

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2021-2022
Anul de studiu 3 / Semestrul 1

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918”
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	de Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii	Marketing

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Simulari de marketing in afaceri			2.2. Cod disciplină	MK 315		
2.3. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Pastiu Carmen Adina						
2.4. Titularul activității de seminar	Asist. univ. dr. Puțan Alina						
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	58
3.9 Total ore pe semestru	100
3.10 Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala dotata cu videoproiector/tabla.
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	pentru susținerea seminarului: materiale informative - echipamente tehnice: laptop, videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<i>1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională</i>
-------------------------	---

	<p><i>C1.1. Descrierea paradigmelor, conceptelor și teoriilor economice privind influența mediului extern asupra întreprinderii/ organizației</i></p> <p><i>C2.1. Identificarea conceptelor și teoriilor economice asociate întreprinderii/organizației</i></p> <p><i>C3.1. Identificarea implicațiilor economice asociate funcționării și administrării unei subdiviziuni a întreprinderii/ organizației</i></p> <p><i>C4.1. Identificarea și descrierea conceptelor de planificare, organizare, coordonare și control al activității resurselor umane</i></p> <p><i>C5.1. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de administrare a bazelor de date specifice administrării afacerilor</i></p> <p>2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului</p> <p><i>C1.2. Explicarea și interpretarea relației de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/ organizației</i></p> <p><i>C2.2. Explicarea și interpretarea relațiilor dintre entitățile întreprinderii/ organizației</i></p> <p><i>C3.2. Explicarea și interpretarea implicațiilor economice și sociale asociate funcționării și administrării unei subdiviziuni a întreprinderii/ organizației</i></p> <p><i>C4.2. Explicarea și interpretarea conceptelor de planificare, organizare, coordonare și control al activității resurselor umane din domeniul administrării afacerilor</i></p> <p><i>C5.2. Explicarea și interpretarea cantitativă și calitativă a informațiilor extrase din baze de date</i></p> <p>3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată</p> <p><i>C1.3. Aplicarea instrumentarului adecvat pentru analiza relației de influență exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/organizației</i></p> <p><i>C2.3. Aplicarea instrumentarului adecvat pentru rezolvarea unei probleme vizând relațiile dintre subdiviziunile întreprinderii/organizației</i></p> <p><i>C3.3. Aplicarea instrumentarului specific pentru analiza funcționării unei subdiviziuni a întreprinderii/organizației</i></p> <p><i>C4.3. Rezolvarea de probleme/ situații specifice resurselor umane: recrutare, selecție, motivare, salarizare, orarul de muncă., formare.</i></p> <p><i>C5.3. Aplicarea instrumentarului adecvat de analiză a datelor specifice administrării afacerilor</i></p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</p> <p>Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<p><i>Obiectivul principal al cursului are în vedere familiarizarea studenților cu conceptele de creare a unei afaceri și luare deciziilor în diferite situații concrete.</i></p>
7.2 Obiectivele specifice	<p>Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale marketingului; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională de afaceri.</p> <p>Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc.</p> <p>Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice</p>

	<p>Cunosterea atributelor antreprenoriale</p> <p>Descoperirea increderii in fortele proprii pentru a desfasura o afacere</p> <p>Elaborarea unui plan de afaceri individual</p> <p>Descoperirea si insusirea factorilor sociali, politici si culturali potentatori ai antreprenoriatului</p>
--	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. AFACEREA. SUCCESUL IN AFACERI	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
2. ORGANIZAREA AFACERII. FUNCTIILE INTREPRINDERII.	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
3. TRANSFORMAREA OPORTUNITATII IN AFACERE	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
4. SIMULAREA PROCESULUI DE ACHIZITIE IN INTREPRINDERI	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
5. SIMULAREA AFACERII	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
6. PLANUL DE AFACERI	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
7. MANAGEMENTUL ACTIVITATII DE RESURSE UMANE	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
8. GESTIONAREA RELATIEI CU CLIENTII	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
9. MANAGEMENT DE PRODUS/ SERVICIU	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
10. ANTREPRENORIAT SOCIAL	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore

11. SOFTWARE DE SIMULARE	Prelegere, discutii, explicația,	8 ore
---------------------------------	---	--------------

8.2 Bibliografie

1. Dobre, I., Mustață, F., *Simularea proceselor economice*. Editura INFOREC, București, 1996
2. Dodescu, G., Odăgescu, I., Scheianu, S., Năstase, P., *Simularea sistemelor*. Editura Militară, București, 1986
3. Filip, F. G., *Decizie asistată de calculator: decizii, decidenți, metode și instrumente de bază*. Editura Tehnică și Editura Expert, 2002
4. Fishman, S. G., *Monte Carlo: concepts, algorithms, and applications*. Springer-Verlag New York Berlin Heidelberg, 1997
5. Luban, F., *Modelarea și simularea proceselor economice în transporturi*, Note de curs. Centrul Editorial ASE, București, 1997
6. Moeschin, O., Grycko, E., Pohl, C., Steinert, F., *Experimental Stochastic*, Springer-Verlag, 1998
7. Moore, J.H., Weatherford, L.R., *Decision Modeling with Microsoft Excel*. 6th ed. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River, NJ, 2001
9. Pastiu Carmen - *Simulari in afaceri* . Seria Didactica, 2017
10. Nicolescu, O., Plumb, I., Pricop, M., Vasilescu, I., Verboncu, I., (coordonatori), *Abordări moderne în managementul și economia organizației*. Editura Economică, București 2003
11. Nicolescu, O., Verboncu, I. - *Management*, Editura Economică, Bucuresti, 1995
12. Nicolescu, O - *Noutăți în managementul internațional*, Editura Tehnică, Bucuresti, 1999
13. Nicolescu, O., Verboncu, I. - *Management și eficiență*, Editura.

Seminar-laborator

1. De la idee la afacere	Dezbaterea, explicația,	2 ore
2. Procesul de achizitii in intreprindere. Achizitii –proces. Studii de caz	Aplicații, Studii de caz.	2 ore
3. Simularea managementului de personal	Dezbaterea, explicația,	2 ore
4. CRM –studiu de caz	Aplicații, Studii de caz.	2 ore
5. Gandire critica. Studii de caz	Dezbaterea, explicația,	2 ore
6. Managementul portofoliului de produse/ servicii	Aplicații, Studii de caz.	2 ore
7. Simularea acivitatilor de marketing	Dezbaterea, explicația,	2 ore

Bibliografie

1. Nicolescu, O., Plumb, I., Pricop, M., Vasilescu, I., Verboncu, I., (coordonatori), *Abordări moderne în managementul și economia organizației*. Editura Economică, București 2003
2. Nicolescu, O., Verboncu, I. - *Management*, Editura Economică, Bucuresti, 1995
3. Pastiu Carmen - *Simulari in afaceri* . Seria Didactica, 2017

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

Conținutul prezentei fișe este rezultatul consultării informațiilor legate de cerințele mediului de afaceri, cerințe despre care am luat la cunoștință din întâlnirile cu reprezentanții mediului de afaceri - care sunt membri în comisiile CEAC pentru programele de studiu ale Facultății de Științe Economice.

Conținuturile disciplinei sunt adaptate la cadrul legislativ actual și poate contribui la formarea de specialiști în domeniul afacerilor. Pentru studenții care continuă studiile la un program de master în domeniul

administrării afacerilor, disciplina poate constitui un punct de plecare pentru aprofundarea domeniului și elaborarea unor lucrări cu un nivel științific ridicat.

Caracterul pragmatic al disciplinei, rezultat din operaționalizarea principalelor activități specifice investițiilor private, este în acord cu cerințele comunității economico-financiare contemporane.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finală</i>	Examen scris	60%
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> - Corectitudinea și completitudinea întocmirii proiectului - Conținutul științific al proiectului - Implicarea în abordarea tematicii seminariilor 	Verificare pe parcurs <ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Realizarea unui proiect</i> 2. <i>Implicarea la activitățile de seminar</i> 	40% 35% 5%

10.6 Standard minim de performanță:

- să realizeze proiectul conform cerintelor
- să știe să utilizeze conceptele din domeniul serviciilor in situatii concrete
- să știe să definească serviciul, sa stabilească pretul ,
- să stabilească strategia de promovare si sa stabilească bugetul necesar

Prezentarea la examen a studenților este condiționată de:

1. prezența la seminar în proporție de minim 80%
2. prezența la curs în proporție de minim 70%

Studenții absenți la seminarii au posibilitatea recuperării seminariilor prin susținerea unor teme suplimentare stabilite de către profesor.

Studenții absenți la cursuri vor fi penalizați cu 1 punct din nota finală dacă nu au prezențe de minim 70%.

Demonstrarea competențelor în:

1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale marketingului serviciilor și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională de marketing
2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea de concepte, situații, procese, asociate domeniului marketingului serviciilor

Data completării
01.10.2021

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr. Pastiu Carmen

Semnătura titularului de seminar
Asist. univ dr. Puțan Alina

Data avizării în departament
01.10.2021

Semnătura director de departament
Lector. univ. dr. MAICAN SILVIA