

TEMATICA

pentru examenul de diplomă

specializarea „Inginerie și management în alimentație publică și agroturism”
(Zi și IFR) la disciplinele „Agroturism”, „Alimentație publică”,
„Economie agrară” și „Economie agroturistică”

1. Agroturism - definiție, particularități și forme
2. Evidențierea beneficiilor specifice agroturismului
3. Potențialul turistic al localităților rurale funcție de resursele specifice pe care le dețin
4. Principalele resurse și produse locale ce pot și ar trebui valorificate prin agroturism
5. Agroturismul - afacere generatoare de venit în mediul rural
6. Gospodăria agroturistică - structură și activități specifice
7. Particularități specifice celor trei elemente componente ale produsului agroturistic: cazare, alimentație și agrement
8. Acțiuni și măsuri de stimulare a turismului în mediul rural întreprinse la nivel european
9. Producția agricolă – consumator de resurse și factori de producție
10. Pământul – factor de producție
11. Forța de muncă – factor de producție
12. Capitalul – factor de producție
13. Cererea de produse agroalimentare. Factori ai cererii
14. Caracteristicile consumului de produse agroalimentare
15. Oferta de produse agroalimentare
16. Conținutul și caracteristicile pieței turistice
17. Particularitățile cererii turistice
18. Sezonalitatea activității turistice
19. Conținutul și caracteristicile ofertei turistice
20. Particularitățile ofertei turistice
21. Funcțiile alimentației publice
22. Alimentația pentru colectivități și alimentația comercială
23. Cerințele fiziologice ale unui consum alimentar normal
24. Unitățile de alimentație publică categorii profil
25. Spațiile productive – bucătăria
26. Spațiile pentru servirea consumatorilor
27. Aranjarea spațiilor de servire
28. Alcătuirea meniurilor și a listelor meniu
29. Servirea consumatorilor
30. Stabilirea prețurilor meniurilor oferite în unitățile de alimentație publică

Bibliografie

1. **Adamov Tabita** - *Economia turismului și agroturismului*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2020
2. **Adamov Tabita, Iancu T.** - *Economia spațiului rural*, Editura Agroprint, Timișoara, 2019
3. **Csoz I. și colab.** – *Agroturism și turism rural*, Editura Universității Aurel Vlaicu, Arad, 2012
4. **Csoz I.** - *Agroturism și turism rural*, Editura Mirton, Timișoara, 2007
5. **Iancu T.**- *Economie agrară*, Editura Agroprint Timișoara, 2007
6. **Iancu T., Tabita Hurmuzache** – *Economie agrară*, Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2013
7. **Iancu T.** - *Economie agroturistică*, Editura Eurostampa, Timișoara, 2014
8. **Petroman Cornelia, Popescu Gabriela, Petroman I., Caba I.** - *Alimentație publică*, Editura Eurostampa Timișoara, 2006

TEMATICA

pentru examenul de diplomă

**specializarea „Inginerie și management în alimentație publică și agroturism”
(Zi și IFR) la disciplinele „Managementul fermelor agroturistice”,
„Managementul resurselor umane” și „Ingineria și managementul proiectelor”**

1. Conceptul de structură organizatorică - procesele de management
2. Conceptul de structură organizatorică - relațiile de management
3. Tipuri de structuri de conducere
4. Funcțiile managementului - funcția de previziune, funcția de coordonare
5. Funcțiile managementului - funcția de organizare, funcția de analiză și control, funcția de antrenare
6. Etapele de adoptare a deciziilor
7. Elementele procesului decizional
8. Tipologia deciziilor
9. Utilizarea metodelor în procesul decizional
10. Tehnici și reguli de decizie
11. Metode specifice de management – Brainstormingul și Tehnica Philips 66
12. Metode specifice de management – Reuniunea Panel și Sinectica (Metoda lui Gordon)
13. Clasificarea stilurilor manageriale
14. Managerul – trăsături și responsabilități
15. Unitatea agroturistică – concepte definiții
16. Tipologia unităților agroturistice
17. Funcțiile unităților agroturistice – funcția de cercetare-dezvoltare, funcția de personal
18. Funcțiile unităților agroturistice – funcția de producție, funcția comercială și funcția financiar-contabilă
19. Caracteristicile planificării
20. Funcțiile planificării
21. Metode folosite în analiza posturilor
22. Metode de recrutare a resurselor umane
23. Modalități de creștere a satisfacției în muncă
24. Formele de stimulare a pregătirii profesionale
24. Cariera și dezvoltarea ei de-a lungul vieții
26. Proiectul – definire, rol
27. Clasificarea proiectelor
28. Caracteristicile proiectelor
29. Managementul proiectelor – definire, funcții
30. Managerul de proiect – definire, roluri

BIBLIOGRAFIE

1. **Ioan Brad**, *Managementul producției*, Ed., Timișoara, 2015
2. **Ioan Brad**, *Managementul fermelor agroturistice*, Curs pentru studenții IFR (ID). Partea întâi, Ed. Eurostampa, Timișoara, 2015
3. **Ioan Brad**, *Managementul fermelor agroturistice*, Curs pentru studenții IFR (ID). Partea a II-a , Ed. Eurostampa, Timișoara, 2015
4. **Ioan Brad**, *Managementul și marketing*, Ed. Agroprint, Timișoara, 2007
5. **Remus Gherman**, *Managementul resurselor umane*, Ed. Mirton, Timișoara, 2011
6. **Remus Gherman**, *Managementul resurselor umane – curs pentru studenții ID*, Ed. Agroprint, Timișoara, 2013
7. **Manolescu A.**, *Managementul resurselor umane*, Ediția a IV- a, Ed. Economică, București, 2004.
8. **Adriana Grigorescu**, *Managementul proiectelor*, Ed. Uranus, București, 2007
9. **Cibela Neagu**, *Managementul proiectelor*, Ed. Tritonic, București, 2007
10. **Cosmina-Simona Toader**, *Managementul proiectelor*, Ed. Universității Lucian Blaga din Sibiu, 2013
11. **Cosmina-Simona Toader**, *Managementul proiectelor – suport de curs*

TEMATICA
pentru examenul de diplomă
specializarea „Inginerie și management în alimentație publică și agroturism”
(Zi și IFR) la disciplina „Marketing”

1. Funcțiile marketingului
2. Locul marketingului în familia științelor economice
3. Universalitatea marketingului
4. Structura mediului extern al firmei de alimentație publică și agroturism
5. Micromediul firmei de alimentație publică și agroturism
6. Macromediul firmei de alimentație publică și agroturism
7. Relațiile firmei de alimentație publică și agroturism cu mediul extern
8. Conținutul și sfera pieței turistice
9. Dimensiunile pieței turistice
10. Dinamica pieței turistice
11. Locul strategiei de piață în activitatea de marketing
12. Tipologia strategiilor de piață
13. Mixul de marketing
14. Conținutul politicii de produs. Conceptul de produs
15. Ciclul de viață al produsului
16. Gama și linia de produse
17. Marca produselor
18. Strategii de marcă
19. Ambalajul produsului
20. Dezvoltarea produselor noi.
21. Poziționarea produselor pe piață
22. Prețul în activitatea de marketing
23. Metode de stabilire a prețului
24. Strategii de preț
25. Conținutul, rolul și funcțiile distribuției
26. Canalele de distribuție. Distribuția fizică (logistică)
27. Strategia distribuției
28. Conceptul, scopul și obiectivele promovării.
29. Publicitatea.
30. Promovarea vânzărilor. Relațiile publice

Bibliografie

1. **Balaure V. și colab.** - *Marketing*, Ed. Uranus, București, 2002
2. **Constantin M., Chiran A., Funar Sabina, Pet Elena** – *Marketingul producției agroalimentare*, Ed. AgroTehnica, București, 2009
3. **Diaconescu M.**- *Marketing Agroalimentar*, Ed. Universitară, București, 2005
4. **Kotler Ph.** - *Managementul marketingului*, Ed. Teora, București, 2004
5. **Kotler&Armstrong** - *Principiile marketingului*, Editura Teora, 2005
6. **Pet Elena** - *Marketing Agrar*, Ed. Marineasa, Timișoara, 2004
7. **Pet Elena** – *Marketing în alimentație publică și agroturism*, Suport de curs, Timișoara, 2021
8. **Peț Elena** – *Marketing* – Ed. Eurobit, Timișoara, 2015