cumpărare

Bibliografie:

1. Anghelina A. (2011), *Aspecte microeconomice și macroeconomice ale comportamentului de consum al populației*, Editura Guttenberg Univers, Arad
2. Cătoi I., Teodorescu N. (2004), *Comportamentul consumatorului, ed. II- a*, Ed. Uranus, București
3. Caron N. (2008), *Cum să vinzi clienților dificili*, Ed. Polirom, Iași
4. Datculesu P. (2006), *Cercetări de marketing*, Ed. Brandbusiness, București
5. Ph. Kotler ș.a. (2005), *Principiile marketingului*, Ed. III-a Ed. Teora, București
6. Florescu C. (coord.) (2003), *Marketing - Dicționar Explicativ*, Ed. Economică, București
7. Guéguen N. (2006), *Psihologia consumatorului*, Ed. Polirom, Iași
8. Teodoru M. (2004), *Comportamentul consumatorului*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca
9. Trevisani D. (2007), *Psihologia marketingului și a comunicării*, Ed. Irecson, București
10. Veblen T. (2009), *Teoria clasei de lux: un studiu economic al instituțiilor*, Publica, București
11. Zaltman G. (2012), *Cum gândesc consumatorii*, Ed. Polirom, Iași

VII. MARKETING INTERNAȚIONAL

Tematica disciplinei:

1. Conceptul de marketing internațional
2. Mediul în marketingul internațional
3. Pătrunderea firmei pe piețele internaționale
4. Cercetarea în marketingul internațional
5. Produsul în marketingul internațional
6. Determinarea prețurilor pe piața internațională
7. Distribuția în marketingul internațional
8. Promovarea în marketingul internațional

Bibliografie:

1. Blaga R. (2016), *Marketing internațional. Suport de curs*, FSEII – UVVG
2. Ciobota G. (2014), *Marketing internațional. Strategii și politici*, Ed. Pro Universitaria, București
3. Cucea R. (2016), *Marketing internațional. Suport de curs*, FSEII – UVVG
4. Kotler Ph. (2003), *Managementul marketingului*, Ed. Teora, București

5. Danciu V. (2005), *Marketing internațional. Provocări și tendințe la începutul mileniului III*, Ed. Economică, București
6. Jugănar M. (2007), *Marketing internațional*, Ed. Expert, București
7. Mușetescu A., Nicolau I., Chira R. (2016), *Marketing internațional*. Ed. Pro Universitaria, București
8. Mușetescu A. (2014), *Strategii de marketing pe plan internațional*. Ed. Pro Universitaria, București
9. Sabou F. (2009), *Marketing internațional. Note de curs*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca
10. Sabou F. (2016), *Marketing internațional. Suport de curs*, FSEII – UVVG
11. Sasu. C. (2005), *Marketing internațional*, Ed. Polirom, Iași

VIII. MANAGEMENT

Tematica disciplinei:

1. Elemente de natură teoretică privind evoluția conceptului de management
2. Funcțiile managementului
3. Funcția de planificare
4. Funcția de organizare
5. Funcția de leading
6. Funcția de control – evaluare
7. Decizia în procesul de management
8. Metodele și tehnicile de management – elemente de bază în desfășurarea activității manageriale

Bibliografie:

1. Berlingher V. (2007), *Managementul performant al organizației*, Ed. „Vasile Goldiș” University Press”, Arad,
2. Burduș E., Popa I. (2014), *Management. Teste, probleme, exerciții, studii de caz, grile de evaluare*, Ed. Pro Universitaria, București
3. Certo S.C. (2002), *Managementul modern*, Ed. Teora, București
4. Dănăiață I. (2010), *Management.*, Ed. Mirton, Timișoara
5. Deac V. (coord.) (2014), *Management*, Ed. ASE, București
6. Drucker P.F. (2007), *Despre decizie și eficacitate*, Ed. Meteor Press, București
7. Haiduc C. (2006), *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii. Abordări conceptuale*, Ed. Silvania, Zalău
8. Pop V. (2006), *Management, economie, dezvoltare regională durabilă*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca
9. Remeș E. (2016), *Management. Suport de curs*, FSEII - UVVG
10. Ursu D. (2016), *Management. Suport de curs*, FSEII - UVVG
11. Verboncu I. (2008), *Managementul organizației*, Ed. Economică, București

IX. MARKETINGUL SERVICIILOR

Tematica disciplinei:

1. Marketingul serviciilor – concept și conținut
2. Serviciile – particularități și tipologie
3. Piața firmei de servicii
4. Comportamentul consumatorului de servicii
5. Procesul de marketing în cadrul activității firmelor prestatoare de servicii – cadrul de marketing (segmentarea - poziționarea)
6. Procesul de marketing în cadrul activității firmelor prestatoare de servicii – mixul de marketing
7. Marketingul relațiilor cu clientul (customer service) și marketingul relațional (relationship marketing)
8. Calitatea serviciilor
9. Managementul activității de marketing a serviciilor

Bibliografie:

1. Blaga R. (2016), *Marketingul serviciilor. Suport de curs*, FSEII – UVVG
2. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M. (2006), *Marketingul serviciilor - Teorie și aplicații*, Editura Uranus, București
3. Cucea R. (2016), *Marketingul serviciilor. Suport de curs*, FSEII – UVVG
4. Duma D. (2016), *Marketingul serviciilor. Suport de curs*, FSEII – UVVG
5. Duma D. (2010), *Strategii de creștere a contribuției turismului la dezvoltarea comunităților locale*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca,
6. Ionașcu V., Pavel C. (2009), *Economia serviciilor, ediția a II-a adăugită și revizuită*, Editura Pro Universitaria, București
7. Ionciță M. (2006), *Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice*, Editura Uranus, București

8. Ionciă M., Minciu R., Stănciulescu G. (2005), *Economia serviciilor*, Editura Uranus, București
9. Kotler Ph., Armstrong G. (2008), *Principiile Marketingului – ediția IV*, Ed. Teora, București
10. Neagu O., Duma D., Teodoru M. (2008), „Marketing”, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
11. Sabou F. (2016), *Marketingul serviciilor. Suport de curs*, FSEII – UVVG
12. Vorzsak A. (coord.) (2006), *Marketingul serviciilor. Probleme de ansamblu ale terțiarului*, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca
13. Zaharia M. (2005), *Economia serviciilor*, Editura Universitară, București

X. BAZELE CONTABILITĂȚII

Tematica disciplinei:

1. Fundamentele științifice ale contabilității
2. Obiectul de studiu al contabilității
3. Metoda contabilității
4. Bilanțul și contul de profit și pierderi – imaginea poziției financiare a performanțelor întreprinderii
5. Contul și dubla înregistrare
6. Analiza și funcționarea sistemului conturilor – conținut economic, funcție contabilă
7. Balanța de verificare – procedeu de centralizare și verificare a înregistrărilor efectuate cu ajutorul conturilor
8. Documentarea – procedeu de bază al metodei contabilității
9. Evaluarea activelor și pasivelor întreprinderii
10. Inventarierea – procedeu de determinare a situației reale a patrimoniului

Bibliografie:

1. Bucur I. (2012), *Introducere în contabilitate*, Editura CH. Beck, București
2. Pașca, N. (2010), *Bazele contabilității*, Editura Risoprint, Cluj Napoca
3. Caraiani C. (coord.) (2011), *Bazele contabilității*, Editura Universitară, București
4. Lesconi Frumușanu M. (2013), *Bazele contabilității*, Editura Economică, București
5. Mateș D., Bungeț O., Păiușan L. ș.a. (2013), *Bazele conceptuale și aplicative ale contabilității*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj Napoca
6. Pereș I., Mateș D., Pereș C. (2005), *Bazele contabilității*, Editura Mirton, Timișoara
7. Păiușan L. (2016), *Bazele contabilității. Suport de curs*, FSEII – UVVG Arad
8. Șteț M. (2016), *Bazele contabilității. Suport de curs*, FSEII – UVVG Arad
9. *** *Legea contabilității nr. 82/1991 modificată și republicată*, M.Of. nr. 48/2005
10. *** *Ordinul Ministerului Finanțelor Publice nr. 1802/2014*
11. *** *Colecția revistei Economistul, 2012 -2015*
12. *** *Colecția Revista română de contabilitate, 2015*

XI. CONTABILITATE FINANCIARĂ

Tematica disciplinei:

1. Conținutul și obiectivele contabilității financiare
2. Organizarea contabilității capitalurilor
3. Organizarea contabilității activelor imobilizate
4. Organizarea contabilității stocurilor și a producției în curs de execuție
5. Organizarea contabilității relațiilor cu terții
6. Organizarea contabilității fluxurilor de trezorerie
7. Organizarea contabilității cheltuielilor și a veniturilor
8. Organizarea contabilității operațiunilor în afara bilanțului, de închidere și redeschidere a conturilor bilanțiere
9. Situațiile financiare anuale ale entităților economice

Bibliografie:

1. Feleagă L. (2007), *Contabilitate financiară vol.1*, Ed. Economică, București
2. Mateș D., David D. (coord.) (2010), *Contabilitate financiară conformă cu Directiva a IV-a a Comunităților Economice Europene*, Editura Guttenberg Univers, Arad
3. Mateș D. (2009), *Contabilitatea evenimentelor și tranzacțiilor între standarde, directive și reglementări fiscale*, Editura Mirton Timișoara
4. Mățiș D., Pop A. (coord.) (2010), *Contabilitate financiară*, ediția a III-a, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca
5. Pânteș I.P. (2006), *Contabilitatea financiară românească conformă cu Directivele Europene*, Editura Intelcredo
6. Șteț M. (2009), *Contabilitate financiară*, Ed. Risoprint, Cluj Napoca

7. *** Ghid de aplicare a reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate aprobate prin OMFP nr.1802/2014, Editura CECCAR, București, 2015
8. *** Ordinul Ministerului Finanțelor Publice nr. 1802/2014
9. *** Legea nr. 82/1991 – Legea contabilității, modificată și completată prin OUG nr. 37/2011; Legea nr. 187/2012; OUG nr. 79/2014; Legea nr. 121/2015
- 10.*** Legea 571/2003 privind Codul fiscal cu modificările și completările ulterioare

XII. CONTABILITATE DE GESTIUNE

Tematica disciplinei:

1. Fundamentele teoretice ale contabilității de gestiune
2. Costul – obiect de studiu al contabilității de gestiune
3. Procedee generale utilizate în calculația costurilor
4. Bugetarea gestiunii activității
5. Metode generale utilizate în calculația costurilor

Bibliografie:

1. Budugan D., Gergescu I., Berheci I., Bețianu L. (2007), *Contabilitate de gestiune*, Editura CECCAR, București
2. Borlea S., Breban L. (2009), *Contabilitate de gestiune*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca
3. David D. (2012), *Contabilitate de gestiune*, Casa Cărții de Știință, Cluj Napoca
4. Sabou F. (2005), *Costurile. Evidențierea lor în contabilitatea de gestiune*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
5. Sabou F. (2007), *Contabilitate managerială*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
6. OMFP nr. 1826/2003 pentru aprobarea precizărilor privind unele măsuri referitoare la organizarea și conducerea contabilității de gestiune, publicat în M.O. nr. 231/2004
7. Legea nr. 82/1991 – Legea contabilității, modificată și completată prin OUG nr. 37/2011; Legea nr. 187/2012; OUG nr. 79/ 2014; Legea nr. 121/ 2015
8. OMFP nr. 214/2003 pentru aprobarea Normelor Metodologice privind întocmirea Bugetului de Venituri și Cheltuieli de către agenții economici, publicat în M.O. nr.100/2013
9. Colecția revistei *Tribuna Economică*, 2011-2016
10. Colecția *Revistei generale de contabilitate și expertiză*, 2011-2016

XIII. FINANȚE PUBLICE

Tematica disciplinei:

1. Conținutul, noțiunea și funcțiile finanțelor publice.
2. Finanțele publice clasice și private.
3. Federalismul bugetar și fiscal.
4. Politica financiară.
5. Bugetul public și bugetul de stat.
6. Cheltuieli publice tradiționale și moderne.
7. Indicatorii de apreciere a evoluției și structurii cheltuielilor publice.
8. Fiscalitatea directă.
9. Fiscalitatea indirectă.
10. Deficitul bugetar.
11. Datoria publică.
12. Trezoreria publică.

Bibliografie:

1. Donath L. (2007), *Finanțe publice*, Editura Mirton, Timișoara
2. Borlea S. (2016), *Finanțe publice. Suport de curs*, FSEII – UVVG
3. Dumiter F. (2016), *Finanțe publice. Suport de curs*, FSEII – UVVG
4. Radu C. (2016), *Finanțe publice. Suport de curs*, FSEII – UVVG
5. Mutașcu M. (2008), *Finanțe publice – Ediția a II –a*, Editura Mirton, Timișoara
6. Văcărel I., Georgescu F. (2007), *Finanțe publice – ediția a VI- a*, E.D.P, București
7. Moșteanu T. (2008), *Finanțe publice – note de curs și aplicații pentru seminar*, Editura Universitară, București
8. Matei, G., Drăcea, M. (2008), *Finanțe publice – teorie, grile și aplicații*, Editura Sitech, Craiova
9. Preda L. (2009), *Finanțe publice*, Editura Bibliotheca, București

XIV. MONEDĂ ȘI CREDIT

Tematica disciplinei:

1. Obiectul și caracteristicile economiei monetare
2. Formele monedei
3. Sistemele monetare
4. Politica monetară
5. Mecanismul de transmitere a politicii monetare
6. Banca centrală: independență, transparență, responsabilitate, credibilitate
7. Piața valutară
8. Uniunile Monetare
9. Instituțiile monetare și financiare internaționale
10. Modalități și instrumente de plată internaționale

Bibliografie:

1. Cerna S. (2014), *Politica monetară*, Editura Academiei Române
2. Cerna S. (2014), *Moneda și finanțele internaționale*, Editura Universității de Vest din Timișoara
3. Cerna S. (2009), *Economie monetară*, Editura Universității de Vest din Timișoara
4. Croitoru L (2012), *Politica monetară: Ipostaze neconvenționale*, Editura Curtea Veche
5. Dumiter F. (2011), *Independența băncii centrale*, Editura Mirton, Timișoara
6. Dumiter F. (2011), *Țintirea directă a inflației*, Editura Mirton, Timișoara
7. Mishkin F. (2007), *Monetary policy strategy*, MIT Press, 2007
8. Laurens B., Arnoane M., Segalotto J.F. (2009), *Central bank independence, accountability and transparency - a global perspective*, International Monetary Fund
9. Siklos P., Bohl M., Wohar M. (2010), *Challenges in central banking – the current institutional environment and forces affecting monetary policy*, Cambridge University Press
10. de Soto J.H. (2010), *Moneda, creditul bancar și ciclurile economice*, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza din Iași și Institutul Ludwig Von Mises România

XV. ANALIZĂ ECONOMICO-FINANCIARĂ

Tematica disciplinei:

1. Bazele teoretice ale analizei economico-financiare
2. Procesul metodologic al analizei economico-financiare
3. Analiza resurselor tehnico-materiale
4. Analiza resurselor umane
5. Analiza activității de producție
6. Analiza cifrei de afaceri
7. Analiza valorii adăugate
8. Analiza costului de producție
9. Analiza situației financiare pe baza bilanțului
10. Analiza financiară pe baza indicatorilor financiari
11. Analiza financiară pe baza contului de rezultat
12. Analiza echilibrului financiar
13. Analiza performanței financiare
14. Analiza rentabilității
15. Analiza și gestionarea riscului întreprinderii

Bibliografie:

1. Achim M.V., Borlea N. S. (2012), *Analiza financiară a entității economice*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
2. Achim M.V., Borlea N. S. (2012), *Analiza financiară actualizată cu prevederile IFRS*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
3. Borlea N.S. (2009), *Analiza economico-financiară și auditul financiar al instituțiilor financiar-bancare din România*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
4. Buglea A. (2011), *Analiza economico-financiară*, Editura Mirton Timișoara
5. Cuzman I., Buda D., Păiușan L. (2007), *Analiza financiară a întreprinderilor industriale. Studii de caz*, Editura "Vasile Goldiș" University Press, Arad
6. Cuzman I. (2006), *Analiza performanțelor economice – instrument al managementului în întreprinderile industriale*, Editura "Vasile Goldiș" University Press, Arad
7. Cuzman I. (2004), *Analiza financiară*, Editura "Vasile Goldiș" University Press, Arad,
8. Petcu M. (2009), *Analiza economico-financiară a întreprinderii*, Editura Economică, București

- Petrescu S. (2010), *Analiză și diagnostic financiar-contabil*, Editura CECCAR, București
- Tohătan A. (2010), *Analiza datelor din situațiile financiare ale întreprinderii*, Ed. Universității de Nord, Baia Mare
- Tohătan A. (2010), *Analiza economică globală a întreprinderii*, vol. II, Ed. Universității de Nord, Baia Mare

XVI. AUDIT FINANCIAR CONTABIL

Tematica disciplinei:

- Calitatea informației contabile
- Rolul auditului financiar în economia de piață
- Repere generale privind auditul financiar
- Succesiunea lucrărilor într-o misiune de audit.
- Formarea și prezentarea opiniilor
- Documentarea lucrărilor de audit financiar

Bibliografie:

- Costi B. (2009), *Auditul afacerilor*, Ed. Guttenberg Univers, Arad
- Costi B. (2016), *Standarde Internaționale de audit financiar, Suport de curs*, FSEII – UVVG Arad
- Consiliul pentru Standard Internaționale de Audit și Asigurare (2013), *Manual de reglementări Internaționale de control al calității, Audit, revizuire, Alte servicii de Asigurare și Servicii Conexe*, traducere CAFR, București
- Standards Committee Foundation și CECCAR România (2009), *International Accounting*, București

XVII. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

Tematica disciplinei:

- Introducere în managementul resurselor umane
- Analiza și descrierea posturilor
- Gestiunea previzională a resurselor umane
- Recrutarea și selecția resurselor umane
- Pregătirea profesională și dezvoltarea carierei angajaților
- Evaluarea performanțelor resurselor umane
- Motivația și satisfacția în muncă a resurselor umane
- Recompensarea și promovarea angajaților
- Protecția și securitatea muncii angajaților
- Relațiile dintre sindicate și management

Bibliografie:

- Armstrong M. (2003), *Managementul resurselor umane. Manual de practică*, Ed. Codecs, București
- Berlingher V. (2009), *Managementul resurselor umane*, ediția a III-a, Ed. „Vasile Goldiș” University Press, Arad
- Chișu V. (coord.) (2002), *Manualul specialistului în resurse umane*, Ed. IRECSO, București
- Florea N.V. (2013), *Auditul resurselor umane*, Ed. C.H. Beck, București
- Lefter V. (2008), *Managementul resurselor umane*, Ed. Economică, București
- Manolescu A. (2003), *Managementul resurselor umane*, ediția a IV-a, Ed. Economică, București
- Novac E., Abrudan D. (2008), *Managementul resurselor umane*, Ed. Eurobit, Timișoara
- Pânișoară G., Pânișoară I. (2005), *Managementul resurselor umane. Ghid practic*, ediția a II-a, Ed. Polirom, Iași
- Remeș E. (2016), *Managementul resurselor umane. Suport de curs*, FSEII – UVVG
- Stanciu Ș. (coord.) (2003), *Managementul resurselor umane*, Ed. Comunicare.ro, București
- Ursu D. (2005), *Managementul resurselor umane*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca
- Ursu D. (2016), *Managementul resurselor umane. Suport de curs*, FSEII – UVVG

XVIII. MANAGEMENT STRATEGIC

Tematica disciplinei:

- Strategiile – mijloc de realizare a performanțelor firmei
- Diagnosticarea strategică a firmei
- Elaborarea strategiilor
- Implementarea strategiilor

Bibliografie:

1. Băcanu B. (2007), *Tehnici de analiză în managementul strategic*, Ed. Polirom, Iași
2. Băcanu B. (2006), *Practici de management strategic. Metode și studii de caz*, Ed. Polirom, Iași
3. Deac V., Băgu C. (2000), *Strategia firmei*, Ed. Eficient, București
4. Istocescu A. (2003), *Strategia și managementul strategic al firmei*, Ed. ASE, București
5. Lynch R. (2002), *Strategia corporativă*, Ed. Arc, Chișinău, Moldova
6. Petrișor I. (2001), *Managementul strategic al organizațiilor. Politica generală a firmei*, Ed. Marineasa, Timișoara
7. Remeș E. (2011), *Managementul strategic al firmei*, Ed. Guttenberg Univers, Arad
8. Ursu D. (2016), *Management strategic. Suport de curs*, FSEII - UVVG

XIX. MANAGEMENT COMERCIAL

Tematica disciplinei:

1. Managementul serviciilor comerciale
2. Organizarea comerțului
3. Funcțiile comerțului
4. Fapte de comerț și comercianți
5. Distribuția mărfurilor și funcțiile distribuției
6. Forme de organizare a comerțului
7. Importanța și conținutul funcțiunii comerciale
8. Organizarea magazinelor

Bibliografie:

1. Balaure V. (coord.) (2000), *Marketing*, Editura Uranus, București
2. Bășanu G., Pricop M. (2004), *Managementul aprovizionării și desfacerii*, Editura ASE, București
3. Nicolescu O., Pricop M. (2012), *Minidicționar de management. Managementul comercial*, Editura Prouniversitaria, București
4. Patriche D. (coord.), (2007), *Tratat de Management Comercial*, Editura Universitară, București
5. Remeș C. (2016), *Management comercial. Suport de curs*, FSEII, UVVG Arad
6. Teodoru M. (2016), *Management comercial. Suport de curs*, FSEII, UVVG Arad
7. Tohătan A., (2010), *Managementul și economia comerțului*, Editura Universității de Nord, Baia Mare
8. Toma S.G. (2006), *Management comercial. Teste și aplicații*, Editura ASE, Colecția Mercur, București
9. Ursu D. (2016), *Management comercial. Suport de curs*, FSEII, UVVG Arad

XX. MANAGEMENTUL CALITĂȚII ȘI STUDIUL MĂRFURILOR

Tematica disciplinelor:**Managementul calității**

1. Introducere – definiții, calitate totală, Sistemul de Management al calității
2. Standardele internaționale din familia ISO 9000
3. Managementul total al calității în servicii
4. Costurile calității
5. Auditul calității
6. Certificarea calității

Studiul mărfurilor

1. Calitatea – definiții, ipoteze, caracteristici, factori, calitatea produselor, calitatea serviciilor, protejarea calității mărfurilor prin ambalare
2. Standardizarea: Definiție, tipuri de standarde: europene, naționale, internaționale
3. Securitatea alimentară, HACCP, reguli de păstrare a calității alimentelor
4. Mărfurile nealimentare – calimetrie – Indicatorul complex al calității, importanța lui în ierarhizarea mărfurilor nealimentare de lungă folosință

Bibliografie:

1. Ardelean D. ș.a. (2008), *Introducere în merceologie și problematica calității*, Editura Daya, Satu Mare
2. Ardelean D. ș.a. (2007), *Managementul calității. Asigurarea calității prin certificare și standarde*, Editura Daya, Satu Mare
3. Ardelean D. ș.a. (2006), *Bazele merceologiei și teoria calității*, Editura Daya, Satu Mare
4. Ardelean D. ș.a. (2004), *Merceologie. Note de curs*, Editura Daya, Satu Mare
5. Ardelean D. (2000), *Merceologie*, Editura „Vasile Goldiș” University Press, Arad

6. Diaconescu I., Ardelean D., Diaconescu M. (2007), *Merceologie alimentară. Calitate și siguranță*, Editura Universitară, București
7. Ardelean D. și colab. (2016), *Studiul mărfurilor. Suport de curs*, FSEII – UVVG
8. Ardelean D. și colab. (2016), *Managementul calității. Suport de curs*, FSEII – UVVG

XXI. MANAGEMENTUL LOGISTICII

Tematica disciplinei:

1. Locul logisticii în cadrul firmelor
2. Conceptul de management al lanțului logistic
3. Aprovizionarea
4. Transportul mărfurilor
5. Stocurile de mărfuri
6. Depozitarea mărfurilor
7. Distribuția mărfurilor
8. Servirea clienților
9. Tendințe contemporane în domeniul logisticii
10. Logistica în contextul globalizării

Bibliografie:

1. Bălan C. (2006), *Logistica*, Editura Uranus, București
2. Băsanu G., Pricop M. (2004), *Managementul aprovizionării și desfacerii*, Editura Economică, București
3. Gattorna J. L. (coord.) (2001), *Managementul logisticii și distribuției*, ediția a 4-a, Editura Teora, București
4. Iliș L., Crișan E. (2008), *Managementul logisticii*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
5. Raicu S. (2007), *Sisteme de transport*, Editura AGIR, București
6. Remeș C. (2016), *Managementul logisticii. Suport de curs*, FSEII – UVVG
7. Șteț M. (2016), *Managementul logisticii. Suport de curs*, FSEII – UVVG
8. Ursu D. (2016), *Managementul logisticii. Suport de curs*, FSEII – UVVG

XXII. COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL

Tematica disciplinei:

1. Context și interacțiuni
2. Personalitate
3. Valori și atitudini
4. Percepția
5. Învățarea
6. Motivație
7. Dinamica grupurilor și munca în echipă
8. Decizie și proces decizional
9. Leadership
10. Puterea în organizații

Bibliografie:

1. Maior C. (2009), *Management și cultură instituțională*, Editura „Vasile Goldiș” University Press, Arad
2. Mateescu V. (2009), *Cultura organizațională. Aspecte teoretice și metodologice*, Editura EFES - Fundația pentru Studii Europene, Cluj-Napoca
3. Nicolescu O., Nicolescu C. (2008), *Intreprenoriatul și managementul IMM: concepte, abordări, studii de caz*, Editura Economică, București
4. Stanciu Ș., Ionescu M. (2005), *Cultură și comportament organizațional*, Editura Comunicare.ro, București
5. Șoim H. (2008), *Elemente ale teoriei economice. Cultura, instituții și performanța economiei*, Editura „Vasile Goldiș” University Press, Arad
6. Șoim H. (2016), *Comportament organizațional, Suport de curs*, FSEII - UVVG
7. Zlate M. (2004), *Leadership și management*, Editura Polirom, Iași

XXIII. ECONOMIA COMERȚULUI

Tematica disciplinei:

1. Distribuția mărfurilor
2. Activitatea de comerț
3. Organizarea comerțului
4. Tipologia comerțului – principalele forme de comerț
5. Comerțul cu ridicata
6. Comerțul cu amănuntul
7. Serviciile comerciale
8. Resursele economice ale comerțului
9. Sisteme de organizare și eficientizarea comerțului
10. Relațiile comerțului cu producătorii și consumatori
11. Eficiența economică și socială a comerțului și serviciilor
12. Legislația comercială – instituțiile și organizațiile implicate în organizarea și funcționarea comerțului

Bibliografie:

1. Anghel L. (2013), *Economia pe înțelesul tuturor*, Editura Tritonic, București
2. Basanu G., Pricop M. (2012), *Managementul aprovizionării și desfacerii – vânzării*, Ediția a IV-a, Editura Economică, București
3. Bran F., Manea G., Ioan I., Rădulescu C.V. (2015), *Economia în clepsidra entropică*, Editura Economică, București
4. Carnegie D. ș.a. (2014), *Tehnici de a vinde*, Ediția a III-a, Ed. Curtea Veche, București
5. Costea, C. (2004), *Firma de comerț în economia de piață*, Editura Uranus, București
6. David, G. (2010), *Bazele comerțului. Suport de curs*, FSEII - UVVG
7. David, G. (2011), *Economia comerțului. Suport de curs*, FSEII - UVVG
8. Dumitraș, C., Roșu A. (2010), *Bazele comerțului*, Editura Risoprint, Cluj Napoca
9. Funar. M. (2013), *Comerțul internațional cu servicii*, Editura C.H. Beck, București
10. Hopkins T. (2014), *Cartea despre vânzări*, Editura Business Tech, București
11. Popescu M., Ionașcu V. (2006), *Bazele comerțului*, Editura Oscar Print, București
12. Rusu G. (2013), *Vânzarea produselor românești în jurul lumii. Volumul II - alte state ale lumii*, Editura Armonii Culturale, București
13. Tănase D., Tănase A. (2013), *Tipuri de piețe și modalități de formare a prețului*, Editura Economică, București

XXIV. MANAGEMENTUL ȘI ECONOMIA TURISMULUI

Tematica disciplinei:

1. Noțiuni introductive
2. Locul și rolul turismului în economia națională
3. Piața turistică
4. Serviciile turistice
5. Prețuri și tarife ale serviciilor turistice
6. Turismul și mediul
7. Managementul turistic
8. Turismul în România

Bibliografie:

1. Arion F., Mureșan I. (2014), *Management în turism*, Ed. AcademicPres, Cluj Napoca
2. Câmpeanu-Sonea E. (2006), *Managementul firmei prestatoare de servicii în turism*, Ed. Risoprint, Cluj Napoca
3. Dumescu F. (2015), *Managementul și economia turismului. Suport de curs*, FSEII – UVVG
4. Haiduc C. (2016), *Managementul și economia turismului. Suport de curs*, FSEII – UVVG
5. Neagu G. (2008), *Management turistic*, Ed. „Dimitrie Cantemir”, Târgu Mureș
6. Nistoreanu, P. (2005), *Management în turism și servicii*, Ed. ASE, București
7. Snak O. (coord.) (2009), *Economia turismului*, Ed. Prouniversitaria, București
8. Snak O. (coord.) (2010), *Mic tratat de economia turismului*, Ed. Performantica, Iași
9. Stănescu D. (2006), *Strategii de dezvoltare în turism*, Ed. Premier, Ploiești
10. Turcu D., Weisz J. (2010), *Economia turismului*, Ed. Eurostampa, Timișoara

XXV. ECONOMIA SERVICIILOR

Tematica disciplinei:

1. Conținutul serviciilor
2. Aspecte ale gândirii economice și evoluția serviciilor
3. Caracteristicile și tipologia serviciilor
4. Piața serviciilor
5. Oferta și tarifele serviciilor
6. Cererea serviciilor
7. Locul serviciilor în economie
8. Resursele serviciilor
9. Servicii pentru întreprinderi
10. Servicii pentru populație
11. Servicii internaționale
12. Eficiența economică și socială a serviciilor

Bibliografie:

1. David G. (2011), *Economia serviciilor. Suport de curs*, FSEII – UVVG
2. Duma D. (2013), *Economia serviciilor. Suport de curs*, FSEII – UVVG
3. Funar. M. (2013), *Comerțul internațional cu servicii*, Editura C.H. Beck, București
4. Ionciță, M., Minciu, R., Stănciulescu, G. (2005), *Economia serviciilor*, Editura Uranus,
5. Ionciță M. (2006), *Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice*, Editura Uranus, București
6. Maniu, C., Zaharia, M., Stan, R. (2013), *Economia serviciilor și globalizarea*, Editura Universitară, București
7. Maniu, C. (2010), *Economia serviciilor în economia contemporană*, Editura Universitară, București
8. Parfene, M. (2008), *Economia serviciilor – Teoria și practica dezvoltării strategice*, Editura Universitară, București
9. Tănase D., Tănase A. (2013), *Tipuri de piețe și modalități de formare a prețului*, Editura Economică, București
10. Ionașcu V., Pavel C. (2009), *Economia serviciilor*. Ediția a II-a adăugită și revizuită, Editura Pro Universitaria, București
11. Zaharia M. (2005), *Economia serviciilor*, Editura Universitară, București