

PROGRAMA ANALITICĂ

Denumirea disciplinei : PRACTICĂ DE SPECIALITATE

Anul de studii : II ZI+FR

Anul universitar 2015-2016

Obiectivul disciplinei: Elaborarea unui proiect având ca obiect de studiu, una dintre cele șapte teme cuprinse în programă

Conținutul programei:

Tema 1 : Studiarea pieței internaționale de către firmele cu activitate în comerț exterior

Cuprins :

- a. Sursele de informații
- b. Metodele de culegere a informațiilor
- c. Stocarea și prelucrarea datelor. Importanța informaticii în cunoașterea piețelor externe
- d. Valorificarea informațiilor de piață în fundamentarea și adaptarea deciziilor de comerț exterior
- e. Analiza și previziunea conjuncturii pieței internaționale
- f. Indicatorii conjuncturii - modele de analiză și previziune
- g. Elaborarea unui studiu de piață pentru un produs sau un grup de produse

Tema 2 : Activitatea promoțională a firmelor de comerț exterior

Cuprins :

- a. Publicitatea comercială: medii, suporturi și mesaje comerciale
- b. Activitate de "public relations" a firmelor de comerț exterior
- c. Pregătirea și derularea unei participări la un târg internațional: etape, costuri, efecte.
- d. Elaborarea unui program de promovare a exporturilor:
 - analiza situației comerciale
 - stabilirea obiectivului promoțional
 - elaborarea mix-ului promoțional
 - stabilirea planului de acțiune: programarea activităților pe elementele mix-ului promoțional
 - efectuarea campaniei promoționale
 - evaluarea efectelor programului promoțional

Tema 3: Contactarea partenerilor de afaceri, negociere și încheierea unor contracte de import-export

Cuprins :

- a. Forme pe care le cunoaște contractarea partenerilor de afaceri
- b. Etapele procesului de negociere a tranzacțiilor de comerț exterior
- c. Particularități ale procesului contractual
- d. Modalități de plată
- e. Instrumente de plată

Tema 4 : Fundamentarea, decontarea și derularea unei tranzacții de comerț exterior

Cuprins :

- a. Livrarea mărfurilor
- b. Condiții și modalități de livrare
- c. Documente și formalități specifice tranzacțiilor de import - export
- d. Operațiuni post – contractuale

Tema 5 : Analiza economico-financiară a unei firme

Cuprins :

- a. Definirea indicatorilor pe baza carora se face analiza economica-financiara a firmei
- b. Sursele de informații (bilanț,cont de profit și pierderi,anexe)
- c. Analiza echilibrului firmei pe baza bilanțului contabil
- d. Analiza performanțelor societății pe baza contului de profit și pierderi
- e. Concluzii și propuneri

Tema 6 : Întocmirea unui plan de afaceri în vederea obținerii unui fond rambursabil sau nerambursabil de către o societate comercială

Cuprins :

- a. Colectarea de informații în vederea definirii obiectului de activitate al planului
- b. Stabilirea schemei Planului de afaceri
- c. Determinarea tipului de Plan de afaceri
- d. Conținutul Planului de afaceri (sumarul executiv, compania și strategia de management, piața, produsul sau serviciul, modul în care evoluează firma, vânzarea, promovarea, informația financiară, cererea de finanțare, rapoartele financiare etc.)
- e. Concluzii

Tema 7 : Managementul relațiilor cu clienții în instituțiile financiare

Cuprins :

- a. Produse și servicii oferite pentru persoane fizice/juridice
 - carduri (debit/credit)
 - produse de bancă la distanță
 - produse de economisire (conturi de economii, depozite la termen, fonduri de investiții)
 - credite (de consum, cu sau fără ipotecă, imobiliare-ipotecare, destinate tinerilor)
 - pachete de produse
- b. Modalități de atragere și fidelizare a clienților
 - primire clienți (atitudine politicoasă prin stabilirea contactului vizual, salut și zâmbet etc.)
 - modul de interacțiune cu clientul (ascultare activă, identificarea nevoilor clientului, atitudine proactivă etc.)
 - orientare spre client (oferire suport în utilizarea bancomatului, a automatului pentru plăți facturi etc.)
- c. Promovarea produselor și serviciilor financiare
 - promovarea produselor optime pentru nevoile clientului
 - sampling în zonele cu trafic
 - contactare telefonică, etc.

NOTĂ: **Studentii de la cursurile de ZI efectuează practica în perioada 16.05.-04.06.2016.**

Studentii de la cursurile de FR efectuează practica în perioada 04.07.-22.07.2016.

În cadrul practicii efectuate la firma de profil considerată, studentul alege o temă din cele șapte cuprinse în programă pentru care întocmește un proiect sub formă de studiu de caz.

PRECIZĂRI SUPLIMENTARE

1. Studentii vor completa **Convenția de practică** (două exemplare), document care se va completa cu datele societății comerciale unde se desfășoară practica și după semnarea de către Directorul societății comerciale respective, va fi adusă la Secretariatul facultății pentru semnare de către conducerea facultății. Un exemplar semnat din Convenția de practică va fi transmisă societății comerciale unde s-a desfășurat practica.
2. La finalizarea activității de practică, studentii vor solicita de la societatea comercială o **adeverință** din care să rezulte efectuarea stagiului de practică și calificativul obținut.
3. **Convenția de practică, adeverința obținută și proiectul întocmit vor fi prezentate la susținerea colocviului de practică în sesiunea de vară pentru studenții de la cursurile de ZI, respectiv de toamnă(01 - 14 septembrie2016) pentru studenții de la FR, conform planificării stabilite de facultate.**

Cadrul didactic îndrumător de practică :

Grupa 141 ZI : Conf univ.dr. Funaru Mihaela

Grupa 142+143 FR : Conf univ.dr. Funaru Mihaela