



## FIȘA DISCIPLINEI\*

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Strategii concurențiale			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	O	I	I	8
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	-			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Silvia Mărginean			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Silvia Mărginean			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		64
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		50
Tutoriat:		2
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		158
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		200

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Computer/Laptop/Tabletă/Telefon cu conexiune la internet
---------------------------	--



De desfășurare a sem/lab/pr		Computer/Laptop/Tabletă/Telefon cu conexiune la internet
<b>6. Competențe specifice acumulate</b>		
Competențe profesionale	<p>Competențele profesionale specifice dobândite la disciplina Strategii concurențiale au în vedere cunoașterea, înțelegerea conceptelor de bază ale domeniului precum și utilizarea cunoștințelor pentru explicarea și interpretarea unor concepte, situații:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea problemelor care fac obiectul de studiu al disciplinei Strategii concurențiale;</li><li>• Definirea și descrierea principalelor concepte: concurență, strategie concurențială, piață relevantă, sector de activitate, etc.;</li><li>• Delimitarea principalelor tipuri de sectoare de activitate și identificarea strategiilor concurențiale specifice fiecăruia.</li><li>• Cunoașterea evoluțiilor recente înregistrate la nivel național, european și global în principalele sectoare de activitate.</li><li>• Cunoașterea principalelor contribuții teoretice în aria de studiu a disciplinei Strategii concurențiale.</li><li>• Interpretarea dinamicii sectoarelor de activitate din perspectiva impactului asupra strategiilor concurențiale.</li><li>• Explicarea strategiilor concurențiale adoptate de companii din perspectiva tipului de sector de activitate.</li><li>• Interpretarea informațiilor din rapoarte ale autorităților publice și ale firmelor.</li><li>• Analiza concurenței cu ajutorul modelului lui Porter.</li><li>• Determinarea ratei concentrării, a indicelui HHI și a altor indicatori ce măsoară gradul de concentrare.</li></ul>	
Competențe transversale	<p>Disciplina Strategii concurențiale promovează un comportament economic responsabil și eficient, bazat pe o componentă teoretică consistentă în domeniu, dublată de o conștientizare a implicațiilor de natură etică, contribuind la dobândirea următoarelor competențe transversale:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</li><li>• Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</li><li>• Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</li></ul>	
<b>7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)</b>		
Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea principalelor noțiuni cu care operează disciplina: strategie concurențială, sectorul de activitate, avantajul concurențial, alianțe strategice, modelul lui Porter, lanțul valorii, etc.</li></ul>	
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterizarea sectoarelor de activitate în raport cu gradul de concentrare, etapa din ciclul de viață al sectorului și gradul de globalizare și alegerea strategiilor concurențiale specifice fiecărui tip de sector;</li><li>• Dobândirea unui limbaj economic adecvat care să permită</li></ul>	



	<p>înțelegerea și folosirea conceptelor de bază asociate disciplinei, precum: tipurile de piețe, gradul de concentrare, modelul lui Porter, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interpretarea și explicarea unor situații reale cu ajutorul instrumentelor teoretice oferite de disciplina Strategii concurențiale.</li><li>• Dobândirea instrumentarului necesar pentru analiza și interpretarea unor situații specifice domeniului, prin tratarea unei palete largi de studii de caz.</li></ul>
--	--

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Strategia concurențială. Sectorul de activitate și piața relevantă.	4
Curs 2	Avantajul competitiv și strategiile generice	4
Curs 3	Analiza industriei. Modelul celor 5 forțe concurențiale	4
Curs 4	Sectoarele de activitate. Tipologie. Măsurarea gradului de concentrare	2
Curs 5	Ciclul de viață al sectoarelor de activitate. Tipologia sectoarelor în funcție de ciclul de viață și strategii specifice	2
Curs 6	Sectoarele de activitate globale. Strategii concurențiale globale	2
Curs 7	Lanțul Global al Valorii	4
Curs 8	Alianțe strategice	2
Curs 9	Strategii concurențiale, politica concurenței și practicile anticoncurențiale	4
<b>Total ore curs:</b>		
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Prezentare generală a disciplinei. Piața relevantă. Sectoare de activitate. Aplicații	2
Sem 2	Modelul lui Porter Articol The five competitive forces that shape strategy, Michael Porter, Harvard Business Review	2
Sem 3	Mediul concurențial românesc – evoluții în sectoarele esențiale 2011 pp.102-143 Măsurarea concentrării sectoriale. Aplicații coeficienți de concentrare. Determinarea gradului de concentrare. Aplicații. Apple's Future: Apple Watch, Apple TV, and/or Apple Car, HBS 9-716-401, Rev. Aug.2016	2
Sem 4	Studii de caz: Nintendo Switch: Shifting from Market-Competing to Market-Creating Strategy, Michael Olenick, INSEAD Blue Ocean Strategy Institute, IN1575, 2019 Netflix in India: The Way Ahead, W17100, Ivey Publishing, 2017	2
Sem 5	Legea concurenței. Concentrarea economică. Studii de caz: YouTube, Google, and the Rise of Internet Video, KEL403	2
Sem 6	Zara: Fast Fashion, HBS 9-703-497, Rev. Dec.2006 The taste of LIME: competitive dynamics and strategies in the telecommunications industry (2011) Facebook, Inc., MH0030, Rev. April 2015	2
Sem 7	Studii de caz: Coca-Cola India's Frozen Dessert Plan Heats up Competition, 2018	2



Starbucks Coffee Company: Transformation and Renewal, HBS 9-314-068, Rev. June 2014 Shopclues: turning logistics into a competitive advantage (2017) Amazon and Future Group: rethinking the alliance strategy, W16382, Ivey Publishing, 2016	
<b>Total ore seminar/laborator</b>	<b>14</b>

### Metode de predare

Predare online cu folosirea platformei Google Meet  Expunerea, dezbaterca, studii de caz, teme, lucrul în echipă  Utilizare Google Classroom pentru teme, postare materiale și comunicare cu studenții	Cod: vlk7q5b
--	--------------

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	***, Strategii concurențiale (2020), suport de curs în format electronic, disponibil pe Google Classroom
	Faulkner, David; Bowman, Cliff; Elemente de strategie concurențială, Editura Teora, 2000
	Guda, I., De ce eșuează companiile: 10 greșeli și 100 de soluții, Editura Publica, 2018
	Porter, Michael, Despre concurență, Editura Meteor Press, 2009
	Porter, Michael; Strategie concurențială, Editura Teora, 2001
	Porter, Michael; Avantajul concurențial, Editura Teora, 2001
Referințe bibliografice suplimentare	Analiza politicii și legii concurenței în România, OECD, 2014
	Amazon and Future Group: rethinking the alliance strategy, W16382, Ivey Publishing, 2016
	Apple's Future: Apple Watch, Apple TV, and/or Apple Car, HBS 9-716-401, Rev. Aug.2016
	Besanko, David; Dranove, David; Shanley, Mark; Schaefer, Scott; Economics of Strategy, Fifth Edition, John Wiley & Sons, 2010
	<b>Braun, Michael; Latham, Scott; Mastering Strategy. Workshops for Business Success, Praeger, 2014</b>
	Brenan, Luis; How Netflix Expanded to 190 Countries in 8 Years, Harvard Business Review, Oct. 2018
	Ciobanu, Ion; Ciulu, Ruxandra; <i>Strategiile competitive ale firmei</i> , Editura Polirom, 2005
	Coca-Cola India's Frozen Dessert Plan Heats up Competition, W18455, Ivey Publishing, 2018
	Facebook, Inc., MH0030, Rev. April 2015
	McDonald's Corporation, Frank T. Rothaermel, John Kim, MH0050, Rev. Sept 2017
	Netflix in India: The Way Ahead, W17100, Ivey Publishing, 2017
	Nintendo Switch: Shifting from Market-Competing to Market-Creating Strategy, Michael Olenick, INSEAD Blue Ocean Strategy Institute, IN1575, 2019
<b>Porter, Michael; The Five Competitive Forces That Shape Strategy, Harvard Business Review, 2008</b>	



Raport al investigației privind sectorul comerțului electronic, Consiliul Concurenței, Direcția Cercetare, Florin Opran, 2018
Raport privind investigația sectorială pe piața berii
Raportul Consiliului Concurenței : Evoluția concurenței în sectoarele cheie, 2019 - 2013
Shopclues: turning logistics into a competitive advantage (2017)
Social Strategy at Nike, 9-712-484, Rev. March 2014
Starbucks Coffee Company: Transformation and Renewal, HBS 9-314-068, Rev. June 2014
The Case Of Klm And Northwest Airlines
The taste of LIME: competitive dynamics and strategies in the telecommunications industry (2011)
Transatlantic Airline Alliances: Competitive Issues And Regulatory Approaches, A report by the European Commission and the United States Department of Transportation
Uber in Colorado – Seeking Regulatory Certainty, Paul R. Seaborn, Peter Scott, Will Miller, Case Research Journal, NA0417, 2017
<b>Walker, Gordon; Madsen, Tammy L.; Modern Competitive Strategy, McGraw Hill Education, Fourth Edition, 2016</b>
YouTube, Google, and the Rise of Internet Video, KEL403
Zara: Fast Fashion, HBS 9-703-497, Rev. Dec.2006

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

**10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor specifice	Evaluare finală Examen scris	30%	CEF CPE
	Parcurgerea bibliografiei și rezolvarea temelor	Teme de pregătit înainte/după curs, răspunsuri la întrebări, implicare în discuții și participare la curs	20%	CEF nCPE
Seminar/ Laborator	Aplicarea noțiunilor teoretice studiate, colaborare și muncă în echipă, abilități de comunicare	Realizare și prezentare proiect de echipă	30%	CEF CPE
	Parcurgerea bibliografiei (studii de caz, articole și rapoarte) și rezolvarea temelor	Teme de pregătit înainte/după seminar, răspunsuri la întrebări, implicare în discuții și participare la seminar	20%	CEF nCPE
Standard minim de performanță				



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

- Studentul cunoaște care sunt principalele concepte, le recunoaște și le aplică în mod adecvat;
- Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat;
- Dovedește cunoașterea bibliografiei obligatorii recomandate. Studentul cunoaște și folosește corect noțiunile și conceptele studiate.
- Pentru promovarea disciplinei studentul trebuie să acumuleze cel puțin 50% din punctajul total, iar participarea la examen și realizarea proiectului sunt ambele obligatorii

**(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.**

**(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;**

Data completării: ..... 29 09.2020 .....

Data avizării în Departament: ..... 05.10.2020 .....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Silvia Mărginean	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Silvia Mărginean	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## FIȘA DISCIPLINEI\*

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei – SPMMF

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	<b>Economie managerială</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
		I	I	8
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DF			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual	Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	60
Tutoriat:	4
Examinări:	4
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )	158
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>	<b>200</b>

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar	-nu este cazul
--------------------	----------------



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

a fi promovate anterior	
Competențe	
<b>5. Condiții (acolo unde este cazul)</b>	
De desfășurare a cursului	Nu este cazul
De desfășurare a sem/lab/pr	Nu este cazul
<b>6. Competențe specifice acumulate</b>	
Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>identifice și să aplice principiile de luare a deciziilor manageriale eficiente</li><li>distingă dintre deciziile de producție pe termen scurt termen și pe termen lung</li><li>Describe concepte ca cerere, ofertă , costurile , productivitate, natura industriei și diferite tipuri de concurență</li><li>Să explice rolul profitului în economia de piață</li><li>Să aplice cele cinci forțe pentru a analiza sustenabilitatea profiturilor unei industrii</li><li>Să aplice valoarea actualizată , analiza marginală , funcțiile costuri și venituri , pentru a identifica deciziile manageriale optime</li></ul>
Competențe transversale	<p>Disciplina Economie managerială promovează un comportament economic responsabil și eficient, bazat pe o componentă teoretică consistentă în domeniu, dublată de o conștientizare a implicațiilor de natură etică, contribuind la dobândirea următoarelor competențe transversale:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</li><li>Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</li><li>Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</li></ul>
<b>7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)</b>	
Obiectivul general al disciplinei	<p>Obiectivul principal al Economiei manageriale este de a oferi studenților o înțelegere de bază a teoriei economice și instrumente analitice care pot fi utilizate în problemele de luare a deciziilor:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>dezbateră, tratarea, utilizarea adecvată a principalelor noțiuni, concepte, tehnici, folosite la nivel microeconomic cu accentuarea aspectelor pragmatice și aplicative;</li><li>dezvoltarea deprinderilor și a capacităților practice din domeniul activității de firmă.</li></ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>a dezvolta capacitatea studenților de a analiza mediul economic în care operează entități de afaceri și de a înțelege modul în care deciziile manageriale pot varia în diferite constrângeri</li><li>să aplice principiile moderne și metode de microeconomie la probleme de afaceri din lumea reală în diferite contexte și în cele din urmă, de a iniția și a desfășura afaceri eficient .</li><li>să-i învețe pe studenți să utilizeze modele economice , pentru a identifica elementele relevante ale unei probleme de conducere , de a identifica relațiile lor , și a le formula într-un model managerial la care</li></ul>





# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

pot fi aplicate instrumente de luare a deciziilor

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Introducere în economie managerială	2
Curs 2	Forțele pieței: cererea și oferta	4
Curs 3	Analiza cererii cantitative. Determinarea funcției cererii	2
Curs 4	Teoria comportamentului consumatorului	2
Curs 5	Procesul de producție și determinarea costurilor	2
Curs 6	Organizarea Firmei	2
Curs 7	Natura Industriei	2
Curs 8	Mecanisme de formare a prețurilor firmei pe o piață cu concurența perfectă	2
Curs 9	Mecanisme de formare a prețurilor firmei pe o piață cu concurența imperfectă	2
Curs 10	Modele oligopolului	2
Curs 11	Teoria jocului	2
Curs 12	Strategii de stabilire a prețurilor pentru firmele cu putere de piață	2
Curs 13	Strategii de firma	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Introducere în Economia managerială Fundamentele economiei manageriale. Studiul de caz: Red Team & White Team	2
Sem 2	Forțele pieței: Cererea și oferta , Studiu de caz: Marks and Spencer: Past, Present and Future	2
Sem 3	Estimarea cererii. Studiu de caz: Estimating Demand in Emerging Markets for Kodak Express	2
Sem 4	Teoria producției și calculul costurilor. Case Study: Ryanair – The Low Fares Airline: Whither Now?	2
Sem 5	Organizarea firmei. Case Study: ZARA: Staying Fast and Fresh. Natura industriei. Case Study: Google Inc.; Apple's Iphone: Calling Europe or Europe Calling?	2
Sem 6	Modele de oligopol. Case Study: Renault-Nissan Alliance: Success by Integration	2
Sem 7	Strategii de preț. Case Study: Challenges at Time Warner; Philips versus Matsushita: The Competitive Battle Continues	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

## Metode de predare

Predare online cu folosirea platformei Google Meet



Expunerea, dezbaterile, rezolvarea de probleme și răspunsul la întrebări, teme, studii de caz, lucrul în echipe		
Utilizare Google Classroom pentru teme, postare materiale și comunicare cu studenții	jygifkp	

## Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tănăsescu Cristina – Economie managerială – note de curs, Ed. Univ. « Lucian Blaga » Sibiu, 2013</li> <li>Timothy C.G. Fisher, David Prentice, Robert Waschik – Managerial Economics: a strategic approach, Routledge, 2010</li> <li>William F. Samuelson, Stephen G. Marks - Managerial Economics, Editura: John Wiley &amp; Sons Ltd, 2012</li> <li>Michael R. Baye, Managerial Economics and Business Strategy, 9th edition, McGraw Hill International Edition, 2017</li> <li>Cristopher Thomas, Charles Maurice, Managerial Economics: Foundations of Business Analysis and Strategy, 11th edition, McGraw Hill, 2012</li> <li>Guyot, Marc, Vrânceanu, Radu; Economie manageriale. Teorie, cas, exercices corriges, Gualino editeur, Lextenso editions, Paris, 2008</li> </ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<p>David Besanko, David Dranove, Mark Shanley, Scott Schaefer, Economics of Strategy, John Wiley&amp;Sons, 2010</p> <p>Luke M. Froeb, Brian T. McCann, Michael R. Ward, Mikhael Shor, Managerial Economics. A problem solving approach, Third Edition, South – Western Cengage Learning, 2013</p> <p>Varian, H. R. (2014). Intermediate Microeconomics (9th ed.): De Boek.</p>

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor specifice	Examen scris în două părți: subiect clasic și grilă	50%	CEF CPE
Seminar/ Laborator	Rezolvarea de probleme	Proiect de grup Proiect individual	20%	CEF nCPE
	Studii de caz, proiecte de echipă, participare la discuții	Evaluare pe parcurs a contribuțiilor	30%	CEF nCPE

Standard minim de performanță



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

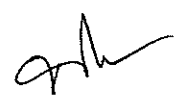
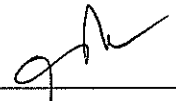
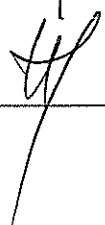
- Studentul cunoaște care sunt principalele concepte, le recunoaște și le definește corect;
- Cunoaște cel puțin o parte dintre formulele de calcul și le folosește corespunzător;
- Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat;
- Dovedește cunoașterea bibliografiei obligatorii recomandate;
- Studentul cunoaște și folosește corect noțiunile și conceptele studiate.

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: .... 30.09.2020 .....

Data avizării în Departament: ..... 05.10.2020 .....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	<b>Metode cantitative și calitative în managementul modern</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	Op	I	I	7
Tipul de evaluare	Categororia formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DD			
Titular activități curs	Prof.univ.dr.Mihăescu Liviu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Prof.univ.dr.Mihăescu Liviu			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1			3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		66
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		34
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		29
Tutoriat:		2
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>		<b>175</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesar a fi promovate anterior	Management, Statistică
Competențe	



## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Conexiune internet, laptop, videoproiector, tabletă grafică/tablă;
De desfășurare a sem/lab/pr	Conexiune internet, laptop, videoproiector, tabletă grafică/tablă;

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul organizației, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant.</li> <li>evaluarea critic-constructivă a funcționării sistemului managerial și a subsistemelor sale și aplicarea principiilor și metodelor specifice pentru eficientizarea acestora;</li> <li>explicarea și interpretarea cantitativă și calitativă, în mod diacronic și sincron, a informațiilor extrase din baze de date;</li> <li>identificarea și soluționarea în timp real a unei probleme reale / ipotetice, de management, cu ajutorul tehnologiilor informației și comunicațiilor.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>realizarea unui proiect complex, prin asumarea cu responsabilitate a sarcinilor specifice rolului într-o echipă plurispecializată și autocondusă;</li> <li>soluționarea în timp real, în condiții de independență decizională, a unei probleme etice reale/ipotetice de la locul de muncă.</li> </ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>înșușirea și valorificarea conceptelor avansate ale metodelor cantitative și calitative folosite în managementul modern</li> <li>dezvoltarea deprinderilor și a capacităților practice din domeniul activității de management bazat pe metodele cantitative și calitative.</li> </ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>fixarea deprinderilor practice din activitatea curentă de management al firmei folosind metode cantitative și calitative</li> <li>dezvoltarea abilităților argumentative ale masteranzilor</li> <li>formarea de capacități necesare pentru aplicarea cunoștințelor fundamentale din domeniu în activitatea economico-managerială;</li> <li>dezvoltarea deprinderilor și a capacităților practice de aplicare a metodelor cantitative și a celor calitative în managementul modern.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Statistica descriptivă	2
Curs 2	Metode de analiza uni și bi-variata a variabilelor măsurabile	2
Curs 3	Metode de analiza scalară	2
Curs 4	Inferența statistică. Testarea ipotezelor privind media unei populații	2
Curs 5	Distribuția binomială	2
Curs 6	Distribuția Poisson	2
Curs 7	Distribuția $X^2$	2
Curs 8	Distribuția t - Student	2
Curs 9	Distribuția Fisher	2
Curs 10	Modele de regresie liniară	2
Curs 11	Modele de estimare	2



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 12	Metode calitative	6
Curs 13		
Curs 14		
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		<b>Nr. ore</b>
1	Statistica descriptiva	2
2	Metode de analiza uni si bi-variata a variabilelor măsurabile	2
3	Metode de analiza scalară	2
4	Inferența statistica. Testarea ipotezelor privind media unei populații	2
5	Distribuția binomială	2
6	Distribuția Poisson	2
7	Distribuția $X^2$	2
8	Distribuția t - Student	2
9	Distribuția Fisher	2
10	Modele de regresie liniara	2
11	Modele de estimare	2
12	Metode calitative	6
13		
14		

### Metode de predare

Prelegerea, explicația, aplicații, studii de caz, discuția euristică, lucrul în echipă

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mărăcine Virginia, Decizii manageriale. Îmbunătățirea performanțelor decizionale ale firmei, Editura Economică, București, 1999</li><li>• Mihăescu Liviu, The future of Information Management Systems, în Integrarea Euroatlantică și dezvoltarea economică - studii economice -, Popescu Dan (coord.), Editura Economică, București, 1999</li><li>• Mitruț Dorin, <i>Culegere de probleme de Bazele Cercetării operaționale</i>, ASE București, 2008</li><li>• Mustață Floarea, Mărăcine Virginia <i>Cercetări operaționale</i>, Curs ASE București, 2007</li></ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nădejde Ileana (coord.), <i>Probleme de cercetare operațională - programare matematică</i> -, Editura Academiei RSR, București, 1971</li><li>• Nica Vasile, Mustață Floarea, Ciobanu Gheorghe, Mărăcine Virginia, <i>Cercetări operaționale I</i>, Programare liniară, Problema de transport, Teoria jocurilor, Curs ASE București</li><li>• Popescu Octavian (coord.), <i>Matematici aplicate în economie</i>, E.D.P., București, 1999</li><li>• Roșca Liviu, <i>Modelare și simulare</i>, Editura „Alma Mater”, Sibiu</li><li>• Wagner M. Harvey, <i>Principles of Operations Research, With Applications to Managerial Decisions</i>, Prentice Hall, 1969</li><li>• <b>Articole științifice din domeniu.</b></li></ul>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere în nota finală	Obs.**
Curs	Răspunsuri la examen	Examen scris, care va consta într-un test alcătuit din întrebări deschise/închise și aplicații	40%	CEF
Seminar/ Laborator	Teste pe parcursul semestrului	Evaluarea periodică prin verificări orale și/sau scrise	30%	CPE
	Atingerea și acoperirea aspectelor relevante Sustinerea referatului și răspunsurile la întrebări	Referat de sinteză, pe baza unei teme de la curs, documentat din surse (minim 4) științifice	20%	CPE
<b>Standard minim de performanță</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentul cunoaște care sunt principalele concepte, le recunoaște și le definește corect;</li> <li>• Studentul dovedește cunoașterea bibliografiei obligatorii recomandate;</li> <li>• Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat.</li> </ul>				

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 15.09.2020

Data avizării în Departament: 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof.univ.dr. Liviu Mihăescu	
Titular seminar/laborator	Lect.dr. Anca Șerban	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	



## FIȘA DISCIPLINEI\*

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	De Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ETICA IN AFACERI SI RESPONSABILITATEA SOCIALA A FIRMEI			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DA	I	I	7
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DC			
Titular activități curs	CLAUDIA OGREAN			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	CLAUDIA OGREAN			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1	2	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
14	28	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		28
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		28
Tutoriat:		14
Examinări:		10
Alte activități (cercetare, proiect):		25
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		175

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Google Classroom & [Google Meet / Videoprojector]
De desfășurare a sem/lab/pr	Google Classroom & [Google Meet / Videoprojector]





## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1. Identificarea, descrierea și definirea conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentarului specifice eticii afacerilor și CSR CP2. Interpretarea / evaluarea corectă a situațiilor critice pentru etica afacerilor & CSR, și recunoașterea problemelor / dilemelor etice în organizații CP3. Utilizarea instrumentarului specific eticii afacerilor și CSR în rezolvarea problemelor/dilemelor și responsabilităților etice în raport cu diferitele categorii de stakeholders CP4. Realizarea de lucrări de analiză, diagnoză, audit și raportare specifice eticii afacerilor și CSR
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>Familiarizarea studenților cu conceptele și practicile specifice eticii afacerilor și responsabilității sociale a firmei – ca dimensiuni definitorii ale managementului (strategic) actual, înscris unui context global jalonat de provocări și așteptări multiple la adresa firmelor</li></ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>Conturarea eticii afacerilor &amp; CSR drept dimensiune definitorie a managementului strategic al firmei, de natură a contribui la asigurarea avantajului competitiv durabil al organizației</li><li>Evidențierea dimensiunilor critice ale afacerilor din perspectiva eticii și responsabilității sociale (probleme/dileme etice în raport cu diferite categorii de stakeholders, domenii funcționale "fierbinti", "bune practici", diferențe culturale etc.) și relevarea principalelor modalități de abordare managerială a acestora</li><li>Profilarea unor cadre (teoretice) de abordare (practică/concreta) privind instituționalizarea și implementarea eticii în organizație, respectiv formalizarea procesului de raportare și a raportului de CSR</li><li>Dobândirea de cunoștințe și dezvoltarea de competențe și abilități care: să permită decelarea corectă a perspectivelor și nevoilor/așteptărilor diferiților stakeholders organizaționali; să favorizeze gândirea critică și prospectiva în fundamentarea deciziilor de afaceri etice și responsabile; să contribuie la conturarea și consolidarea unui comportament (etic și responsabil) în afaceri care să susțină asigurarea competitivității sustenabile a firmei</li></ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore
------	---------



Curs 1	Partea I: Etica afacerilor si responsabilitatea sociala a firmei – fundamente <ul style="list-style-type: none"><li>• Rolul &amp; importanta eticii in afaceri</li><li>• Relatiile cu stakeholders, Stakeholder management &amp; Guvernanta corporativa</li></ul>	2
Curs 2	Partea a II-a: Probleme/dileme etice si institutionalizarea eticii in organizatie <ul style="list-style-type: none"><li>• Probleme etice emergente</li><li>• Institutionalizarea eticii in organizatie – de la respectarea legii la autoreglementare</li></ul>	2
Curs 3	Partea a III-a: Procesul decizional etic <ul style="list-style-type: none"><li>• Decizia etica &amp; Leadershipul etic</li></ul>	2
Curs 4	<ul style="list-style-type: none"><li>• Factori (individuali si organizationali) ai deciziei etice</li></ul>	2
Curs 5	Partea a IV-a: Implementarea eticii afacerilor in economia globala <ul style="list-style-type: none"><li>• Dezvoltarea unui program de etica eficace</li><li>• Implementarea si auditarea programelor de etica</li><li>• Globalizarea deciziei etice</li></ul>	2
Curs 6	Partea a V-a: Globalizare – dezvoltare durabila – responsabilitate sociala corporatista <ul style="list-style-type: none"><li>• Globalizare, dezvoltare durabila si nevoia de CSR</li><li>• Managementul &amp; implementarea CSR</li></ul>	2
Curs 7	Raportarea de CSR si viitorul CSR <ul style="list-style-type: none"><li>• Raportarea de CSR si raportul de CSR</li><li>• Impact, critici si viitorul CSR</li></ul>	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>14</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		<b>Nr. ore</b>
Sem 1	Introducere in etica afacerilor & CSR <ul style="list-style-type: none"><li>• Business ethics quiz</li></ul>	2
Sem 2	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nevoia de etica in afaceri &amp; CSR – plasarea afacerilor in contextul (global) al stakeholders</li><li>• Importanta eticii afacerilor &amp; CSR – de ce conteaza etica in afaceri si CSR?</li></ul>	2
Sem 3	Etica in afaceri & responsabilitatea relatiilor dintre / si cu /angajati(i) <ul style="list-style-type: none"><li>• Probleme &amp; dileme etice (discriminare, hărțuire la locul de muncă, conflicte de interese, etc.) si managementul acestora;</li></ul>	2
Sem 4	Coruptie & fraude ocupationale (achizitii, finante-contabilitate)	2
Sem 5	Etica in afaceri & responsabilitatea relatiilor cu clientii <ul style="list-style-type: none"><li>• Mesaje in relatii publice si publicitate; etica in marketing</li></ul>	2
Sem 6	<ul style="list-style-type: none"><li>• Siguranta &amp; securitatea produselor/serviciilor</li></ul>	2
Sem 7	Etica in afaceri & responsabilitatea relatiilor cu concurentii <ul style="list-style-type: none"><li>• Competitie &amp; cooperare in afaceri – dileme sociale &amp; teoria jocurilor</li></ul>	2
Sem 8	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aliante competitive; concurenta neloiala</li></ul>	2
Sem 9	Rolul si formele autoreglementarii <ul style="list-style-type: none"><li>• Codurile etice; structuri, programe &amp; strategii – formulare, implementare &amp; impact</li></ul>	2
Sem 10	Firmele multinationale si comportamentul etic & responsabil <ul style="list-style-type: none"><li>• Provocarile globalizarii &amp; sustenabilitatii - “cazuri celebre” de coruptie si fraudă in afaceri &amp; “follow-up” (reglementare/autoreglementare)</li></ul>	2
Sem 11	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diferente culturale in abordarea eticii afacerilor &amp; CSR</li></ul>	2



Sem 12	Responsabilitatea sociala corporatista • Best practices – strategii, campanii, initiative – dezvoltare, implementare, impact	2
Sem 13	• Cadre internationale ale raportarii de CSR	2
Sem 14	• Raportarea de CSR & Rapoartele de CSR	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>28</b>

### Metode de predare

- Prelegerea	- Studiul de caz	- Cercetarea documentelor
- Expunerea	- Problematizarea	- Mozaic
- Demonstrația	- Dezbaterea	- Harta cognitiva
- Dezvoltarea (colaborativa a) lectiei	- Jocul de roluri	- Brainstorming

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Blowfield, M., Murray, A. (2011). <i>Corporate Responsibility</i> . Oxford University Press.
	Ferrell, O. C., Fraedrich, J., Ferrell, L. (2011). <i>Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases</i> . South Western CENGAGE Learning.
	Freeman, R.E., Harrison, J.S., Wicks, A.C., Parmar, B.L., DeColle, S. (2010). <i>Stakeholder Theory. The state of the art</i> . Cambridge University Press.
	Johnson, C.E. (2012). <i>Organizational Ethics: a practical approach</i> . Sage.
	Kotler, P., Lee, N. (2005). <i>Corporate Social Responsibility</i> . John Wiley & Sons, Inc.
	Ogrea, C., Herciu, M. (2018). <i>CSR Strategies in Emerging Markets: Socially Responsible Decision Making Processes and Business Practices for Sustainability</i> . In Sustainable Development Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. (pp. 1702-1725). IGI Global.
	Smith, N.C., Bhattacharya, C.B., Vogel, D., Levine, D.I. (2010). <i>Global Challenges in Responsible Business</i> . Cambridge University Press.
Referințe bibliografice suplimentare	Gini, A. (2005). <i>Case Studies in Business Ethics</i> . Pearson Prentice Hall.
	Dăianu, D., Vrânceanu (2006). <i>Frontierele etice ale capitalismului</i> . Ed. Polirom.
	Ogrea, C. (2017). <i>The Directive 2014/95/EU – is there a „new” beginning for CSR in Romania?</i> . Studies in Business and Economics, 12(1), 141-147
	Young, S. (2009). <i>Capitalism moral: o reconciliere a interesului privat cu binele public</i> . Ed. Curtea Veche.
	Yunus, M. (2010). <i>Dezvoltarea afacerilor sociale</i> . Ed. Curtea Veche.
	<i>Harvard Business Review; Journal of Business Ethics; Business Ethics – a European Review; Journal of Academic and Business Ethics; International Journal of Business Governance and Ethics;</i>
	<i>www.responsabilitatesociala.ro;/www.csr-romania.ro;/http://business-ethics.com/; http://www.globethics.net;/http://businessethicsblog.com;/http://www.corporateregister.com</i>

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	--------



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs	Participarea activa la discutii & dezbateri	Evaluare continua la clasa	10%	nCPE
	Cunoasterea continutului si operarea cu instrumentarul specifice disciplinei	Examen final	30%	CEF
Seminar/ Laborator	Perceperea problemelor/dilemelor etice si a nevoii (si utilitatii) CSR in diferite situatii organizationale, identificarea alternativelor de solutionare (prin apelare la diferitele teorii etice / ale CSR) si a consecințelor/impactului acestora, adoptarea deciziei (etice / privind CSR) optime si argumentarea acesteia	Proiecte / teme	40%	CPE
	Participarea activa la discutii & dezbateri	Studii de caz	20%	CEF

Standard minim de performanță

Studentii:

- să identifice și să clasifice corect conceptele definatorii ale eticii afacerilor si responsabilității sociale a firmei;
- să definească, să recunoască și să enumere categoriile (teoretice si instrumentale) fundamentale ale disciplinei;
- să conceptualizeze/internalizeze noțiunile de bază ale disciplinei, să le identifice în studii de caz / situații concrete și să opereze cu acestea în rezolvarea cerințelor specifice (studii de caz, proiecte, teme)

**(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.**

**(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;**

Data completării: ..... 28.09.2020 .....

Data avizării în Departament: ..... 05.10.2020 .....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof. univ. dr. Claudia Ogrea	
Titular seminar/laborator	Prof. univ. dr. Claudia Ogrea	
Director de departament	Conf. univ. dr. Camelia Budac	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Departamentul management, marketing, administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master B4
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei - B4

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	Resurse umane și comportament organizațional			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DD	1	1	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E				
Titular activități curs	Prof. Dr. IOAN CINDREA			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Prof. Dr. IOAN CINDREA			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1			3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		43
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		30
Tutoriat:		
Examinări:		30
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		175

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesare a fi promovate anterior	Managementul general Managementul resurselor umane-general Economie Macroeconomie
Competențe	Nu e cazul



## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Curs online
De desfășurare a sem/lab/pr	Seminar online

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<b>Competențe privind cunoașterea și înțelegerea</b> <i>(cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- identificarea de termeni, relații, procese, perceperea unor relații și conexiuni în domeniul resurselor umane într-o organizație de turism și servicii</li><li>- utilizarea corectă a termenilor de specialitate din domeniul resurselor umane</li><li>- definirea/nominalizarea de concepte</li><li>- capacitatea de adaptare la noi situații</li><li>- cunoștințe generale de bază, precum și necesare profesiei/disciplinei</li><li>- abilități de operare pe PC</li><li>- capacitatea de adaptare la noi situații</li></ul>
	<b>Competențe în domeniul explicării și interpretării</b> <i>(explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei- generalizarea, particularizarea, integrarea unor domenii)</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- realizarea de conexiuni între rezultate</li><li>- argumentarea unor enunțuri</li><li>- generarea, demonstrarea</li><li>- capacitatea de organizare și planificare</li><li>- capacitatea de analiză și sinteză</li></ul>
	<b>Competențe instrumental – aplicative</b> <i>(proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice; utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- rezolvarea de probleme prin modelare și algoritimizare în domeniul resurselor umane</li><li>- relaționări între diferite tipuri de reprezentări, între reprezentări și obiect</li><li>- reducerea la o schemă sau model</li><li>- descrierea unor stări, sisteme, procese, fenomene în domeniul de studiu respectiv în resurse umane</li><li>- capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite în special la organizații din domeniul turismului și servicii</li><li>- abilități de cercetare, creativitate</li><li>- capacitatea de a concepe proiecte și de a le derula la nivel organizațional în domeniul resurselor umane</li><li>- capacitatea de a soluționa probleme în domeniul resurselor umane</li></ul>



Competențe transversale	<p><b>Competențe atitudinale</b>  <i>(manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific /cultivarea unui mediu științific centrat pe valori și relații democratice /promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice /implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice /angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane /instituții cu responsabilități similare /participarea la propria dezvoltare profesională)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde</li> <li>- implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina din domeniul resurselor umane</li> <li>- acceptarea unei valori atribuite unui obiect, fenomen, comportament</li> <li>- capacitatea de a avea un comportament etic</li> <li>- capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea</li> <li>- abilitatea de a colabora cu specialități din alte domenii din managementul organizațiilor de turism și servicii</li> </ul>
-------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea științifică a managementului resurselor umane și comportament organizațional
Obiectivele specifice	Abilități în domeniul managementul resurselor umane; capacitate de analiza și sinteza ; capacitate de organizare și programare în domeniul resurselor umane și comportamentul organizațional

### 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Resursele umane - rolul și importanța lor într-o organizație/ companie	2
Curs 2	Instrumente pentru organizarea unei companii	2
Curs 3	Prognoza și planificarea resurselor umane la organizație	2
Curs 4	Orientarea profesională a resurselor umane la nivel de organizație	2
Curs 5	Recrutarea resurselor umane pentru organizație	2
Curs 6	Selecția și integrarea resurselor umane în organizație	2
Curs 7	Formarea profesională resurselor umane la o organizație	2
Curs 8	Evaluarea și promovarea resurselor umane în organizație	2
Curs 9	Salarizarea resurselor umane la o companie și eficiența utilizării resurselor umane	2
Curs 10	Salarizarea resurselor umane la o companie și eficiența utilizării resurselor umane	2
Curs 11	Managementul dialogului social și a conflictelor de muncă la nivelul unei organizații	2
Curs 12	Managementul dialogului social și a conflictelor de muncă la nivelul unei organizații	2
Curs 13	Asigurarea socială a resurselor umane la nivel de organizație	2
Curs 14	Asigurarea socială a resurselor umane la nivel de organizație	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Resursele umane - rolul și importanța lor într-o organizație/ companie	1
Sem 2	Instrumente pentru organizarea unei companii	1
Sem 3	Prognoza și planificarea resurselor umane la organizație	1
Sem 4	Orientarea profesională a resurselor umane la nivel de organizație	1
Sem 5	Recrutarea resurselor umane pentru organizație	1
Sem 6	Selecția și integrarea resurselor umane în organizație	1
Sem 7	Formarea profesională resurselor umane la o organizație	1
Sem 8	Evaluarea și promovarea resurselor umane în organizație	1
Sem 9	Salarizarea resurselor umane la o companie și eficiența utilizării resurselor umane	1
Sem 10	Salarizarea resurselor umane la o companie și eficiența utilizării resurselor umane	1
Sem 11	Managementul dialogului social și a conflictelor de muncă la nivelul unei organizații	1
Sem 12	Managementul dialogului social și a conflictelor de muncă la nivelul unei organizații	1
Sem 13	Asigurarea socială a resurselor umane la nivel de organizație	1
Sem 14	Asigurarea socială a resurselor umane la nivel de organizație	1
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

Expunere Dezbateri ONLINE	Expunere Dezbateri Prezentare referat (1-4 studenți pe temă) ONLINE	
---------------------------------	--	--

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Ioan CINDREA - MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE-editia a-2-a, Ed. Univ. Lucian Blaga Sibiu, 2018
	Ioan CINDREA-MANAGEMENTUL ASIGURARILOR SI PROTECTIEI SOCIALE, EDITIA a-2-a, Ed. Univ. Lucian Blaga, Sibiu, 2017
	Ion PETRESCU, Ioan CINDREA - TEORIE ȘI PRACTICĂ ÎN M.R.U., Ed. Lux Libri Brașov, 1998
	G.A. COLE- PERSONNEL MANAGEMENT/MANAGEMENTUL PERSONALULUI – Editura CODECS, 2000
	ION PETRESCU-PROVOCAREA MONDIALA : MANAGEMENTUL JAPONEZ, EDITURA EXPERT, BUCURESTI, 2013
	Panainte NICA, Adriana PRODAN – MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE, Ed. Online, 2011
	Emilia NOVAC, Denisa ABRUDAN – MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE, Ed. 2013
	*** CODUL MUNCII -LEGEA NR 53/2003 actualizata
Georgeta Pânișoara, Ion-Ovidiu PANISOARA -MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE GHID PRACTIC Editia a 2-a, Editura Polirom, Iasi, 2007	



**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Referințe bibliografice suplimentare	
--------------------------------------	--

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

Formarea ca și specialiști în domeniul resurselor umane pentru companii și instituțiile publice de profil.

**10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs		Evaluare finala prin verificare scrisa online	50 %	
		Evaluare continuă pe parcursul semestrului (online)	10 %	
		Redactare și prezentare referat online	30 %	
Seminar/ Laborator		Participare la dezbateri pe teme online	10 %	

Standard minim de performanță - **minim 5(cinci)**

Cunoașterea noțiunilor de bază din domeniul resurselor umane

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: .....25 Septembrie 2020 .....

Data avizării în Departament:.....05.10.2020.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	prof. dr. Ioan CINDREA	
Titular seminar/laborator	prof. dr. Ioan CINDREA	
Director de departament	Conf. Univ. dr. BUDAC Camelia	

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	De Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	MANAGEMENT STRATEGIC – CONȚINUT ȘI INSTRUMENTE			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	I	II	8
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DD			
Titular activități curs	CLAUDIA OGREAN			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	ANCA SERBAN			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		28
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		42
Tutoriat:		14
Examinări:		10
Alte activități (cercetare, proiect):		36
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		158
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		200

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesare a fi promovate anterior	Management & Economie managerială
Competențe	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor/conceptelor și instrumentarului de baza ale administrării afacerilor

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

De desfășurare a cursului	Google Classroom & [Google Meet / Videoproiector]
De desfășurare a sem/lab/pr	Google Classroom & [Google Meet / (Videoproiector & calculatoare conectate la Internet)]



## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP1. Fundamentarea științifică a deciziilor privind procesul managerial strategic – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea (dinamica) dintre organizație și mediul său</p> <p>CP2. Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea (interdependente și în concordanță cu evoluțiile mediului extern a) sistemului strategic al firmei</p> <p>CP3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial strategic al firmei și a subsistemelor sale componente, și exercitarea funcțiilor managementului la nivelul organizației și al diviziilor/unităților de afaceri strategice ale acesteia</p> <p>CP4. Managementul și utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de management strategic la nivelul firmei</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2. Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată autocondusă, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <p>CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea, din perspectiva teoretic integratoare și practic aplicativă a leadership/ului strategic al firmei, a conținutului și instrumentelor managementului strategic – ca proces sintetizator al demersurilor unei firme în direcția asigurării competitivității într-un mediu (global) tot mai complex, volatil și provocator</li> </ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea procesului de management strategic și a rolului cheie al strategiei în operaționalizarea acestuia la nivelul firmei;</li> <li>Dobândirea de cunoștințe și dezvoltarea de abilități și competențe – în direcția îmbunătățirii capacității de leadership strategic – care: să potenzeze gândirea critică și creativă; să permită adoptarea de decizii optime – informate și oportune; să favorizeze comportamentul managerial strategic proactiv și anticipativ;</li> <li>Demonstrarea înțelegerii conceptelor și a însușirii instrumentarului disciplinei – prin folosirea/aplicarea corectă a acestora în situații și cazuri concrete.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	<b>Descrierea cursului, prezentarea obiectivelor, a bibliografiei și a sistemului de evaluare</b>	2
Curs 2	<p><b>PARTEA I. ANALIZA (STRATEGICA)</b></p> <p><b>CE ESTE STRATEGIA?</b></p> <p>Ce este strategia: dobândirea și susținerea avantajului competitiv</p> <p><i>Ce este avantajul competitiv?</i></p> <p><i>Rolul industriei și al firmei în determinarea performanței firmei</i></p> <p>Stakeholders și avantaj competitiv</p> <p><i>Strategia stakeholders</i></p> <p><i>Analiza de impact a stakeholders</i></p> <p>Cadrul strategic AFI</p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	2
Curs 3	<b>LEADERSHIP STRATEGIC: MANAGEMENTUL PROCESULUI STRATEGIC</b>	2



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<p>Viziune, misiune si valori <i>Viziune</i> <i>Misiune</i> <i>Valori</i></p> <p>Leadership strategic <i>Ce fac leaderii strategii?</i> <i>Cum devii leader strateg?</i> <i>Formulara strategiei la diferitele niveluri ale firmei</i></p> <p>Procesul de management strategic <i>Planificarea strategica de sus in jos</i> <i>Planificarea pe baza de scenarii</i> <i>Strategia ca emergentă planificată: de sus in jos si de jos in sus</i></p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	
Curs 4	<p><b>ANALIZA MEDIULUI EXTERN: STRUCTURA INDUSTRIEI, FORTELE COMPETITIVE SI GRUPURILE STRATEGICE</b></p> <p>Cadrul analitic PESTEL <i>Factori politici</i> <i>Factori economici</i> <i>Factori socio-culturali</i> <i>Factori tehnologici</i> <i>Factori ecologici</i> <i>Factori legali</i></p> <p>Structura industriei și strategia firmei: modelul celor 5 forțe <i>Competiția in modelul celor 5 forte</i> <i>Amenințarea noilor intrați</i> <i>Puterea furnizorilor</i> <i>Puterea clienților</i> <i>Amenințarea produselor de substituție</i> <i>Rivalitatea intre concurenții existenți</i> <i>A 6-a forță: rolul strategic al complementelor</i></p> <p>Schimbarea în timp: dinamica industriei Diferențele de performanță în cadrul aceleiași industriei: grupurile strategice <i>Modelul grupului strategic</i> <i>Barriere în calea mobilității</i></p> <p>Implicații pentru strateg</p>	2
Curs 5	<p><b>ANALIZA MEDIULUI INTERN: RESURSE, CAPABILITATI SI COMPETENTE CHEIE</b></p> <p>Competențe cheie Viziunea firmei bazată pe resurse <i>Premise critice ale abordării</i> <i>Cadrul strategic VRIO</i> <i>Mecanismele de izolare: susținerea avantajului competitiv</i></p> <p>Perspectiva capabilităților dinamice ale firmei Analiza lanțului valorii Implicații pentru leadershipul strategic <i>Folosirea analizei SWOT pentru a genera informații relevante din analiza mediului intern si a celui extern</i></p>	2
Curs 6	<p><b>AVANTAJUL COMPETITIV, PERFORMANTA FIRMEI SI MODELELE DE AFACERI</b></p> <p>Avantajul competitiv si performanța firmei <i>Profitabilitatea contabilă</i> <i>Crearea de valoare pentru acționari</i></p>	2



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<p><i>Crearea de valoare economică</i> <i>Balanced Scorecard</i> <i>Triple Bottom Line</i></p> <p>Modelele de afaceri: strategia în acțiune <i>Modele de afaceri populare</i> <i>Natura dinamică a modelelor de afaceri</i></p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	
Curs 7	<p><b>PARTEA A II-A. FORMULAREA (STRATEGIEI)</b> <b>STRATEGIA LA NIVELUL AFACERII: DIFERENȚIERE, LEADERSHIP PRIN COST, BLUE OCEAN</b></p> <p>Strategia la nivelul afacerii: competiția pentru avantaj (competitiv) <i>Poziționarea strategică</i> <i>Strategiile de afaceri generice</i></p> <p>Strategia de diferențiere: înțelegerea determinanților valorii (ridicate) <i>Trăsăturile produsului</i> <i>Serviciile către clienți</i> <i>Complementele</i></p> <p>Strategia de leadership prin cost: înțelegerea determinanților costurilor scăzute <i>Costul factorilor input</i> <i>Economiile de scară</i> <i>Curba învățării</i> <i>Curba experienței</i></p> <p>Strategia la nivelul afacerii și cele 5 forțe: beneficii și riscuri <i>Strategia de diferențiere: beneficii și riscuri</i> <i>Strategia de leadership prin costuri beneficii și riscuri</i></p> <p>Strategia Blue Ocean: îmbinarea diferențierii cu leadershipul prin costuri <i>Inovația valorii</i> <i>Eșecul strategiei Blue Ocean: "Stuck in the Middle"</i></p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	2
Curs 8	<p><b>STRATEGIA LA NIVELUL AFACERII: INOVAȚIE SI ANTREPRENORIAT</b></p> <p>Competiția prin inovare <i>Procesul inovativ</i></p> <p>Antreprenoriat strategic si social</p> <p>Inovația și ciclul de viață al industriei <i>Introducerea</i> <i>Creșterea</i> <i>Scuturarea</i> <i>Maturitatea</i> <i>Declinul</i> <i>Depășirea "abisurilor"</i></p> <p>Tipologia inovației <i>Inovația incrementală versus inovația radicală</i> <i>Inovația arhitecturală versus inovația disruptivă</i> <i>Inovația deschisă</i></p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	2
Curs 9	<p><b>STRATEGIA LA NIVEL CORPORATIST: INTEGRARE VERTICALA SI DIVERSIFICARE</b></p> <p>Ce este strategia corporativă? <i>De ce firmele au nevoie să crească</i> <i>3 dimensiuni ale strategiei corporative</i></p> <p>Granițele firmei <i>Firme versus Piețe: "faci" sau "cumperi"?</i></p>	4



	<p><i>Alternative la continuumul "faci" sau "cumperi"</i></p> <p>Integrarea verticală de-a lungul lanțului creării de valoare al industriei</p> <p><i>Tipologia integrării verticale</i></p> <p><i>Beneficii și riscuri ale integrării verticale</i></p> <p><i>Când este recomandabilă strategia de integrare verticală?</i></p> <p><i>Alternative la integrarea verticală</i></p> <p>Diversificarea corporativă: extinderea dincolo de granițele unei singure piețe</p> <p><i>Tipologia diversificării corporative</i></p> <p><i>Valorizarea competențelor cheie pentru/prin diversificarea corporativă</i></p> <p><i>Diversificarea corporativă și performanța firmei</i></p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	
Curs 10	<p><b>STRATEGIA LA NIVEL CORPORATIST: ALIANTE STRATEGICE, FUZIUNI SI ACHIZITII</b></p> <p>Cum își asigură firmele creșterea</p> <p><i>Cadrul strategic Construiește-Împrumută-Cumpără</i></p> <p>Alianțe strategice</p> <p><i>Motivații ale firmelor pentru a intra în alianțe strategice</i></p> <p><i>Guvernarea alianțelor strategice</i></p> <p><i>Capabilitatea managerială a alianței</i></p> <p>Fuziuni și achiziții</p> <p><i>De ce fuzionează firmele cu competitori?</i></p> <p><i>De ce achiziționează firmele alte firme?</i></p> <p><i>Avantajul competitiv în fuziuni și achiziții</i></p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	2
Curs 11	<p><b>STRATEGIA GLOBALA: COMPETITIE LA NIVEL GLOBAL</b></p> <p>Ce este globalizarea?</p> <p><i>Etapile globalizării</i></p> <p><i>Stadiul globalizării</i></p> <p>De ce decid firmele să se extindă dincolo de granițele unei țări?</p> <p><i>Avantaje</i></p> <p><i>dezavantaje</i></p> <p>Extinderea dincolo de granițele unei țări: unde și cum?</p> <p><i>Unde? – cadrul strategic CAGE privind "distanța"</i></p> <p><i>Cum pătrund firmele pe piețe externe?</i></p> <p>Reducerea costurilor versus Responsivitate locală: cadrul conceptual Integrare-Responsivitate</p> <p><i>Strategia internațională</i></p> <p><i>Strategia multidomestică</i></p> <p><i>Strategia standardizării globale</i></p> <p><i>Strategia transnațională</i></p> <p>Avantajul competitiv național: leadership global în anumite industrii</p> <p><i>Cadrul conceptual Diamantul lui Porter</i></p> <p>Implicații pentru leadershipul strategic</p>	2
Curs 12	<p><b>PARTEA A 3-A. IMPLEMENTAREA (STRATEGIEI)</b></p> <p><b>DESIGN ORGANIZATIONAL: STRUCTURA, CULTURA SI CONTROL</b></p> <p>Design organizațional și avantaj competitiv</p> <p><i>Inerția organizațională și eșecul firmelor</i></p> <p><i>Structura organizatorică</i></p> <p><i>Organizațiile mecaniciste versus organizațiile organice</i></p> <p>Strategie și structură</p> <p><i>Structura simplă</i></p> <p><i>Structura funcțională</i></p>	2



	<i>Structura multidivizională</i> <i>Structura matricială</i> Cultura organizațională: valori, norme și artefacte <i>Formarea culturii organizaționale</i> <i>Schimbarea culturii organizaționale</i> <i>Cultura organizațională și avantajul competitiv</i> Sistemul strategic de control și recompense <i>Control input</i> <i>Control output</i> Implicații pentru leadershipul strategic	
Curs 13	<b>GUVERNANȚA CORPORATIVĂ SI ETICA ÎN AFACERI</b> Cadrul conceptual al creării Shared Value <i>Companiile publice și "capitalismul acționarilor"</i> <i>Crearea Shared Value</i> Guvernanță corporativă <i>Teoria de agent</i> <i>Board-ul director</i> <i>Alte mecanisme de guvernanță</i> Strategia și etica în afaceri Implicații pentru leadershipul strategic	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		Nr. ore
Sem 1	Studiul de caz și Auditul strategic al firmei: instrumente fundamentale în studierea și aplicarea managementului strategic	2
Sem 2	Viziune, misiune, valori și obiective (strategice)	2
Sem 3	Analiza mediului extern al firmei – general și competitiv	2
Sem 4	Analiza mediului intern al firmei; identificarea modelului de afaceri și a fundamentului avantajului competitiv al firmei	2
Sem 5	Formularea strategiei la nivelul afacerii și la nivel corporatist	2
Sem 6	Implementarea sistemului strategic – sugestii, proiecții, scenarii	2
Sem 7	Prezentarea proiectelor finale privind Auditul strategic al unei firme	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

- Prelegerea	- Studiul de caz	- Cercetarea documentelor
- Expunerea	- Problematizarea	- Mozaic
- Demonstrația	- Dezbateră	- Harta cognitivă
- Dezvoltarea (colaborativă a) lectiei	- Jocul de roluri	- Brainstorming

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Barney, J.B., Hesterly, W.S. (2015). <i>Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases</i> . Pearson.
	Borza, A., Bordean, O., Mitra, C., Dobocan, C. (2008). <i>Management strategic: concepte și studii de caz</i> . Cluj Napoca: Editura Risoprint.
	David, F.R., David, F.R. (2015). <i>Strategic Management: Concept and Cases: a Competitive Advantage Approach</i> . Pearson.
	Hill, C., Jones, G., & Schilling, M. (2014). <i>Strategic Management: Theory: An Integrated Approach</i> . Cengage Learning.
	Ogorean, C. (2015). <i>Strategic Management Facing the Challenges of Sustainable Development and Competitiveness in a Globalized World – an Integrated Approach</i> . Editura Universitatii "Lucian Blaga".
	Popa, I. (2004). <i>Management strategic</i> . Bucuresti: Editura Economică.



	Peng, M. (2013). <i>Global strategy</i> . Cengage Learning.
	Rothaermel, F.T. (2019). <i>Strategic Management</i> . McGraw-Hill Education. (559 pp.) – in Biblioteca ULBS: Rothaermel, F.T. (2013). <i>Strategic Management</i> . New York: McGraw-Hill Irwin. (911 pp.).
Referințe bibliografice suplimentare	Augier, M., & Teece, D. J. (Eds.). (2018). <i>The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management</i> . Palgrave Macmillan.
	Eden, C., & Ackermann, F. (2013). <i>Making strategy: The journey of strategic management</i> . Sage.
	Hit, M., Ireland, R.R., Hoskisson, R. (2012). <i>Strategic Management Cases; Competitiveness and Globalization</i> . Cengage Learning.
	Lampel, J., Mintzberg, H., Quinn, J.B., Ghoshal, S. (2014). <i>The Strategy Process</i> , Pearson.
	Lasserre, P. (2017). <i>Global strategic management</i> . Macmillan International Higher Education.
	Ogrea, C. & Herciu, M. (2015). A Dynamic Model for the Global Corporation: the Triad Networks – Coevolution – Competitiveness. In Camillo, A. <i>Global Enterprise management, Vol. I</i> . Palgrave Mac Millan.
	<i>Harvard Business Review</i> – Collection of Case Studies
	<i>STATISTA</i> – Dossiers, Statistics, Forecasts, and Studies

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

**10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Participarea (argumentativă & creativă) la discuții/dezbateri	Evaluare continuă la clasă	10%	nCPE
	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Examen final	30%	CEF
Seminar/ Laborator	Înțelegerea (contextualizată a) situației concrete; Problematizarea; Identificarea și formularea soluțiilor; Argumentarea deciziilor	Proiecte / teme / studii de caz	30%	CEF
	Atingerea și acoperirea aspectelor relevante; Culegerea, analiza și interpretarea datelor, fundamentarea deciziilor strategice, identificarea alternativelor, formularea și implementarea deciziilor strategice; Realizarea conexiunilor între secțiuni; Lucrul în echipă; Susținerea proiectului și răspunsurile la întrebări	Proiect final	30%	CPE

**Standard minim de performanță**

- cunoașterea, definirea și înțelegerea conceptelor și instrumentelor specifice Managementului strategic;
- identificarea și recunoașterea categoriilor fundamentale studiate în studiile de caz;
- operarea la nivel minimal cu conceptele și instrumentele studiate prin aplicarea lor corectă în cazul Auditului strategic al unei firme

(\* Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.





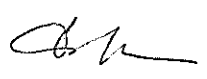
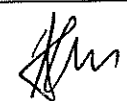
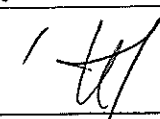
# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen, nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: .....29.09.2020.....

Data avizării în Departament:.....05.10.2020.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof. univ. dr. Claudia Ogorean	
Titular seminar/laborator	Asist. univ. dr. Anca Serban	
Director de departament	Conf. univ. dr. Camelia Budac	



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## FIȘA DISCIPLINEI\*

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master
Programul de studii	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	STRATEGII DE BRAND			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	Obligativu	I	II	8
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	DS=specialitate			
Titular activității curs	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri, proiecte		65
Tutoriat:		12
Examinări:		6
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		158
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		200

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"><li>• Microeconomie, Marketing, Comportamentul consumatorului</li></ul>
Competențe	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utilizarea corectă a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing</li><li>• Dezvoltarea mixului de marketing</li></ul>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

- |  |   |
|--|---|
|  | • Colectarea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing legate de companie și mediu |
|--|---|

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	facilități tehnice: videoproiector, laptop, tablă, instrumente de scris
De desfășurare a sem/lab/pr	facilități tehnice: videoproiector, laptop, tablă, instrumente de scris

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP1: Fundamentarea științifică a deciziilor privind strategiile și politicile de brand – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizație și mediul său</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- identificarea și descrierea fenomenelor și proceselor care au loc la nivelul brandului, în contextul creat de dinamica mediului de afaceri;</li><li>- explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor specifice brandului, în condițiile schimbărilor care au loc la nivelul mediului global de afaceri;</li><li>- aplicarea de modele și instrumente de analiză, evaluare și previziune pentru identificarea factorilor (interni și externi) care influențează procesul de branding și impactul acestuia;</li><li>- fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate în ceea ce privește brandul;</li><li>- analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese de branding în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant.</li></ul> <p>CP2: Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea principiilor și proceselor de marketing care să conducă la construcția unor branduri puternice</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- definirea conceptelor de brand și branding, a componentelor definitorii ale procesului de branding;</li><li>- explicarea și interpretarea procesului de branding – conținut, faze, definirea relației dintre părțile implicate în construcția brandului;</li><li>- formularea unor avantaje și dezavantaje ale brandului din prisma consumatorilor și respectiv a deținătorilor de branduri;</li><li>- elaborarea strategiei de brand și integrarea ei operațională în strategia globală a firmei;</li><li>- implementarea strategiei de brand și măsurarea rezultatelor.</li></ul> <p>CP5: Managementul și utilizarea informațiilor și cunoștințelor în aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de măsurare a valorii brandului</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- cunoașterea, înțelegerea și descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de măsurare a valorii brandului;</li><li>- explicarea și interpretarea cantitativă și calitativă a informațiilor extrase din rapoarte;</li><li>- aplicarea instrumentarului adecvat de analiză a datelor specifice;</li><li>- evaluarea critic-constructivă a instrumentarului de prelucrare și analiză a datelor.</li></ul>
-------------------------	--



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

<b>Competențe transversale</b>	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde corect și de a fi apreciat (motivatie intrinseca și extrinseca)</li> <li>- capacitatea de a avea un comportament etic și de a promova valorile morale în marketingul organizației</li> </ul> <p>CT2: Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- abilitatea de a colabora cu specialități din alte domenii – în definirea problemelor, identificarea și implementarea soluțiilor / deciziilor</li> <li>- capacitatea de a aprecia diversitatea și multiculturalitatea – și de a adopta abordarea contextuală a managementului</li> </ul> <p>CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina – participarea la olimpiade, concursuri și conferințe științifice studențești</li> <li>- cultivarea capacității de analiză a condițiilor actuale și viitoare de evoluție ale mediului intern și promovarea în acest fel a unui management orientat spre angajați</li> </ul>
--------------------------------	---

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

<b>Obiectivul general al disciplinei</b>	Cunoașterea elementelor necesare construcției unei strategii de brand de succes, utilizarea și aplicarea în mod eficient a instrumentele de branding.
<b>Obiectivele specifice</b>	<p>Studentii trebuie să adopte o atitudine critică asupra teoriilor și conceptelor prezentate la curs. Prin realizarea sarcinilor solicitate își vor îmbunătăți capacitățile de a realiza lucrări științifice. În continuare, studenții își vor antrena competențele didactice și retorice, își vor dezvolta conștiința de sine, abilitățile critice, atitudini ce caracterizează adevărații cercetători.</p> <p>Cursul își propune, de asemenea, să pună teoria legată de strategiile de brand în practică prin examinarea unui număr de branduri reale și studii de caz din realitatea globală. Studenții vor demonstra cunoașterea realității complexe și procesului strategiei de brand. Vor învăța cum să genereze soluții originale și creative la probleme strategice și să le comunice eficient. Abilități suplimentare ca inițiativă, lucru în echipă, responsabilitate, conștiința de sine și atitudine critică vor fi exersate.</p>

### 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Introducere în brand și branding	2
Curs 2	Customer Based Brand Equity	2
Curs 3	Customer Based Brand Equity	2
Curs 4	Identificarea și alegerea poziționării brandului	2
Curs 5	Rezonanța brandului și lanțul valorii brandului	2
Curs 6	Crearea experienței de brand: identitatea verbală, vizuală și senzorială	2
Curs 7	Crearea experienței de brand: identitatea verbală, vizuală și senzorială	2
Curs 8	Cei patru vectori ai tangibilității brandului	2
Curs 9	Design-ul și implementarea arhitecturii de brand	2
Curs 10	Design-ul și implementarea arhitecturii de brand	2
Curs 11	Auditul de brand	2
Curs 12	Măsurarea surselor de capital de brand	2



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 13	Măsurarea surselor de capital de brand	2
Curs 14	Măsurarea performanței capitalului de brand	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		Nr. ore
Sem 1	Furnizarea informațiilor privind criteriile de evaluare Furnizarea informațiilor privind bazele metodologice de realizare a proiectului de semestru: - formarea echipelor de proiect; furnizarea ghidului de proiect Care sunt cele mai puternice branduri?	2
Sem 2	Cunoașterea brandului. Modelul rețelei neuronale	2
Sem 3	Puncte de paritate și puncte de diferențiere Brand Report Card	2
Sem 4	Alegerea elementelor de brand	2
Sem 5	Crearea valorii pentru client Utilizarea asocierilor de brand în construcția capitalului de brand	2
Sem 6	Livrarea experienței de brand Livrarea promisiunii de brand	2
Sem 7	Prezentarea proiect	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

Prelegere Dezbateri Expunere interactivă Studii de caz Conversația euristică Rezolvarea de aplicații, dezbateri, cercetarea și comentarea de texte		
---	--	--

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Keller, Kevin Lane, Strategic Brand Management, 4th edition, Pearson Education 2013
	• Landor, The Essentials of Branding, McGraw-Hill, 2010
	• Wheeler, Alina, Designing brand identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 4th edition, John Wiley&Sons, 2012
	• Olins, Wally, Brand new: The shape of brands to come, Thames&Hudson, 2014
	• Olins, Wally, The Brand Handbook, Thames&Hudson, 2008
Referințe bibliografice suplimentare	• Steenkamp, Jan-Benedict, Global Brand Strategy: World-wise Marketing in the Age of Branding, Palgrave Macmillan, 2017
	• Trout, Jack, Rivkin, Steve, Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition, 2nd Edition, John Wiley&Sons, 2008
	• Trout, Jack, Rivkin, Steve, Repositioning: Marketing in an Era of Competition, Change and Crisis, McGraw-Hill, 2010
	• Neumeier, Marty, The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design, New Riders Publishing, 2005

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

Elaborarea conținutului disciplinei urmărește un grad înalt de compatibilizare cu programe din străinătate. De asemenea, în elaborarea acestuia au fost implicați reprezentanți ai mediului de afaceri. Conținutul disciplinei



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

se actualizează în permanență, în concordanță cu noutățile din domeniu.

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Evaluare pe parcursul semestrului	10%	-
		Examen final	20%	
Seminar/ Laborator	Dezvoltarea și prezentarea proiectului	Prezentare proiect	30%	CPE CEF
	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Evaluare pe parcursul semestrului	10%	
	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Studii de caz individuale	30%	CEF

**Standard minim de performanță**

- Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5 (cinci);
- Studentul trebuie să cunoască conceptele cheie cu care operează disciplina verificate prin evaluare finală;
- Studentul trebuie să aibă capacitatea de a transpune în lucrări practice conceptele teoretice – soluționarea studiilor de caz și realizarea proiectului în echipă.

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 28.09.2020

Data avizării în Departament: 30.09.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia BUDAC	



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Științe Economice
Ciclul de studii	Masterat
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	<b>STRATEGII ÎN ACHIZIȚII ȘI DESFACERE</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	I	II	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DD			
Titular activității curs	lect. univ. dr. Anca Văcar (suplinită de lect. univ. dr. Alma Pentescu)			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	lect. univ. dr. Anca Văcar (suplinită de lect. univ. dr. Alma Pentescu)			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1			3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		69
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		30
Tutoriat:		2
Examinări:		2



Total ore alocate studiului individual ( $NOSI_{sem}$ )	133
Total ore pe semestru ( $NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$ ) = nr. credite x 25	175

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Microeconomie, Macroeconomie, Management, Marketing
Competențe	Cunoașterea conceptelor specifice managementului

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Laptop sau smartphone cu acces la internet
De desfășurare a sem/lab/pr	Laptop cu acces la internet. Termenul predării lucrărilor de seminar este stabilit de titular de comun acord cu studenții.

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea teoriilor, conceptelor, metodelor și instrumentarului necesare proceselor manageriale, în corelație cu mediul organizației</li><li>• Explicarea, interpretarea și corelarea factorilor care constituie mediul intern și extern al organizației în dinamica acestora</li><li>• Aplicarea de metode, tehnici și instrumente manageriale în rezolvarea de probleme/situații bine definite în dinamica mediului intern și extern al organizației</li><li>• Evaluarea critic-constructivă a utilizării metodelor de monitorizare și diagnosticare a mediului intern și extern al organizației</li><li>• Realizarea de lucrări de analiză, diagnoză, audit privind funcționarea organizației</li></ul> <p>Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea conceptelor, metodelor și instrumentarului necesare elaborării de strategii și politici organizaționale</li><li>• Explicarea conceptelor, metodelor și instrumentarului necesare elaborării de strategii și politici organizaționale</li><li>• Aplicarea de metode, tehnici și instrumente manageriale de elaborare, implementare, monitorizare și revizuire a strategiilor și politicilor organizației</li><li>• Utilizarea de metode și criterii de evaluare a strategiilor și politicilor organizaționale</li></ul>
-------------------------	--





	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizarea de proiecte de implementare a strategiilor și politicilor organizaționale</li></ul> Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) <ul style="list-style-type: none"><li>• Descrierea conceptelor de bază și a metodelor specifice sistemului managerial și a subsistemelor sale</li><li>• Explicarea conceptelor de bază și a metodelor specifice sistemului managerial și a subsistemelor sale</li><li>• Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru eficientizarea sistemului managerial și a subsistemelor sale</li><li>• Evaluarea critic-constructivă a funcționării, a sistemului managerial și a subsistemelor sale</li><li>• Realizarea de studii/lucrări privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale</li></ul>
Competențe transversale	Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• Familiarizarea cu principalele concepte și noțiuni folosite în disciplina „Strategii în achiziții și desfacere”.</li></ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dobândirea abilităților necesare pentru a aplica în practică o serie de cunoștințe teoretice dobândite în vederea elaborării și adoptării deciziilor privind aprovizionarea și desfacerea.</li><li>• Stăpânirea conceptelor și noțiunilor necesare pentru proiectarea, fundamentarea și realizarea strategiilor eficiente în domeniul aprovizionării desfacerii.</li><li>• Abordarea problematicii circumscrise activității de aprovizionare și vânzare dintr-o firmă din perspectiva necesității de eficientizare a acestor activități.</li><li>• Promovarea, construirea și menținerea unui astfel de tip de relații cu mediul ambiant, care să fie benefic pentru firmă.</li></ul>

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Mediul de marketing al întreprinderii (recapitulare) și influența acestuia în deciziile privind aprovizionarea și desfacerea	2
Curs 2	Aprovizionare și desfacere în industria de fast fashion	2
Curs 3	Managementul achizițiilor (aprovizionării) - importanță, definire, rol, activități	2



Curs 4	Stocurile de mărfuri	2
Curs 5	Planificarea stocurilor în condiții de certitudine	2
Curs 6	Planificarea stocurilor în condiții de incertitudine	2
Curs 7	Controlul continuu și periodic al stocurilor	2
Curs 8	Controlul agregat al stocurilor	2
Curs 9	Aspecte practice privind achizițiile – invitat extern	2
Curs 10	Aspecte privind achizițiile publice	2
Curs 11	Strategii în investigarea pieței de desfacere (vânzare). Aspecte strategice privind managementul desfacerii (vânzării)	2
Curs 12	Strategii în investigarea pieței de desfacere (vânzare). Decizii privind distribuția magazinelor	2
Curs 13	Programe de fidelizare a clienților	2
Curs 14	Aspecte practice privind desfacerea (vânzarea) – invitat extern	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		<b>Nr. ore</b>
Sem 1	Influența mediului asupra deciziilor în achiziții și desfacere – studiu de caz	2
Sem 2	Aprovizionare și desfacere în industria de fast fashion – studiu de caz	2
Sem 3	Aspecte practice privind stocurile de mărfuri	2
Sem 4	Metoda Just-In-Time	2
Sem 5	Incoterms	2
Sem 6	Decizii privind strategia de preț	2
Sem 7	Tendențe la nivel global în retail	2
<b>Total ore seminar:</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

Curs și seminar	Prelegerea, expunerea, dezbateră	Studii de caz, aplicații
-----------------	----------------------------------	--------------------------

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bălan C., 2006, <i>Logistica: parte integrantă a lanțului de aprovizionare-livrare</i>, Editura Uranus, București</li> <li>• Berman B., Evans J., Chatterjee P., 2017, <i>Retail Management: A Strategic Approach</i>, 13<sup>th</sup> Edition, Pearson</li> <li>• Epure D.T. (coord.), 2013, <i>Managementul achizițiilor: o abordare strategică</i>, Ovidius University Press, Constanța</li> <li>• Johnson F., 2019, <i>Purchasing and Supply Management</i>, 16<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill Education</li> <li>• Monczka R.M., Handfield R.B., Giunipero L.C., Patterson J.L., 2020, <i>Purchasing and Supply Management</i>, 7<sup>th</sup> Edition, Cengage Learning</li> <li>• Popa V., 2009, <i>Supply Chain Management in Consumer Goods Industry &amp; Retail</i>, Valahia University Press, Târgoviște</li> </ul>
-------------------------------------	---



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Popa V., 2017, <i>Supply chain management for efficient consumer response (Managementul lanțului de distribuție/aprovizionare pentru un răspuns eficient al consumatorului)</i>, Valahia University Press Editura Zven, Târgoviște</li><li>• Romanica B.P. (coord.), 2010, <i>Catalog de bune/rele practici în achiziții publice</i>, Fundația Corona, Iași</li></ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chapman S., Arnold T., Gatewood A., Clive L., 2016, <i>Introduction to Materials Management</i>, 8<sup>th</sup> Edition, Pearson</li><li>• Clodfelter R., 2018, <i>Retail Buying: From Basics to Fashion</i>, 6<sup>th</sup> Edition, Fairchild Books</li><li>• Feinstein A.H., Hertzman J.L., Stefanelli J.M., 2017, <i>Purchasing: Selection and Procurement for the Hospitality Industry</i>, 9<sup>th</sup> Edition, Wiley</li><li>• Guth S., 2016, <i>Project Procurement Management: A Guide to Structured Procurements</i>, 2<sup>nd</sup> Edition, CreateSpace Independent Publishing Platform</li><li>• Voss C., Raz T., 2016, <i>Never Split the Difference: Negotiating As If Your Life Depended On It</i>, Harper Business</li></ul>

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

Disciplina *Strategii în achiziții și desfacere*, prin tematica cursurilor și a seminariilor, vizează identificarea și împlinirea nevoilor și așteptărilor angajatorilor din domeniul economic în vederea rezolvării cu succes a diferitelor situații de muncă circumscrise profesiei de manager în condiții de eficacitate și eficiență.

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea și înțelegerea conținutului disciplinei	Examen final	50%	CEF
Seminar/ Laborator	Aplicarea corectă a cunoștințelor dobândite	Proiect (în echipă)	30%	CEF
	Abilitatea de documentare (inclusiv într-o limbă străină), capacitatea de analiză și sinteză, însușirea și corecta utilizare a unui vocabular de specialitate	Recenzii ale unor articole recente	20%	CEF



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

### Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- înțelegerea conceptelor;
- realizarea proiectului.

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării:..... 30.09.2020

Data avizării în Departament:..... 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	lect. univ. dr. Alma Pentescu	
Titular seminar/laborator	lect. univ. dr. Alma Pentescu	
Director de departament	conf. univ. dr. Camelia Budac	

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	Tehnologia informațiilor și fundamentarea deciziilor de firmă			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	Op	I	II	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DD			
Titular activități curs	Prof.univ.dr.Mihăescu Liviu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Prof.univ.dr.Mihăescu Liviu			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1	2			3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
14	28			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		66
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		34
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		29
Tutoriat:		2
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		175

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesar a fi promovate anterior	Management
Competențe	



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Conexiune internet, laptop, videoproiector, tabletă grafică/tablă;
De desfășurare a sem/lab/pr	Conexiune internet, laptop, videoproiector, tabletă grafică/tablă;

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul organizației, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant.</li><li>evaluarea critic-constructivă a funcționării sistemului managerial și a subsistemelor sale și aplicarea principiilor și metodelor specifice pentru eficientizarea acestora;</li><li>explicarea și interpretarea cantitativă și calitativă, în mod diacronic și sincron, a informațiilor extrase din baze de date;</li><li>identificarea și soluționarea în timp real a unei probleme reale / ipotetice, de management, cu ajutorul tehnologiilor informației și comunicațiilor.</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>realizarea unui proiect complex, prin asumarea cu responsabilitate a sarcinilor specifice rolului într-o echipă plurispecializată și autocondusă;</li><li>soluționarea în timp real, în condiții de independență decizională, a unei probleme etice reale/ipotetice de la locul de muncă..</li></ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>însușirea și valorificarea conceptelor avansate ale activității de management informațional în condiții de eficiență, folosite în managementul modern</li><li>dezvoltarea deprinderilor și a capacităților practice din domeniul disciplinei.</li></ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>fixarea deprinderilor practice din activitatea curentă de informatizare a sistemului de management al firmei</li><li>dezvoltarea abilităților argumentative ale masteranzilor</li><li>formarea de capacități necesare pentru aplicarea cunoștințelor fundamentale din domeniu în activitatea economico-managerială;</li><li>dezvoltarea deprinderilor și a capacităților practice de aplicare a metodelor specifice disciplinei.</li></ul>

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Economia bazată pe cunoștințe	2
Curs 2	Firma bazată pe cunoștințe	2
Curs 3	Productivitatea cunoștințelor și a firmei bazate pe cunoștințe	2
Curs 4	Factorii care impulsionează dezvoltarea managementului bazat pe cunoștințe	2
Curs 5	Abordarea de ansamblu a managementului informațional în firma bazată pe cunoștințe	2
Curs 6	Modele, sisteme, metode și tehnici specifice aplicării tehnologiei informației	2
Curs 7	Noi abordări ale organizării și dezvoltării mediului cunoștințelor	2
Curs 8		
Curs 9		
Curs 10		



Curs 11		
Curs 12		
Curs 13		
Curs 14		
<b>Total ore curs:</b>		<b>14</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		<b>Nr. ore</b>
1	Economia bazată pe cunoștințe	2
2	Schimbări structurale în economia bazata pe cunostinte	2
3	Firma bazată pe cunoștințe	2
4	Resursele firmei bazate pe cunoștințe	2
5	Productivitatea cunoștințelor și a firmei bazate pe cunoștințe	2
6	Organizația care învață	2
7	Noi tipuri de firme bazate pe cunoștințe	2
8	Factorii care impulsionează dezvoltarea managementului bazat pe cunoștințe	2
9	Abordarea de ansamblu a managementului informațional in firma bazata pe cunoștințe	2
10	Modele, sisteme, metode și tehnici specifice aplicării tehnologiei informației	2
11	Noi abordări ale organizării și dezvoltării mediului cunoștințelor	2
12	Prezentare/Discutare roiecte	6
13		
14		
<b>Total ore seminar:</b>		<b>28</b>

### Metode de predare

Prelegerea, explicația, aplicații, studii de caz, discuția euristică, lucrul în echipă		
--	--	--

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Airinei,D.; Grama, A.; Fotache D. s.a, <i>Tehnologii informaționale aplicate în organizații</i>, Ed. Editura Universității" Alexandru Ioan Cuza, 2014;</li> <li>• Baltac, V., <i>Tehnologiile Informației - Noțiuni de bază</i>, Ed. Andreco International, 2011;</li> <li>• Lăzărică, M.;Negrea, G., <i>Sistemul informațional al firmei-cerințe europene</i>, Ed.Tribuna Economică, 2008;</li> <li>• Mihăescu, L., <i>Sisteme informaționale și aplicații informatice în administrarea afacerilor</i>, Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2009</li> <li>• Nicolescu, O.; Nicolescu, L., <i>Economia, firma și managementul bazat pe cunoștințe</i>, Editura Economică, 2005;</li> </ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicolescu O., Nicolescu C., <i>Organizația și managementul bazate pe cunoștințe</i>, Editura ProUniversitaria, București, 2011;</li> <li>• Senge, M., P., <i>A cincea disciplină. Arta și practica organizațiilor care învață</i> (Ed. actualizată), Ed. Businessstech, 2012.</li> <li>• Articole științifice din domeniu.</li> </ul>

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.
---



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere în nota finală	Obs.**
Curs	Răspunsuri la examen	Examen scris, care va consta într-un test alcătuit din întrebări deschise/închise și aplicații	40%	CEF
Seminar/ Laborator	Teste pe parcursul semestrului	Evaluarea periodică prin verificări orale și/sau scrise	30%	CPE
	Atingerea și acoperirea aspectelor relevante Sustinerea referatului și răspunsurile la întrebări	Referat de sinteză, pe baza unei teme de la curs, documentat din surse (minim 4) științifice	20%	CPE
<b>Standard minim de performanță</b>				
<ul style="list-style-type: none"><li>• Studentul cunoaște principalele concepte, le recunoaște și le definește corect;</li><li>• Studentul dovedește cunoașterea bibliografiei obligatorii recomandate;</li><li>• Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat.</li></ul>				

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 15.09.2020

Data avizării în Departament: ..... 05.10.2020 .....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof.univ.dr. Liviu Mihăescu	
Titular seminar/laborator	Prof.univ.dr. Liviu Mihăescu	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	



**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	de Științe Economice
Departamentul	Management, Marketing, Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	<b>Strategii de retailing</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DA	I	II	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DD			
Titular activității curs	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1	2	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
14	28	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		41
Tutoriat:		0
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>		<b>175</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesare a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing;</li><li>• Management</li></ul>
Competențe	<ul style="list-style-type: none"><li>• Noțiuni de bază despre segmentare, alegerea piețelor țintă și poziționarea în cadrul acestora; mix-ul de marketing.</li></ul>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<ul style="list-style-type: none"><li>Noțiuni de bază despre modalitățile de organizare a activității comerciale, precum și a motivațiilor de la baza acestor decizii.</li></ul>
--	--

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Laptop sau smartphone cu acces la internet
De desfășurare a sem/lab/pr	Laptop cu acces la internet

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP1: Fundamentarea științifică a deciziilor privind strategiile de management și marketing ale firmei – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea (dinamica) dintre organizație și mediul său.</p> <p>CP2: Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea (interdependente și în concordanță cu evoluțiile mediului extern) a strategiilor și politicilor de management și marketing ale firmei.</p> <p>CP3: Elaborarea și implementarea sistemului managerial al firmei și a subsistemelor sale componente, și exercitarea funcțiilor managementului la nivelul organizației și al diviziilor/unităților de afaceri strategice ale acesteia.</p> <p>CP4: Exercițarea (eficace, eficientă și de manieră integrată a) managementului activității de marketing a firmei și a diviziilor/unităților de afaceri strategice ale acesteia.</p>
Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</p> <p>CT2: Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată autocondusă, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p> <p>CT3: Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>Disciplina conduce la însușirea conceptelor, componentelor și principiilor strategiilor în retailing. Ea își propune să explice și să interpreteze idei, proiecte și procese ce sunt specifice strategiilor în retailing și, de asemenea, să confere abilități cu privire la înțelegerea manierei în care se pot aplica diferitele strategii în retailing pe diversele formate de magazine și unități de alimentație publică.</li></ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>Familiarizarea studenților cu principalele strategii în retailing, cu modalitatea de utilizare a acestora, asigurându-se astfel aplicarea unor cunoștințe dobândite în cadrul altor discipline. În egală măsură, dezvoltă studentului capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite, abilități de cercetare, creativitate și capacitatea de a concepe proiecte și de a le derula.</li></ul>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Organizațiile ce acționează în retail. Formele retailului: spre noi provocări.	1
Curs 2	Comportamentul consumatorului și punctul de vânzare	1
Curs 3 & 4	Studiile de piață în retailing.	2
Curs 5	Realizarea strategiilor în retail. Dezvoltarea unei strategii internaționale. Conceperea și dezvoltarea conceptului de brand.	1
Curs 6	Retailing mix. Localizarea punctelor de vânzare.	1
Curs 7	Marketingul punctului de vânzare.	1
Curs 8	Fidelizarea clientului prin analiza așteptărilor sale și a cumpărăturilor de tip multicanal.	1
Curs 9 & 10	Managementul resurselor umane în retail.	2
Curs 11	Managementul intern al companiilor ce acționează în retail.	1
Curs 12	Retail coaching.	1
Curs 13	Logistică și supply chain management în retail.	1
Curs 14	Managementul strategic al companiilor de retail.	1
<b>Total ore curs:</b>		<b>14</b>
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Independenții și sucursalismul. Franciza. Alte forme organizaționale ale retailului. Formatele fizice ale retailului. Metodele de vânzare: de la butic la mobile retailing. Noile modele de afaceri.	2 ore
Sem 2	Comportamentul omni-canal al consumatorilor. Gestionarea relației cu clientul în retail.	2 ore
Sem 3	Sursele interne și externe de informare. Studiile "eye-tracking" în cadrul magazinului.	2 ore
Sem 4	Gestionarea portofoliului de branduri. De la oportunitate la oportunitatea studiată. Gestionarea fazelor procesului de internaționalizare.	2 ore
Sem 5	Politicile de asortiment. Strategiile de preț ale retailerilor. Strategiile spațiale ale companiilor de retail.	2 ore
Sem 6&7	Designul punctului de vânzare. Merchandisingul. Serviciile în retail și participarea clientului.	4 ore
Sem 8&9	Noile așteptări ale consumatorului, ATAWAD. Tehnologiile care favorizează orientarea spre client. Cazuri concrete de firme de comerț orientate spre clienți.	4 ore
Sem 10	Formarea managerilor de magazine.	2 ore
Sem 11	Politicile sociale în companiile de retail. Evoluția meseriilor ce aparțin retailului.	2 ore
Sem 12	Cum să creștem motivația și eficiența comercială în magazin.	2 ore
Sem 13	Integrarea logistică în retail. Progrese tehnice și structurale.	2 ore
Sem 14	Strategiile retailerilor. Fuziuni și achiziții în retail. Strategiile internaționale ale retailerilor.	2 ore
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>28</b>

## Metode de predare

Prelegerea, conversația, explicația, studiul de caz



## Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cliquet G. et al., <i>Retailing. Management et marketing du commerce</i>, Dunod, Paris, 2018</li> <li>• Chatain A. et al., <i>Management des unités commerciales</i>, Foucher, 2011;</li> <li>• DeHerder R., Blatt D., <i>Shopper Intimacy. A Practical Guide to Leveraging Marketing Intelligence to Drive Retail Success</i>, Pearson Education, 2011;</li> <li>• Dioux J., Dupuis, M., <i>La distribution. Stratégies des réseaux et management des enseignes, 2e édition</i>, Pearson Education France, 2016</li> <li>• Dunne P., Lusch R., Carver J., <i>Retailing</i>, 8<sup>th</sup> Edition, Cengage Learning, 2017;</li> <li>• Meshner L., <i>Basics Interior Design. Retail Design</i>, AVA Publishing, 2010;</li> <li>• Mutum, D.S., Roy, S.K., Kipnis, E., <i>Marketing cases from emerging markets</i>, Springer, 2014;</li> <li>• Pantano, E., Timmermans, H., <i>Advanced Technologies Management for Retailing: Frameworks and Cases-Business Science Reference</i>, IGI Global, 2011</li> </ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benoit M., <i>Retail coaching</i>, 2e Edition, Maxima, Paris, 2013</li> <li>• Bruce M., Moore C., Birtwistle G., <i>International Retail Marketing. A Case Study Approach</i>, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2014</li> <li>• Lincoln K., Thomassen L., <i>How to Succeed at Retail. Winning case studies and strategies for retailers and brands</i>, Kogan Page, 2009</li> <li>• M., <i>Buyology: adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm</i>, ed. Publica, București, 2011</li> <li>• Zentes J., Morschett D., Schramm-Klein H., <i>Strategic Retail Management. Text and International Cases</i>, Gabler, 2017</li> </ul>

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

Studiile de caz și aplicațiile practice utilizate reflectă aspecte de specificitate ale activității comerciale, atât la nivel internațional, cât și național. Conținutul disciplinei se actualizează în permanență, în concordanță cu noutățile din domeniu.

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea conținutului suportului de curs	Examen scris on-line	50%	CEF
	Cunoașterea principalelor aspecte discutate în timpul cursurilor și seminariilor			CEF
Seminar/ Laborator	Abilitatea de documentare (inclusiv într-o limbă străină), capacitatea de analiză și sinteză, însușirea și corecta utilizare a unui vocabular de specialitate	Evaluare orală continuă, teme	20%	CEF



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	Aplicarea corectă a cunoștințelor dobândite	Proiect (în echipă) prezentat on-line	30%	CEF
Standard minim de performanță				
<ul style="list-style-type: none"><li>• însușirea vocabularului specific disciplinei;</li><li>• înțelegerea conceptelor fundamentale;</li><li>• realizarea proiectului.</li></ul>				

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen;

CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 28/09/2020

Data avizării în Departament:.....05.10.2020.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu	
Titular seminar/laborator	Prof. univ. dr. Lucian Belășcu	
Director de departament	Conf. univ. dr. Camelia Budac	

### FIȘA DISCIPLINEI

#### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
1.2 Facultatea / Departamentul	De Științe Economice
1.3 Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Strategii de management și marketing ale firmei

#### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Managementul marketingului în firma modernă					
2.2 Titularul activităților de curs		Lect. Univ. Dr. Mihai Țichindelean					
2.3 Titularul activităților de seminar		Lect. Univ. Dr. Mihai Țichindelean					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DD

#### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	36	din care: 3.2 curs	24	3.3 seminar/laborator	12
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					43
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					42
Tutorat					2
Examinări					2
Alte activități .....					-
3.7 Total ore studiu individual			139		
3.9 Total ore pe semestru			175		
3.10 Numărul de credite			7		

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> <li>• Microeconomie</li> </ul>
4.2 de competențe	-

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	-



### 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și definirea conceptelor, metodologiilor și instrumentelor de lucru și de cercetare în mediile profesionale și creative de marketing comune corporațiilor.</li> <li>• Identificarea și definirea sistemelor clasice și a celor integrate de marketing și a metodelor marketingului modern de analiză și măsurare a performanțelor de marketing ale organizației</li> <li>• Formularea strategiilor de piață și a politicilor de marketing în raport de variabilele endogene ale organizației și factorii de mediu, ca urmare a unor analize de tip SWOT, cauză-efect, etc.</li> <li>• Explicarea mecanismului de gestionare a relațiilor cu consumatorii, concurenții și ceilalți participanți din piață.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;</li> <li>• Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea și aplicarea conceptelor de bază ale managementului marketingului.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea și aplicarea unei cercetări de marketing și utilizarea rezultatelor acestei în dezvoltarea strategiilor, planurilor și programelor de marketing;</li> <li>• Utilizarea limbajului specific prin participarea la dezbateri pe diferite subiecte;</li> <li>• Dezvoltarea gândirii analitice;</li> <li>• Dezvoltarea gândirii creative.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Definirea managementului marketingului pentru secolul XXI	Prelegere/Dezbatere	4
Colectare de informații și estimarea cererii	Prelegere/Dezbatere	4
Derularea cercetării de marketing	Prelegere/Dezbatere	4
Intrarea în conexiune cu clienții	Prelegere/Dezbatere	2
Analiza piețelor de consum	Prelegere/Dezbatere	2
Poziționarea mărcii	Prelegere/Dezbatere	2
Stabilirea strategiei produsului	Prelegere/Dezbatere	2
Determinarea strategiilor și programelor de stabilire a prețurilor	Prelegere/Dezbatere	2
Rețele de furnizare a valorii și canale de marketing	Prelegere/Dezbatere	2
Gestionarea comunicării de masa	Prelegere/Dezbatere	2
Gestionarea comunicării personale	Prelegere/Dezbatere	2
Bibliografie: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kotler, Ph., Keller, K.L. – Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, 2016;</li> <li>- Lilien, L., Gary, Rangaswamy, Arvid, De Bruyn, Arnaud– Principles of Marketing Engineering and Analytics, 3<sup>rd</sup> Edition, DecisionPro Inc., 2017;</li> <li>- Malhotra N.K., - Marketing Research. An Applied Orientation, 6th Edition, Pearson Education, 2010</li> <li>- Solomon, M.R. – Consumer Behavior, 10<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, 2013.</li> </ul>		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Derularea cercetării de marketing	Studiu de caz	2
Analiza piețelor de consum	Studiu de caz	2
Poziționarea mărcii	Studiu de caz	2
Stabilirea strategiei produsului	Studiu de caz	2
Determinarea strategiilor și programelor de stabilire a prețurilor	Studiu de caz	2
Rețele de furnizare a valorii și canale de marketing	Studiu de caz	2
Gestionarea comunicării de masa	Studiu de caz	2
Bibliografie: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Studii de caz HBS</li> </ul>		

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

În vederea stabilirii conținuturilor și a metodelor de predare au fost consultate platformele altor universități de profil din țară și din străinătate, iar pe de altă parte s-a ținut cont de așteptările angajatorilor după cum au fost ele formulate în dialogurile dintre reprezentanții mediului de afaceri și universitate.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------





**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Ministerul Educației Naționale și Cercetării Științifice

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu  
Facultatea de Științe Economice

10.4 Curs	Înșușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs	Examen final ora	40%
	Înșușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs	Teste de tip grilă în urma fiecărui curs	30%
10.5 Seminar/laborator	Realizarea proiectului de seminar	Evaluare de grup	40%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci);</li><li>• Studentul trebuie să înțeleagă conceptele cheie cu care operează disciplina verificate prin examenul final oral; examenul final este considerat trecut dacă studentul obține minim nota 5 (cinci);</li><li>• Studentul trebuie să aibă capacitatea de a transpune în lucrări practice conceptele teoretice – realizarea proiectului de seminar și participarea la dezbateri.</li></ul>			

Data completării

30.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura șefului departamentului



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## FIȘA DISCIPLINEI\*

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei, B4

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	<b>Finanțe manageriale</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	II	I	7
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E				
Titular activități curs	Prof.univ.dr. Livia Ilie			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Prof.univ.dr. Livia Ilie			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	21	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		50
Tutoriat:		10
Examinări:		3
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		175

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	-
Competențe	-



## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	-
De desfășurare a sem/lab/pr	-

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Competențele profesionale specifice dobândite la disciplina Finanțe manageriale au în vedere cunoașterea, înțelegerea conceptelor de bază ale domeniului, precum și utilizarea cunoștințelor pentru gestiunea financiară a unei firme:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• utilizarea corectă a termenilor de specialitate din domeniul managementului financiar;</li><li>• definirea conceptelor specifice analizei financiare a unei companii;</li><li>• rezolvarea de probleme specifice analizei financiare;</li><li>• capacitatea de a folosi cunoștințele dobândite în decizia de investiții;</li><li>• capacitatea de a determina structura optimă a capitalului unei companii;</li><li>• capacitatea de a înțelege valoarea unei companii</li></ul>
Competențe transversale	<p>În cadrul disciplinei se promovează valori și atitudini precum eficiență economică, raționalitate economică, comportament economic activ și responsabil, contribuind în același timp și la dobândirea următoarelor competențe transversale:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• capacitatea de analiză și sinteză;</li><li>• reacția pozitivă la sugestii, cerințe, sarcini didactice, satisfacția de a răspunde;</li><li>• implicarea în activități științifice în legătură cu disciplina;</li><li>• capacitatea de a avea un comportament etic;</li><li>• abilitatea de a colabora cu specialiștii din alte domenii.</li></ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceptelor, instrumentelor și metodelor decizionale utilizate la nivelul departamentului financiar al unei companii.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoașterea principiilor generale în luarea deciziilor financiare.</li><li>• Înțelegerea deciziei de investiții, a deciziei de finanțare și a celei de dividend la nivelul companiei.</li><li>• Înțelegerea factorilor cheie care determină valoarea companiei.</li><li>• Dezvoltarea cunoștințelor și abilităților pentru analiza performanțelor unei companii.</li></ul>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Finanțe manageriale: o privire de ansamblu	2
Curs 2	Situațiile financiare ale unei firme	2
Curs 3	Sistemul financiar și rolul său în deciziile firmei	4
Curs 4	Analiza performanțelor economice ale unei firme	4
Curs 5	Decizia de investiții la nivelul firmei	4
Curs 6	Finanțarea firmei de-a lungul ciclului de viață	2
Curs 7	Structura de capital a unei firme	4
Curs 8	Politica de dividende a unei firme publice	4
Curs 9	Implicațiile deciziilor financiare asupra valorii firmei	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Funcțiile departamentului financiar într-o firmă	1
Sem 2	Înțelegerea situațiilor financiare principale	2
Sem 3	Analiză financiară	3
Sem 4	Valoarea în timp a banilor.	1
Sem 5	Cash flow-uri.	1
Sem 6	Valoare actualizată netă	1
Sem 7	Structura capitalului firmei: teorie și practică	2
Sem 8	Politica de dividend	1
Sem 9	Valoarea firmei – factori determinanți	1
Sem 10	Fișă recapitulativă	1
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

## Metode de predare

Expunerea; Dezbaterile și problematizarea; Studiul de caz; Demonstrația; Lucrul în echipe		
--	--	--

## Bibliografie



Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> <li>Brealey, R. A. and Myers, S. C., Markus, A., <i>Principles of Corporate Finance</i>, McGraw-Hill, 2012</li> <li>Dragota, V., Mitrica, F., Catarma, D., Novac, L E, <i>Basic Finance</i>, Editura ASE, 2009</li> <li>Emery, D., Finnerty, J., Stowe, J., <i>Corporate Financial Management</i>, Prentice Hall, 2004</li> <li>Halpern, P., Weston, J.F., Brigham, E.F., <i>Finanțe manageriale – modelul canadian</i>, Editura Economică, 1998</li> <li>Harrison, W., Horngren, Ch., <i>Financial Accounting</i>, Prentice Hall, 2006.</li> <li>Ilie, L., <i>Dividend Controversy: a theoretical approach</i>, Studies in Business and Economics, vol 6.3., 2011, ISSN 1842-4120</li> <li>Ilie, L., Belascu, L., Ilie, A., <i>Trends in the Investment Banking Industry</i>, Proceedings of the 18<sup>th</sup> International Economic Conference Crises after the Crisis. Inquiries from a national, European and global perspective, ULB Sibiu, mai 2011, ISBN 978-606-12-0139-6</li> <li>Keown, A., Martin, J., Petty, W., Scott, D., <i>Financial Management: Principles and Applications</i>, Prentice Hall, 2002</li> <li>Revsine, L., Collins, D., Johnson, B., <i>Financial Reporting and Analysis</i>, Prentice Hall, 2005.</li> <li>Stancu, D., Stancu, I., <i>Finanțe corporative cu Excel</i>, Editura Economica, 2012</li> </ol>
Referințe bibliografice suplimentare	Ziarul financiar
	Capital
	Bursa
	Financial Times

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

Disciplina Finanțe manageriale asigură însușirea noțiunilor fundamentale necesare oricărui economist, fiind baza teoretică pe care se fundamentează majoritatea competențelor specifice și transversale din domeniul administrării afacerilor.

**10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor specifice	Examen scris și oral	60%	
		Participarea la ursc	10%	
Seminar/ Laborator	Rezolvarea de probleme	Proiect de echipă	30%	
	Studii de caz, proiecte de echipă, participare la discuții	Evaluare pe parcurs a contribuțiilor		

**Standard minim de performanță**

- Studentul cunoaște care sunt principalele concepte, le recunoaște și le definește corect;
- Cunoaște cel puțin o parte dintre formulele de calcul și le folosește corespunzător;
- Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat.
- Dovedește cunoașterea bibliografiei obligatorii recomandate. Studentul cunoaște și folosește corect noțiunile și conceptele studiate.



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 30.09.2020

Data avizării în Departament:.....05.10.2020.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof.univ.dr. Livia Ilie	
Titular seminar/laborator	Prof.univ.dr. Livia Ilie	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	



## FIȘA DISCIPLINEI\*

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	II (Master)
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Economia riscului			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	2	1	7
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Dr. Opreana Claudiu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Dr. Opreana Claudiu			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		42
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		33
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		42
Tutoriat:		14
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		175

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economie managerială</li> <li>Analiza diagnostic a mediului de afaceri</li> </ul>
Competențe	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor / conceptelor și instrumentarului de bază ale administrării afacerilor, în vederea explicării și operationalizării aplicate a acestora, precum și a realizării de conexiuni



## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Sesiuni online/E-learning utilizand aplicatiile Google Classroom si Google Meet
De desfășurare a scm/lab/pr	Sesiuni online/E-learning utilizand aplicatiile Google Classroom si Google Meet

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea și cunoașterea problemelor care fac obiectul de studiu al economiei riscului și al incertitudinii;</li><li>• Definirea și descrierea principalelor concepte cu care operează economia riscului;</li><li>• Identificarea și descrierea principalelor situații de risc în economie.</li><li>• Disciplina conduce la însușirea de către viitorii economiști a componentelor, principiilor și noțiunilor de bază ale funcționării economiei în condiții de risc și incertitudine prin interpretarea deciziilor luate în aceste condiții; Explicarea mecanismelor ce acționează în condiții de risc și incertitudine; Explicarea factorilor de influență.</li><li>• Familiarizarea studenților cu situații generate de riscurile și incertitudinile economiei globale și economiei întreprinderii</li><li>• prezentarea noțiunilor de risc interpretate de diferite curente de gândire; înțelegerea spiritului antreprenorial din perspectiva riscului în afaceri</li><li>• analiza unor studii de caz și capacitatea de corelare a elementelor teoretice studiate cu cazuri din realitatea economică;</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitatea studentului de a transpune în practică cunoștințele dobândite, abilități de cercetare, creativitate și capacitatea de a concepe proiecte și de a le derula.</li><li>• Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</li><li>• Realizarea unui proiect complex, prin asumarea cu responsabilitate a sarcinilor specifice rolului într-o astfel de echipa.</li><li>• Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</li><li>• Elaborarea și susținerea cu argumente a aplicării unui proiect pentru dezvoltare profesională.</li></ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea (integrativă și interdisciplinară a) conținutului, principiilor și instrumentelor economiei riscului – în contextul evoluțiilor și tendințelor înregistrate în economia globală
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Familiarizarea studenților cu formele de risc, de la riscul inerent afacerilor la riscul existent în piețele financiare și alte piețe specifice;</li><li>• Dobândirea cunoștințelor necesare pentru evaluarea și gestionarea riscurilor;</li><li>• Îmbogățirea bazei de cunoștințe necesare în procesul de</li></ul>





	<p>evaluare al întreprinderilor cu cele privitoare la problematica riscului, relevarea conceptelor specifice economiei riscului, identificarea și explicarea evoluțiilor în planul teoriei și practicii managementului riscului;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevarea elementelor specifice analizei riscului și incertitudinii în economia globală;</li> </ul>
--	---

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Fundamentele Economiei Riscului	2
Curs 2	Modele decizionale în condiții de risc	2
Curs 3	Metode de identificare și măsurare a riscului	2
Curs 4	Monitorizarea și controlul riscului	2
Curs 5	Economia riscului la nivelul firmei	2
Curs 6	Economia riscului la nivelul individului	2
Curs 7	Riscul în contextul economiei globale	4
Curs 8	Managementul riscurilor bancare	4
Curs 9	Riscul și randamentul activelor	4
Curs 10	Gestionarea riscurilor pe piețele financiare internaționale	4
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Elemente introductive – Fundamentarea conceptelor	2
Sem 2	Procesul de management al riscului: identificare, evaluare, monitorizare și control	2
Sem 3	Aplicații privind gestionarea riscului la nivelul firmei	2
Sem 4	Metode de cuantificare a riscurilor bancare	2
Sem 5	Risc versus randament - Aplicații privind gestiunea portofoliilor financiare	2
Sem 6	Aplicație privind tranzacționarea și gestionarea activelor financiare pe piețele internaționale	4
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

## Metode de predare

Prelegere; dezbateri; problematizare; studii de caz; aplicații informatice online		
---	--	--

## Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Carretta A., Farina V. and Schwizer P. - <i>Risk culture and banking supervision, Journal of Financial Regulation and Compliance</i> , 2017, Volume 25, Issue 2, ISSN: 1358-1988
	• Razvan Serbu, <i>Risc și Incertitudine în economia globală</i> , suport curs 2011
	• Hopkin Paul - <i>Fundamentals of Risk Management: Understanding, evaluating and implementing effective risk management</i> , Kogan Page Publishers, 2017
	• Horobet, Alexandra, <i>Managementul Riscului în Investițiile Internaționale</i> , București, Editura ALL Beck, 2005
	• Roubini, Nouriel și Mihm Stephen, <i>Economia crizelor</i> , Editura Publica, 2010
	• Stiglitz, Joseph, <i>În cădere liberă</i> , Editura Publica, 2010
	• Steve Case- The Third Wave, <i>An entrepreneur's vision of the future</i> , Simon and Schuster Inc, 2016



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sweeting Paul - <i>Financial Enterprise Risk Management</i>, Cambridge University Press, 2017</li> </ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akerlof, George A. și Kranton, Rachel E., <i>Economia identității</i>, Editura Publica, 2011</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akerlof George, Shiller Robert, <i>Spirite animale</i>, Ed. Publica, 2010</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ariely, Dan, <i>Irrational în mod previzibil</i>, Ed. Publica, 2010</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minsky, Hyman P., <i>Cum stabilizăm o economie instabilă</i>, Editura Publica, 2011</li> </ul>

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

<p>Se realizeaza prin:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunostintele (teoretice si aplicative) dobandite <ul style="list-style-type: none"> <li>• consonante cu noile teorii si practici ale domeniului</li> <li>• adaptate nevoilor dinamice ale pietei muncii</li> <li>• capabile a dezvolta abilitati si competente relevante practicii in domeniu</li> </ul> </li> <li>• Dimensiunea accentuat aplicativa a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• studiilor de caz dezbatute saptamanal</li> <li>• proiectului final – Gestiunea unui portofoliu de active financiare pe pietele internationale</li> </ul> </li> <li>• Competente transversale dobandite de masteranzi in directiile: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gandire critica, creativa si inovativa</li> <li>• Comunicare / dezbateri</li> <li>• Lucru in echipa</li> <li>• Operare PC</li> <li>• Realizare de conexiuni – cu alte discipline si cu realitati organizationale concrete</li> </ul> </li> </ul> <p>Studiu individual si dezvoltare personala / profesionala</p>
---

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participarea la dezbateri (sesiuni online)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notare pe parcursul semestrului</li> </ul>	10%	CEF
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoasterea continutului si instrumentarului specifice disciplinei</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Examen scris – Test grila (Google Forms)</li> </ul>	50%	CEF
Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intelegerea situatiei concrete</li> <li>• Problematizarea</li> <li>• Identificarea si formularea solutiilor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proiecte / teme saptamanale – studii de caz (Google Classroom)</li> </ul>	20%	CEF



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atingerea și acoperirea aspectelor relevante</li> <li>• Culegerea, analiza și interpretarea datelor, fundamentarea deciziilor în condiții de risc, identificarea alternativelor pentru diminuarea riscului în economia globală.</li> <li>• Realizarea conexiunilor între secțiuni</li> <li>• Lucrul în echipă</li> <li>• Susținerea proiectului și răspunsurile la întrebări</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proiect final (Google Classroom)</li> </ul>	20%	CEF
<b>Standard minim de performanță</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• identificarea și clasificarea noțiunilor și instrumentelor de bază folosite; definirea, recunoașterea și enumerarea categoriilor fundamentale specifice;</li> <li>• conceptualizarea și operationalizarea noțiunilor de bază – identificate în studii de caz concrete;</li> <li>• atingerea la nivel minimal a cerințelor privind proiectul de investiții pe o platformă forex în condiții de risc și incertitudine;</li> </ul> <p>obținerea punctajului minim la testul grila final.</p>				

**(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.**

**(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;**

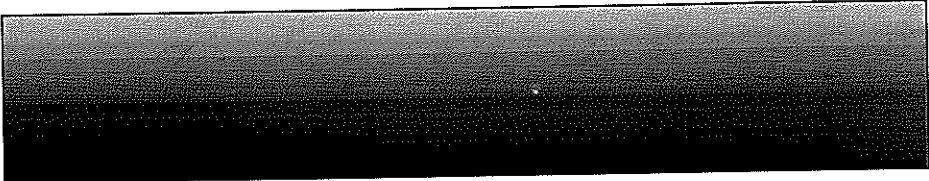
Data completării: .....25.09.2020.....

Data avizării în Departament: .....05.10.2020.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Dr. Opreana Claudiu	
Titular seminar/laborator	Dr. Opreana Claudiu	
Director de departament	Conf. Univ. Dr. Camelia Budac	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Management
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și Politici de Management și Marketing ale Firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	Managementul schimbării și dezvoltării organizaționale			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DS	II	4	6
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Ramona TODERICIU			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.univ.dr. Ramona TODERICIU			

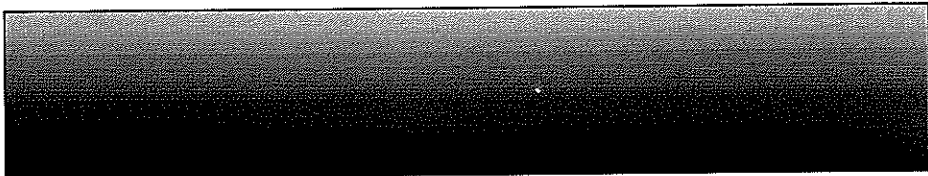
**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1.5	-	-	3.5
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	21			49

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual	Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	35
Tutoriat:	5
Examinări:	1
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )	101
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>	<b>150</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesar a fi promovate anterior	Management
Competențe	• Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</li> <li>Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</li> <li>Cunoașterea, înțelegerea, analiza și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și a metodelor fundamentale de investigare și prospectare specifice economiei de piață</li> </ul>
--	--

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Conexiune la Internet, laptop
De desfășurare a sem/lab/pr	Conexiune la Internet, laptop

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Să identifice factorii din mediile intern și extern care impun sau permit schimbarea.</li> <li>Să schițeze o strategie a schimbării.</li> <li>Să conducă un program de schimbare.</li> <li>Să depășească barierele care apar în calea schimbării.</li> <li>Să poată modifica cultura organizațională.</li> <li>Să poată schița o schimbare durabilă (sustenabilă).</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</li> <li>Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</li> <li>Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</li> <li>Cunoașterea, înțelegerea, analiza și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și a metodelor fundamentale de investigare și prospectare specifice economiei de piață.</li> </ul>

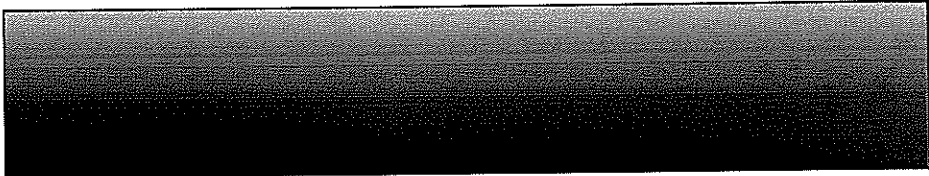
## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definirea cadrului conceptual al managementului schimbării</li> <li>Etapizarea procesului de schimbare și prezentarea unor modele de schimbare organizațională</li> <li>Evidențierea rolului comunicării și al motivării în implementarea programelor de schimbare</li> <li>Explicarea unor atitudini și comportamente ale resurselor umane în contextul schimbării organizaționale</li> <li>Proiectarea unui model cultural inovativ-evolutiv, ca vector al schimbării organizaționale</li> <li>Analiza corelativă a trinomului „creativitate - inovare - schimbare”</li> </ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea importanței schimbării și a rolului resursei umane în procesul de transformare a organizației.</li> <li>Identificarea factorilor din mediul extern și din mediul intern al organizației care constituie presiuni pentru schimbare.</li> <li>Deprinderea modului în care se dezvoltă și implementează o strategie a schimbării.</li> <li>Aflarea modului în care persoane diferite reacționează față de schimbare și înțelegerea modului în care acestea își pot modifica comportamentul, astfel încât programul de schimbare să reușească.</li> <li>Înțelegerea diferitelor abordări în privința modificării culturii organizaționale.</li> <li>Însușirea elementelor privind dinamica organizației și înțelegerea mecanismelor care favorizează o schimbare durabilă.</li> </ul>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu



• Înțelegerea conceptului de learning organization.

## 8. Conținuturi

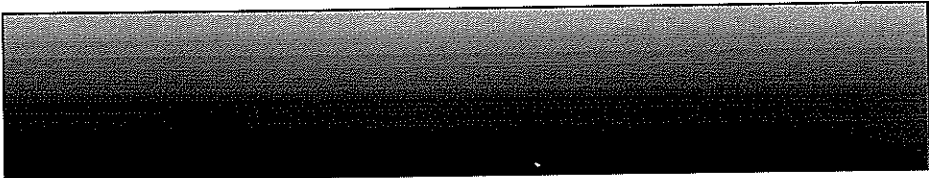
Curs		Nr. ore
Curs 1	Cadrul conceptual al managementului schimbării și inovării: <i>Conceptul de schimbare organizațională; Inovarea în organizații; Forțe și variabile implicate ale schimbării organizaționale;</i>	4
Curs 2		
Curs 3	Procesul de schimbare organizațională: <i>Etape ale procesului de schimbare; Metode utilizate în procesul schimbării; Modele de schimbare organizațională;</i>	6
Curs 4		
Curs 5		
Curs 6	Schimbarea organizațională, proiectare și implementare: <i>Oportunitatea schimbării; Comunicarea organizațională; Rezistența la schimbare;</i>	4
Curs 7		
Curs 8	Resursele umane, actori ai schimbării și inovării în organizații: <i>Învățarea organizațională și orientarea spre schimbare; Comportament inovativ; Rolul motivării în implementarea programelor de schimbare;</i>	4
Curs 9		
Curs 10	Schimbare și dezvoltare organizațională; <b>Strategii de schimbare și dezvoltare organizațională</b>	2
Curs 11	Cultura organizațională, vector al schimbării organizaționale	2
Curs 12	Organizația care învață - organizația sec .XXI	4
Curs 13		
Curs 14	Organizația specializată în schimbare	2
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		<b>Nr. ore</b>
Sem 1	Cadrul conceptual al managementului schimbării și dezvoltării organizaționale	3
Sem 2		
Sem 3	Procesul de schimbare organizațională	3
Sem 4		
Sem 5	Schimbarea organizațională, proiectare și implementare	3
Sem 6		
Sem 7	Resursele umane, actori ai schimbării și inovării în organizații	3
Sem 8		
Sem 9	Cultura organizațională inovativ-evolutivă	1.5
Sem 10	Organizația care învață- provocari pentru managementul organizației și pentru staff	4.5
Sem 11		
Sem 12		
Sem 13	Creativitate, inovare și schimbare în organizații	3
Sem 14		
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>21</b>

### Metode de predare

prelegerea, explicații, dezbateri pe marginea unor exemple concrete și a unor studii de caz, problematizarea, simularea de situații, metode de lucru în grup și individual, studiul bibliografiei

### Bibliografie

Referințe



bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> <li>Burduș, E., Managementul schimbării organizaționale, Editura Economică, București; (Ediția a doua),</li> <li>Clarke, Liz, 2002, Managementul Schimbării –ghid practice privind producerea, menținerea și controlul schimbării într-o firmă sau organizație, Editura Teora;</li> <li>Harrington, H. James; Harrington, James S., 2001, Management total în firma secolului 21, Editura Teora;</li> <li>Makin, P., Cox, Ch., 2006, Schimbarea în organizații. Optimizarea comportamentului angajaților, Editura Polirom,, București;</li> <li>Newton, R., 2009, Managementul schimbării pas cu pas. Tot ceea ce vă trebuie pentru a alcătui și a realiza un plan, Editura ALL, București;</li> <li>Revista MANAGER, 2012, Editura Universității din București, ISSN 1453-0538;</li> <li>Todericiu, R., Suport de curs, 2013;</li> <li><b>TODERICIU Ramona, FRATICIU Lucia, 2012, CHANGES AND CHALLENGES OF THE CONTEMPORARY KNOWLEDGE BASED ECONOMY, Revista Economica 4-5 (63)/2012, ISBN 978-606-12-0323-0, p:91-100;</b></li> <li><b>TODERICIU Ramona, SAVA Augustin, MUSCALU Emanoil, 2011, TALENT MANAGEMENT – CHALLENGE OF THE ROMANIAN HR THE BIGGEST, 18th International Economic Conference - IECS 2011 CRISES AFTER THE CRISIS. INQUIRIES FROM A NATIONAL, EUROPEAN AND GLOBAL PERSPECTIVE, SIBIU, ROMANIA, MAY 19-20;</b></li> <li>Titu, Mihail, <b>TODERICIU, Ramona, Muscalu, Emanoil – Study about the organizational climate in the modern organization</b>, Proceedings of the WSEAS CONFERENCES@HARVARD Harvard University. Harvard Graduate School of Education Gutman Conference Center 6 Appian Way, Cambridge, MA, USA, March 24/26, 2008, ISSN 1720-4320, ISBN 978-960-112-6766-11-1; ISI Document Delivery No. PX3610;</li> <li><b>Todericiu, Ramona, Fraticiu, Lucia, Grama, Blanca, CHANGE- DOMINANT CHARACTERISTIC OF THE 21st CENTURY AND ESSENTIAL FACTOR FOR ORGANIZATIONAL SUCCESS, International Economic Conference - IECS 2013, "POST CRISIS ECONOMY CHALLENGES AND OPPORTUNITIES "</b></li> </ol>
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> <li>Anderson, Dean &amp; Ackerman Anderson, Linda (2001). <i>Beyond change management</i>, San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.</li> <li>Elsevier Butterworth-Heinemann (2005). <i>Change management</i>, Oxford: Elsevier.</li> </ol>

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

se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea conceptelor specifice managementului schimbării.	Examen scris, care va consta într-un test alcătuit din întrebări deschise.	10%	
	Înțelegerea mecanismelor prin care schimbarea se poate realiza și poate căpăta un caracter durabil.			
Seminar/ Laborator	Identificarea factorilor din mediu (extern și intern) care generează schimbarea organizațională.	Teme pentru acasă	50%	CPE, CEF
	Discutarea unor cazuri reale.	Portofoliu activități seminar	40%	CPE, CEF
	Participarea activă la seminarii.			

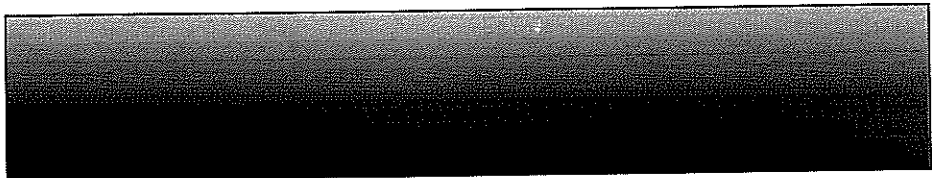
#### Standard minim de performanță

- Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci);
- Notele acordate sunt între 1 (unu) și 10 (zece);
- Examenul final este scris și durează 90 de minute.



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu



(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 25 .09.2020

Data avizării în Departament:.....05.10.2020.....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Ramona TODERICIU	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Ramona TODERICIU	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	



**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	<b>Analiza deciziilor strategice</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
		II	I	7
Tipul de evaluare	Categororia formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
	DD			
Titular activități curs	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		25
Tutoriat:		8
Examinări:		10
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		133
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>		<b>175</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesar a fi promovate anterior	Economie, statistică și matematică
Competențe	

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

De desfășurare a cursului	• Sală cu videoproiector și calculatoare cu acces la internet
---------------------------	---



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr • Sală cu videoproiector și calculatoare cu acces la internet

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>C1</b> - Fundamentarea științifică a deciziilor privind administrarea afacerilor în turism și servicii – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizația de turism/servicii și mediul său</li><li>• <b>C1.2</b> - Explicarea și interpretarea fenomenelor și proceselor economice specifice firmei de turism-servicii, în condițiile percepției corecte a mutațiilor care au loc la nivelul mediului global de afaceri</li><li>• <b>C1.3</b> - Aplicarea de modele și instrumente de analiză, evaluare și previziune pentru identificarea factorilor (interni și externi) care influențează dinamica proceselor ce se derulează în cadrul firmei și a impactului acestora</li><li>• <b>C1.4</b> - Fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate la nivelul firmei de turism/servicii</li><li>• <b>C1.5</b> - Analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul organizației de turism/servicii, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului ambiant</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>CT2</b> - Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și autocondusă și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</li></ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• Scopul acestui curs este de a introduce un set de metode de structurare și analiză a problemelor de luare a deciziilor și de a demonstra utilitatea acestor metode în situații practice. Situațiile care implică obiective multiple și/sau conflictuale sunt abordate prin modele de analiză multi-criterială a deciziilor, în timp ce situațiile contradictorii sunt abordate din prisma teoriei jocurilor.</li></ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Principalul obiectiv al cursului este de a arăta cum o combinație consecventă și realistă de date și aprecieri poate ajuta factorii de decizie să își atingă mai bine obiectivele.</li><li>• De asemenea, cursul este conceput pentru a spori capacitatea de decizie a studenților atunci când se confruntă cu alegeri strategice sau operaționale, dar și când selectează diferite oportunități de decizie și elaborează strategii și politici.</li></ul>

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	1. Introducere în analiza deciziilor strategice	2 ore
Curs 2	2. Structurarea problemelor pentru analiza deciziilor	2 ore
Curs 3	3. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 1	2 ore
Curs 4	4. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 2	2 ore
Curs 5	5. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 3	2 ore
Curs 6	6. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – partea 1	2 ore
Curs 7	7. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – partea 2 – statistică bayesiană	4 ore
Curs 8	8. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – partea 3	4 ore



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 9	9. Analiza datelor cu ajutorul soluțiilor software (IBM Watson Analytics / SPSS / EViews / Microsoft Excel)	6 ore
Curs 10	10. Concluzii	2 ore
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		<b>Nr. ore</b>
Sem 1	1. Introducere în analiza deciziilor strategice	2 ore
Sem 2	2. Structurarea problemelor pentru analiza deciziilor	2 ore
Sem 3	3. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 1	2 ore
Sem 4	4. Luarea deciziilor cu obiective multiple – partea 2	2 ore
Sem 5	5. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine	2 ore
Sem 6	6. Luarea deciziilor în condiții de incertitudine – statistică bayesiană	2 ore
Sem 7	7. Analiza datelor cu ajutorul soluțiilor software	2 ore
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

--	--	--

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ralph L. Keeney (1982) 'Decision Analysis: An Overview', Operations Research. INFORMS, 30(5), pp. 803–838. <a href="http://www.jstor.org.gate2.library.lse.ac.uk/stable/170347">http://www.jstor.org.gate2.library.lse.ac.uk/stable/170347</a>.</li> <li>• Ley-Borrás, R. (2015) 'Deciding on the Decision Situation to Analyze: The Critical First Step of a Decision Analysis', Decision Analysis, 12(1), pp. 46–58. doi: 10.1287/deca.2014.0308.</li> <li>• Keeney, Ralph L and Gregory (2005) 'Selecting Attributes to Measure the Achievement of Objectives.', Operations Research, 53(Issue 1, p1-11. 11p. 1 Diagram), pp. 1–11. doi: 10.1287/opre.1040.0158.</li> <li>• Ralph L. Keeney (2002) 'Common Mistakes in Making Value Trade-Offs', Operations Research. INFORMS, 50(6), pp. 935–945. <a href="http://www.jstor.org.gate2.library.lse.ac.uk/stable/3088614?seq=1#page_scan_tab_contents">http://www.jstor.org.gate2.library.lse.ac.uk/stable/3088614?seq=1#page_scan_tab_contents</a>.</li> <li>• Pöyhönen, M., Vrolijk, H. and Hämäläinen, R. P. (2001) 'Behavioral and procedural consequences of structural variation in value trees', European Journal of Operational Research, 134(1), pp. 216–227. doi: 10.1016/S0377-2217(00)00255-1.</li> <li>• P, M. and J, C. (no date c) 'Decision Analysis for the Professional', Capitolul 2, 3 și 4, <a href="https://smartorg.com/wp-content/uploads/2011/08/Decision-Analysis-for-the-Professional.pdf">https://smartorg.com/wp-content/uploads/2011/08/Decision-Analysis-for-the-Professional.pdf</a>.</li> <li>• Lawrence D. Phillips; Brian Everitt; David Howell (no date b) 'Bayesian belief networks.' <a href="https://moodle.lse.ac.uk/pluginfile.php/857856/mod_resource/content/0/Bayesian%20Belief%20Networks%20in%20ESBS%20Apr%2005.pdf">https://moodle.lse.ac.uk/pluginfile.php/857856/mod_resource/content/0/Bayesian%20Belief%20Networks%20in%20ESBS%20Apr%2005.pdf</a>.</li> <li>• Tversky, A. (no date) 'Judgment under uncertainty: Heuristics and biases', Science, 185(4157), pp. 1124–1131. <a href="http://science.sciencemag.org/content/185/4157/1124/tab-pdf">http://science.sciencemag.org/content/185/4157/1124/tab-pdf</a>.</li> </ul>
-------------------------------------	---



Referințe bibliografice suplimentare

- Belton, V. and Stewart, T. J. (2002) Multiple criteria decision analysis: an integrated approach. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Figueira, J., Greco, S. and Ehrgott, M. (2005) Multiple criteria decision analysis: state of the art surveys. New York: Springer.  
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780387230818>.
- Bouyssou, D. (2006) Evaluation and decision models with multiple criteria: stepping stones for the analyst. New York: Springer Science+Business Media.  
[http://eu.alma.exlibrisgroup.com/view/action/uresolver.do?operation=resolveService&package\\_service\\_id=5158422920002021&institutionId=2021&customerId=2020](http://eu.alma.exlibrisgroup.com/view/action/uresolver.do?operation=resolveService&package_service_id=5158422920002021&institutionId=2021&customerId=2020).
- Eisenführ, F., Weber, M. and Langer, T. (no date) Rational decision making. Berlin [etc.]: Springer.
- Keeney, R. L. (1996) Value-focused thinking: a path to creative decisionmaking. Cambridge, Mass: Harvard University Press.  
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780674039407>.
- Keeney, R. L. and Raiffa, H. (1993) Decisions with Multiple Objectives: Preferences and Value Trade-Offs. Cambridge: Cambridge University Press.  
<http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781139174084>.
- Goodwin, P. and Wright, G. (2004) Decision analysis for management judgment. 3rd ed. Chichester: Wiley.  
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780470861097>.
- Clemen, R. T. and Reilly, T. (2014) Making hard decisions with DecisionTools. 3rd ed. Mason, OH: South-Western, Cengage Learning.
- Ishizaka, A. and Nemery, P. (2013) Multi-criteria decision analysis: methods and software. Chichester: Wiley-Blackwell.  
<https://www.dawsonera.com/guard/protected/dawson.jsp?name=https://lse.ac.uk/idp&dest=http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9781118644928>.
- Chateaufneuf, A.; Cohen, M. D. (2010). "Cardinal Extensions of the EU Model Based on the Choquet Integral". In Bouyssou, Denis; Dubois, Didier; Pirlot, Marc; Prade, Henri. Decision-making Process: Concepts and Methods. <https://doi.org/10.1002/9780470611876.ch10>
- Ferretti, Valentina and Liu, Jun and Mousseau, V and Ouerdane, W (2017) Reference-based ranking procedure for environmental decision making: insights from an ex-post analysis. Environmental Modelling and Software, 99. pp. 11-24. ISSN 1364-8152, <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2017.09.009>
- Bottero, M. and Ferretti, V. and Figueira, J. R. and Greco, S. and Roy, B. (2018) On the Choquet multiple criteria preference aggregation model: theoretical and practical insights from a real-world application. European Journal of Operational Research. ISSN 0377-2217, <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2018.04.022>
- Ciomek, Krzysztof and Ferretti, Valentina and Kadzinski, Milosz (2018) Predictive analytics and disused railways requalification: insights from a Post Factum Analysis perspective. Decision Support Systems, 105. pp. 34-51. ISSN 0167-9236, <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.10.010>



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoașterea metodelor și instrumentelor specifice în procesul de analiză a deciziilor	Examen	50%	CEF
Seminar/ Laborator	Proiect	Susținere	30%	nCPE CEF
	Activitate la seminar	Dezbateri	20%	nCPE CEF
Standard minim de performanță				

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: ..... 28.09.2020 .....

Data avizării în Departament: ..... 05.10.2020 .....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana	
Titular seminar/laborator	Lect. Univ. Dr. Alin Opreana	
Director de departament	Conf. Univ. Dr. Camelia Budac	

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi, 2 ani
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	<b>Tehnici de Merchandising</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DO	Ob	II	II	6
Tipul de evaluare	Categororia formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E				
Titular activități curs	Conf. univ. dr. Cosmin TIL.EAGĂ			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1			3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		60
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		20
Tutoriat:		4
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		108
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>		<b>150</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesar a fi promovate anterior	• Marketing
Competențe	•

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

De desfășurare a cursului	•
---------------------------	---



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr •

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>identificarea de termeni, relații, procese, perceperea unor relații și conexiuni în acțiunile de merchandising</li><li>utilizarea corectă a termenilor de specialitate în domeniul tehnicilor de merchandising</li><li>definirea/nominalizarea de concepte referitoare la tehnicile utilizate</li><li>capacitatea de adaptare la noi situații în practica de specialitate</li><li>cunoștințe generale de bază, precum și necesare profesiei/disciplinei</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>rezolvarea de probleme prin aplicarea tehnicilor de merchandising folosite</li><li>relaționări între diferite tipuri de reprezentări, între reprezentări și elementele analizate în magazine</li><li>descrierea unor stări, sisteme, procese, fenomene</li><li>capacitatea de a transpune în practică cunoștințele dobândite</li><li>abilități de cercetare, creativitate</li><li>capacitatea de a concepe proiecte și de a le derula</li><li>capacitatea de a soluționa probleme</li></ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>confruntarea în permanență a teoriilor cu materializarea lor în punctele de vânzări, ceea ce reprezintă o sursă de informații considerabilă și când este vorba de succese și când este vorba de eșecuri</li></ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>să răspundă la câteva întrebări:</li><li>de ce acțiunile de merchandising ale producătorilor par cantonate în unica problemă a gestionării și organizării rafturilor?</li><li>de ce renovarea rețelelor de magazine pare bazată doar pe probleme de design și de arhitectură comercială?</li><li>de ce acțiunea de merchandising se rezumă adesea la realizarea unui dosar de piață și la utilizarea unor programe pentru realizarea de planuri liniare?</li><li>de ce informarea la locul de vânzare apare tocmai atunci când vânzătorii sunt din ce în ce mai puțin prezenți și consumatorii sunt saturați de întinderea și varietatea ofertei?</li></ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	
Curs 1	Demersul de merchandising	2 ore
Curs 2	Elemente ale comportamentului consumatorilor	4 ore
Curs 3	Factorii implicați în procesul deciziei de cumpărare	2 ore
Curs 4	Bazele de date	2 ore
Curs 5	Benchmarkingul	2 ore
Curs 6	Organizarea spațiului de vânzare și a vânzării	4 ore
Curs 7	Conceperea unui punct de vânzare	4 ore



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 8	Publicitatea la locul vânzării	2 ore
Curs 9	Merchandisingul design	4 ore
Curs 10	Tehnica de comunicare la locul de vânzare	2 ore
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		Nr. ore
Sem 1	Demersul de merchandising (dezbateri)	2 ore
Sem 2	Comportamentul consumatorului și legăturile sale cu merchandisingul	2 ore
Sem 3	Bazele de date - <i>Determinarea și interpretarea unor indicatori utilizații în merchandising (aplicații practice)</i>	2 ore
Sem 4	Organizarea spațiului de vânzare și a vânzării - <i>Rentabilizarea spațiului de vânzare (aplicații practice)</i>	2 ore
Sem 5	Conceperea unui punct de vânzare - <i>Gestionarea suprafeței de vânzare (aplicații practice)</i> - <i>Rentabilitatea produselor (aplicații practice)</i>	2 ore
Sem 6	Merchandisingul design	2 ore
Sem 7	Tehnica de comunicare la locul de vânzare	2 ore
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

metode moderne de transmitere a informațiilor prin intermediul prezentărilor de tip „powerpoint”; prelegeri urmate îndeaproape de exemple din realitatea economică	aplicații practice	studii de caz
--	--------------------	---------------

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Varley, R., <i>Retail Product Management: Buying and Merchandising</i> , 2006
	• Purcarea, T., <i>Distributie si merchandising</i> , Ed. Universitară Carol Davila, Bucuresti, 2007
	• Morgan, T., <i>Visual merchandising: window and in-store displays for retail</i> , Laurence King, 2008
	• Niță, V., Agheorghiesei, D. C., <i>Merchandising</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2008
	• LaPerriere, J., Christiansen, T., <i>Merchandising Made Simple: Using Standards and Dynamite Displays to Boost Circulation</i> , 2008
	• <i>Harvard Business Review on Retailing and Merchandising</i> , Editura Harvard Business Review Paperback, 2008
	• Mouton, D., Paris, G., <i>Practica merchandisingului</i> , Editura Polirom, Iași, 2009
	• Northwestern University, Northwestern University. Schoo Research, <i>Cost, Merchandising Practices, Advertising and Sales in the Retail Distribution of Clothing, Volumul 1</i> , HardPress, 2012
	• Smith, R.E., <i>Co-Operation, Merchandising and Promotion; A Handbook for the Merchandising and Promotion Departments of Newspapers</i> , General Books, 2012
Referințe bibliografice	• Iarocci, L., <i>Visual Merchandising: The Image of Selling</i> , Ashgate Publishing, Limited, 2013
	• Richard, H., <i>Smart Retail: Turn Your Store Into A Sales Phenomenon, 2/E</i> , Pearson Education, 2008





# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

suplimentare	• Castell, J., <i>Big Ideas for Small Retailers</i> , Management Books 2000 Limited, 2010
	• Wolfe, M. G., <i>Fashion Marketing and Merchandising</i> , 2009
	• Russell, J., Cohn, R., <i>Merchandising, Book on Demand</i> , 2012
	• St Publications, <i>Visual Merchandising 5</i> , 2007
	• Iarocci, L., <i>Visual Merchandising: The Image of Selling</i> , Ashgate Publishing, Limited, 2013

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	3 subiecte (2 teoretice și una aplicație practică) Nota 5 pentru obținerea la fiecare subiect a ½ din punctaj și promovarea laboratorului Nota 10: obținerea la fiecare subiect de examen a notei 10 și promovarea proiectului cu nota 10	Examen oral	50 %	CPE
Seminar/ Laborator	Proiect semestrial	Examen scris	50%	CEF
<b>Standard minim de performanță</b>				
• Cunoașterea tuturor conceptelor specifice disciplinei „tehnică de merchandising”, a bibliografiei precizate, precum și întocmirea tuturor referatelor, proiectelor și temelor din perioada de studiu				

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: ..... 29.09.2020 .....

Data avizării în Departament: ..... 05.10.2020 .....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf. univ. dr. Cosmin TILEAGĂ	
Titular seminar/laborator	Lect. univ. dr. Roxana POPȘA	
Director de departament	Conf. dr. Carmelina Budoc	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	de Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclu de studii	Master zi
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	Strategii de penetrare a piețelor externe			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DO	II	II	6
Tipul de evaluare	Categororia formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DS			
Titular activități curs	Prof. univ. dr. Sorin BURNETE			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Prof. univ. dr. Șorin BURNETE			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1			3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		10
Tutoriat:		10
Examinări:		8
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		108
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>		<b>150</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesar a fi promovate anterior	Tranzacții comerciale
Competențe	Marketing internațional

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CPI: Fundamentarea științifică a deciziilor privind strategiile și politicile de management și marketing ale firmei – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre organizație și mediul său:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• acumularea unui volum substanțial de cunoștințe noi – care să ofere posibilitatea de a realiza analiza și interpretarea realităților din firme, elaborarea de studii și rapoarte publicate sau aplicate profesional, precum și evaluarea critică a rezultatelor unor noi cercetări în domeniul strategiilor și politicilor de marketing și management ale firmei</li></ul> <p>CP2: Elaborarea, formularea, coordonarea implementării și control-evaluarea (interdependente și în concordanță cu evoluțiile mediului extern) a strategiilor și politicilor de management și marketing ale firmei</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• identificarea, abordarea și soluționarea de probleme cognitive și profesionale noi – valorificând capacitatea de analiză și sinteză în elaborarea și aplicarea sistemului strategiilor și politicilor de management și marketing ale firmei</li><li>• conceperea și conducerea proceselor specifice domeniului: fundamentarea și aplicarea strategiilor, planurilor și programelor specifice de management și marketing, a procedurilor de îndeplinire, precum și identificarea și aplicarea măsurilor de corecție în scopul realizării în cele mai bune condiții a obiectivelor previzionate.</li></ul> <p>CP4: Exercițarea (eficace, eficientă și de manieră integrată a) managementului activității de marketing a firmei și a diviziilor/unităților de afaceri strategice ale acesteia</p>
Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2: Identificarea și definirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată autocondusă, și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea de către studenți a importanței expansiunii firmelor pe piețele externe și dificultăților ce stau în fața acestora
Obiectivele specifice	<p>Cunoașterea de către studenți a problemelor cu care se confruntă firmele cu activitate internațională, în încercarea de a se implanta pe piețele externe sau de a-și extinde activitatea pe alte piețe</p> <p>Înțelegerea dificultăților cu care se confruntă și provocărilor ce stau în fața firmelor ce doresc să-și comercializeze produsele pe piețele străine.</p> <p>Familiarizarea studenților cu tehnicile și metodele de marketing internațional ce pot fi folosite de firme pentru a penetra și a construi poziții solide pe piețele externe.</p> <p>Înțelegerea efectelor și consecințelor negative (în plan financiar și al imaginii) ce pot afecta o firmă care este silită să se retragă de pe o piață externă.</p>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore
Curs 1	2
Istoricul internaționalizării afacerilor: activitatea internațională a firmelor în perioada globalizării	



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 2	Erodarea structurilor tradiționale în contextul globalizării	2
Curs 3	Internaționalizarea afacerilor: forme predominante în perioada preglobalizării. firme predominante induce de globalizare	2
Curs 4	Internaționalizarea afacerilor: forme predominante induse de globalizare	2
Curs 5	Strategia de internaționalizare a firmei: internaționalizarea operațiilor, internaționalizare produsului	2
Curs 6	Selectarea piețelor externe	4
Curs 7	Alegerea modalității de intrare pe o piață străină	2
Curs 8	Gestionarea canalului de marketing internațional	4
Curs 9	Strategii de urmat pe piețele externe: segmentarea piețelor	2
Curs 10	Managementul mixului de marketing pe piețele externe	2
Curs 11	Capcane de evitat pe piețele externe	2
Curs 12	Importanța factorului intercultural în succesul pe piețele externe	2
Curs 13		
Curs 14		
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
<b>Seminar/Laborator</b>		<b>Nr. ore</b>
Sem 1	Expansiunea externă a firmelor în a doua jumătate a secolului al XIX-lea	1
Sem 2	Schimbări induse de globalizare: afirmarea firmei creatoare de valoare	1
Sem 3	Criterii și modalități de selectare a piețelor externe	2
Sem 4	Segmentarea piețelor externe. Studii de caz	1
Sem 5	Moduri de penetrare a piețelor externe: exportul direct	1
Sem 6	Exportul indirect. Tipuri de intermediari	2
Sem 7	Modalități de penetrare în afara exportului. Asamblarea în străinătate	1
Sem 8	Licențierea ca formă de penetrare în afara exportului	1
Sem 9	Transferul activităților economice în străinătate (offshoringul)	1
Sem 10	Comerțul internațional cu produse intermediare (outsourcingul)	1
Sem 11	Alianțe strategice	1
Sem 12	Modalități de penetrare în afara exportului. Contractarea managementului	1
Sem 13		
Sem 14		
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

- prezentarea temei de curs (expunere euristică);
- explicarea conceptelor, principiilor, instrumentelor etc., pe bază de: discuții (întrebări, schimburi de opinii etc.); exemple; analize de caz etc. analizarea legăturilor cauzale; formularea de concluzii și predicții.

### Bibliografie

Referințe
-----------



bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stoian I., Dagne E., Stoian M. – <i>Comerț internațional, tehnici și proceduri</i>, Ed. „Caraiman”, 1997</li> <li>• Burnete S. – <i>Anatomia afacerilor internaționale</i>, Ed. Univ. Lucian Blaga, 2015</li> <li>• Burnete S. – On the competitiveness issue in the globalization context, <i>Revista economica</i>, ISSN 1582-6260 supl. I/ 2012, pp.121-127</li> <li>• Popa I. – <i>Tranzacții de comerț exterior</i>, Ed.Economică, 2003</li> <li>• Paxino D. O. – <i>Politica valutară și managementul riscurilor în tranzacțiile internaționale</i>, Ed.Economică, 2003</li> <li>• Săndulescu I. – <i>Reguli și practici în comerțul internațional</i>, Ed.All Beck, 1998</li> <li>• Danciu V. – <i>Marketing internațional</i>, Ed. Economică 2005</li> <li>• Grigorescu A. – <i>Decizia strategică de comerț exterior</i>, Ed. Economică, 2003</li> </ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branch, Alan E. – <i>Export Practice and Management</i>, Chapman&amp;Hall, 1994</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Albaum G., Strandskov J., Duerr E. – <i>International Marketing and Export Management</i>, Prentice Hall, 2002</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Burnete S. – <i>Economie internațională, teorii și politici</i>, Ed. Univ. Lucian Blaga, 2016</li> </ul>

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	- tratarea corectă și completă a tuturor subiectelor de pe biletul de examen; - răspuns corect la 1-2 întrebări suplimentare	- răspunsurile la examen (evaluarea finală).	50%	nCPE
Seminar/ Laborator	Participare activă la dezbateri, manifestată prin: - interes față de problemele analizate atitudine critică și autocritică	- evaluarea periodică prin verificări orale și/sau scrise	20%	
	Parcurgerea bibliografiei	- activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte etc.	30%	

#### Standard minim de performanță

- tratarea corectă a cel puțin unuia din subiectele de pe biletul de examen;
- răspuns corect la 1-2 întrebări suplimentare

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen;  
CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării:

29.09.2020

Data avizării în Departament:

05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Prof. univ. dr. Sorin BURNETE	
Titular seminar/laborator	Prof. univ. dr. Sorin BURNETE	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing si Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	<b>MARKETING RELAȚIONAL</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
DO	Obligativu	2	2	5
Tipul de evaluare	Categoria formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	DS=specialitate			
Titular activități curs	Conf.dr. Oana Duralia			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf.dr. Oana Duralia			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-	-	<b>3</b>
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
24	12	-		<b>36</b>

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		17

Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	30
Tutoriat:	-
Examinări:	2
Total ore alocate studiului individual ( $NOSI_{sem}$ )	<b>89</b>
<b>Total ore pe semestru (<math>NOAD_{sem} + NOSI_{sem}</math>) = nr. credite x 25</b>	<b>125</b>

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Marketing
Competențe	Cunoașterea, explicarea și utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	• Sala cu echipament de predare multimedia și acces la internet
De desfășurare a sem/lab/pr	• Sala cu echipament de predare multimedia și acces la internet

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea, explicarea și utilizarea specializată a conceptelor, abordărilor, teoriilor și strategiilor specifice marketingului relațional;</li> <li>• Procesarea și interpretarea corectă a datelor ce caracterizează activitatea companiilor și organizațiilor care aplică marketingul relațional;</li> <li>• Utilizarea integrată a informațiilor de marketing obținute pentru proiectarea strategiei de marketing relațional;</li> <li>• Utilizarea integrată a cunoștințelor de specialitate la rezolvarea unor situații complexe din activitatea de marketing relațional.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de munca riguroasă, eficientă și responsabilă;</li> <li>• Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei, valorificând diversitatea și multiculturalitatea.</li> </ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea importanței studierii marketingului relațional și a influenței acestuia asupra activității organizației în contextul în care orientarea către clienți, respectiv fidelizarea acestora, necesită ca punct de plecare și de referință cunoașterea temeinică a nevoilor acestora, soluționarea solicitărilor apărute, precum și urmărirea sistematică a lor pe baze științifice.</li> </ul>
-----------------------------------	---



Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea capacității studenților de a identifica, explica și utiliza conceptele specifice marketingului relațional;</li> <li>• Deprinderea cunoștințelor necesare analizei și evaluării factorilor ce pot influența strategiile de marketing relațional;</li> <li>• Dezvoltarea unor abilități ale studenților de a elabora proiecte profesionale, îndeosebi a strategiei de gestiune a relațiilor cu clienții organizației.</li> </ul>
-----------------------	---

### 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Marketing relațional – concept și dimensiuni	2
Curs 2	Managementul relației cu clienții-nucleul marketingului relațional	2
Curs 3	Managementul lanțului de aprovizionare	2
Curs 4	Relația comportamentul consumatorului – M.R.C.	2
Curs 5	Satisfacție/insatisfacție în cererea clientelei	2
Curs 6	Mecanismul atașamentului clientului față de produs/marcă/întreprindere	2
Curs 7	Managementul plângerilor și reclamațiilor	2
Curs 8	Bănci de date în marketingul relațional– conținut, dimensiuni, configurare	2
Curs 9	Cercetări complexe privind obținerea informațiilor în marketingul relațional	2
Curs 10	Marketingul intern și implicațiile lui în marketingul relațional	2
Curs 11-12	Comunicarea integrată în marketingul relațional	4
<b>Total ore curs:</b>		<b>24</b>
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Conceptul de marketing relațional; Analiza satisfacției clienților, analiza loialității clienților, analiza pierderii clienților, analiza structurii clienților/ Relationship marketing: The RSPB – a bird in the hand	2
Sem 2	Planificarea strategiei de fidelizare a clienților/ studiu de caz: Nestlé Buitoni: The house that mamma built	2
Sem 3	Planificarea strategiei de gestiune a reclamațiilor/ studiu de caz: Cafédirect™: The building of a unique coffee brand	2
Sem 4	Planificarea strategiei de marketing intern/ studiu de caz: Euro Disney: The first 100 days	2
Sem 5	Planificarea strategiei de fidelizare a clienților/ studiu de caz: Carlton Electronics	2
Sem 6	Prezentare proiecte	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>12</b>

### Metode de predare

Prelegere		
Dezbateri		
Expunere interactivă		
Studii de caz		
Conversația euristică		
Rezolvarea de aplicații, dezbateri, cercetarea și comentarea		

de texte

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	• Adăscăliței, V., Introducere în marketingul relațional, Ed. Universitară, București, 2006
	• Berry, L.L., Relationship Marketing, în: Emerging Perspectives on Services Marketing, L.L. Berry, G.L. Shostack, and G. Upah, eds., Chicago: AMA, pp. 25-28, 1983
	• Bruhn, M., Orientarea spre client, București: Editura Economica, 2001
	• Buttle, F., Customer Relationship Management, Butterworth Heinemann, Oxford, 2004.
	• Tichindelean, M., Marketing relațional-abordare teoretică și instrumentală, Pro Universitaria, 2014
Referințe bibliografice suplimentare	• Pop, N. Al., O nouă paradigmă în marketingul contemporan: marketingul relațional, Management&Marketing. 1(3), pp. 33-44, 2006
	• Pop, N. Al., Petrescu, E.C., Marketing et gestion de la relation client, Ed. Uranus: București, 2008

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Prezența la curs;	Evidență în format electronic	10%	nCPE
	Cunoașterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Examen grilă online	50%	CEF
Seminar/ Laborator	Evaluare pe parcursul semestrului în baza temelor/studiilor de caz	Evaluare în baza termenelor de predare anunțate pe contul de classroom	10%	nCPE
	Proiect prezentat la finalul semestrului;	Prezentare online proiect	20%	CEF
	Prezența la seminar;	Evidență în format electronic	10%	nCPE

#### Standard minim de performanță

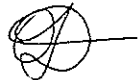


- Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5 (cinci);
- Studentul trebuie să cunoască conceptele cheie cu care operează disciplina verificate prin examen final;
- Studentul trebuie să aibă capacitatea de a transpune în lucrări practice conceptele teoretice – soluționarea studiilor de caz și realizarea proiectului.

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: ..... 30.09.2020 .....

Data avizării în Departament: ..... 05.10.2020 .....

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Oana Duralia	
Titular seminar/laborator	Conf.univ.dr. Oana Duralia	
Director de departament	Conf.dr. Camelia Budac	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing, Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Master
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	Managementul competențelor			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	DA	II	II	4
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF - fundamentală.; DD - domeniu; DS = specialitate; DC = complementară)			
E				
Titular activități curs	lect. dr Lucia Frățiciu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	lect.dr. Lucia Frățiciu			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1	1			2
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
14	14			28

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		15
Tutoriat:		10
Examinări:		10
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		72
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		100

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesare a fi promovate anterior	
Competențe	Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor / conceptelor și instrumentarului de bază ale administrării afacerilor, în vederea explicării și operaționalizării aplicate a acestora, precum și a realizării de conexiuni

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

De desfășurare a cursului	Conexiune la internet, laptop/calculator/tabletă
De desfășurare a sem/lab/pr	Conexiune la internet, laptop/calculator/tabletă

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• explicarea și interpretarea procesului evaluării satisfacției clienților – conținut, faze, definirea relației dintre așteptările clienților/personalului privitoare la servicii și satisfacția resimțită de aceștia;</li> <li>• implementarea standardelor de calitate a serviciilor și control-evaluarea gradului de satisfacție a clienților/personalului;</li> <li>• identificarea și descrierea fenomenelor și proceselor care au loc la nivelul firmei de turism-servicii, în contextul creat de dinamica mediului de afaceri;</li> <li>• înțelegerea mai amplă a mecanismelor economiei, precum și oportunitățile și provocările cu care se confruntă o organizație din domeniul turismului/serviciilor.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• realizarea unui proiect complex, prin asumarea cu responsabilitate a sarcinilor specifice rolului într-o echipă plurispecializată și autocondusă;</li> <li>• soluționarea în timp real, în condiții de independență decizională, a unei probleme etice reale/ipotetice de la locul de muncă.</li> </ul>

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

Obiectivul general al disciplinei	• formarea și fundamentarea bazei științifice în domeniul managementului competențelor .
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• însusirea de cunoștințe despre metodele și mijloacele folosite în managementul competențelor;</li> <li>• formarea de abilități necesare identificării competențelor, atragerii lor în afaceri, a dezvoltării și valorificării lor în vederea atingerii obiectivelor strategice.</li> </ul>

**8. Conținuturi**

Curs		Nr. ore
Curs 1	Managementul competențelor-concept. Compatibilitatea și complementaritatea managementului competențelor cu managementul cunoștințelor	2
Curs 2	Importanța resurselor umane în organizații	1
Curs 3	Capitalul intelectual	2
Curs 4	Managementul talentelor	2
Curs 5	Conceptul de competență	1
Curs 6	Formarea competențelor resurselor umane	2
Curs 7	Competențe esențiale	4
<b>Total ore curs:</b>		<b>14</b>
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Seminar introductiv. Înțelegerea obiectivelor specifice disciplinei, prezentarea modalităților de lucru, a bibliografiei, a temelor de seminar	1
Sem 2	Compatibilitatea și complementaritatea managementului competențelor cu managementul cunoștințelor	2
Sem 3	Universitățile și dezvoltarea capitalului uman	2



Sem 4	Recrutarea competențelor și integrarea lor în organizații	2
Sem 5	Formarea competențelor resurselor umane	3
Sem 6	Competențe de care trebuie să dispună un bun manager	2
Sem 7	Particularități ale managementului resurselor umane specifice competenței profesionale din întreprinderile transnaționale	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

**Metode de predare**

Prelegerea; Explicația; Brainstorming; Expunerea; Dezbaterea și problematizarea; Studiul de caz; Demonstrația; Lucrul în echipă		
---	--	--

**Bibliografie**

Referințe bibliografice recomandate	Avasilică, S., Hutu, C., <i>Competențe antreprenoriale</i> , Editura Performantica, Iași, 2012.
	Becker, G. S., <i>Capitalul uman :o analiză teoretică și empirică cu referire specială la educație</i> (traducere), Editura ALL, București, 1997.
	Bodan, I., Fraticiu, L., <i>Managementul grupurilor de muncă:subsystem de management important, specific acestui secol</i> , Sibiu:Editura Universității "Lucian Blaga", 2014.
	Ciubotaru, Gh., Ciubotaru, M.C., <i>Competența profesională-instrument de eficientizare a managementului resurelor umane</i> , Editura Universității "Lucian Blaga", Sibiu, 2015.
	Hoffman, R. ; Casnocha, B.; Yeh, C.(traducere), <i>Alianta : Managementul talentelor în era conectivității</i> , 2016.
	Lefter, V.;Deaconu, A.;Manolescu, A., Marinaș,C., Marin, I., <i>Managementul resurselor umane</i> , Ed.Pro Universitaria, București, 2012.
	Muscalu, E.;Bădiță, S. <i>Managementul resurselor umane:necesitate și actualitate</i> , Editura Universității "Lucian Blaga", Sibiu, 2016.
	Nicolescu, O., Nicolescu, C. <i>Organizația și managementul bazate pe cunoștințe:teorie, metodologie, studii de caz și baterii de teste</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2011. Articole științifice din domeniu.
Referințe bibliografice suplimentare	Hellriegel, D., Jackson, S., Slocum, J., W., <i>Managing:A Competency- Based Approach(eleventh edition)</i> , Thomson/South-Western, 2007.
	Griffiths, B., Washington, E., <i>Competencies at Work: Providing a Common Language for Talent Management</i> , Business Expert Press, New York, 2015.
	Lussier, N., R., Hendon, J.R., <i>Human Resource Management: Functions, Applications, and Skill Development</i> , 3 <sup>rd</sup> edition, SAGE Publications, 2019.
	Mursa, G., Ignat, I., <i>Capital uman și competitivitate</i> , Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2009.
	Sanghi, S., <i>The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations</i> , 3 <sup>rd</sup> edition, SAGE Publications, 2016.
	Tudose, G., <i>Gestiunea resurselor umane din perspective convergenței competențelor cu piața muncii</i> , Ed. Agir, București, 2012.
	Zamfir, A.M.;Mocanu, C.;Maer Matei, M., <i>Competențe și participare pe piața muncii</i> , Ed.Universitară, 2015.
Warier, S., <i>Competence &amp; Competency Management - The Practitioners Handbook: Develop Organizational Competence &amp; Individual Competencies</i> , Create Space Independent Publishing Platform, 2014.	

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Cunoasterea conținutului și instrumentarului specifice disciplinei	Proiect final	50%	CEF
	Participarea la dezbateri	Notare pe parcursul semestrului	10%	nCPE
Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none"><li>• Înțelegerea situației concrete</li><li>• Problematizarea</li><li>• Identificarea și formularea soluțiilor</li></ul>	Proiecte / teme, studii de caz	40%	nCPE
<b>Standard minim de performanță</b>				
Studentul: <ul style="list-style-type: none"><li>• să observe și să clasifice noțiunile de bază folosite în Managementul competențelor;</li><li>• să enumere, să definească, să recunoască, să identifice, categoriile fundamentale specifice disciplinei;</li><li>• să perceapă corect conținutul termenilor și categoriilor folosite.</li></ul>				

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: 25.09.2020

Data avizării în Departament:..... 05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	lect.dr. Lucia Frățiciu	
Titular seminar/laborator	lect.dr. Lucia Frățiciu	
Director de departament	conf.dr. Camelia Budac	



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

## FIȘA DISCIPLINEI\*

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii	Masterat
Specializarea	Strategii și Politici de Management și Marketing ale Firmei

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Seminar de Cercetare			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
	O	II	II	3
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
	DF			
Titular activități curs	-			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf. Univ.Dr. Ioana Negru			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
-	12	-	-	12
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
-	12	-	-	12

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		15
Tutoriat:		2
Examinări:		8
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		63
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> ) = nr. credite x 25		75

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	-
De desfășurare a sem/lab/pr	Este nevoie de powerpoint și video/audio proiector, internet. Este interzisă utilizarea telefoanelor mobile de către studenți în clasa/seminar.





## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Competențele profesionale specific dobândite la disciplina Seminar de Cercetare au în vedere cunoașterea, înțelegerea conceptelor de bază ale domeniului, precum și utilizarea cunoștințelor pentru explicarea și interpretarea unor concepte, situații:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea problemelor specifice ale Metodelor de Cercetare;</li> <li>• Identificarea teoriilor și a argumentelor cu privire la inducție, deducție și retroducție;</li> <li>• Analiza metodelor cantitative și calitative;</li> <li>• Intocmirea raportului de dizertație;</li> </ul> <p>Acumularea competențelor necesare pentru realizarea lucrării de dizertație</p>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acumularea de fundamente științifice</li> <li>• Gândire critică și structurată</li> <li>• Capacitate de sinteză</li> <li>• Capacitate de analiză</li> <li>• Dezvoltarea logicii individuale</li> </ul> <p>Capacitatea de a prelucra informația și de a realiza o lucrare de cercetare independentă (i.e. dizertația)</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	<b>Scopul disciplinei 'Seminar de cercetare' este de a pregăti studenții în procesele de cercetare academică și de a construi abilitățile necesare argumentației privind realizarea lucrării de dizertație;</b>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizarea studenților cu procesul de cercetare și asimilarea a metodelor de cercetare cantitative și calitative;</li> <li>• Familiarizarea studenților cu metode de argumentare logică și acumularea de fundamente științifice;</li> <li>• Asimilarea recenziei de literatură academică și a sistemelor bibliografice și de referință internaționale;</li> <li>• Familiarizarea studenților cu analiza cantitativă și calitativă a datelor</li> </ul>

## 8. Conținuturi

		Total ore curs:	-
<b>Seminar/Laborator</b>			<b>Nr. ore</b>
Sem 1	Ce este procesul de cercetare, cum se face cercetarea și cum se stabilesc întrebările de cercetare?		2
Sem 2	Concepte esențiale de cercetare și legături Ontologie-Epistemologie-metodologie. Cercetare cantitativă versus cercetare calitativă		2
Sem 3	Metode de cercetare cantitativă (noțiuni statistice de bază: medie aritmetică, mod, mediana și corelație și regresie)		3
Sem 4	Metode de cercetare calitativă: chestionare, interviuri, focus-grup, analiză de conținut și observație)		3
Sem 5	Recenzia literaturii. Plagiat și sisteme de referință		1
Sem 6	Realizarea raportului de cercetare		1
		<b>Total ore seminar/laborator</b>	<b>12</b>

### Metode de predare

Expunere/Prezentare	dezbateri	Studiu de caz
---------------------	-----------	---------------

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uma Sekaran, Roger Bougie (2013), Research Methods for Business: a Skill-Building approach, 6<sup>th</sup> ed., Wiley: New York;</li> <li>• Mark N.K. Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill (2015), Research Methods for Business Students, Pearson UK;</li> <li>• Boris Blumberg, Donald R. Cooper and Pamela Schindler (2008), Business Research Methods – Second European Ed., McGraw Hill: Maidenhead.</li> </ul>
-------------------------------------	--



Referințe bibliografice suplimentare	

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

**10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	-	-	-	
	-	-	-	
Seminar/ Laborator	Coerenta și structura raportului de cercetare, înțelegerea conceptelor specifice	Raport de cercetare (max. 3000 cuvinte)	90%	
	Prezenta la seminar și activitate	Evaluarea studentului pe parcursul seminariilor	10%	

**Standard minim de performanță**

- Studentul cunoaște care sunt principalele concepte, le recunoaște și le definește corect
- Studentul ajunge să stăpânească arta argumentului și a analizei de date
- Limbajul de specialitate este simplu, dar corect utilizat.
- Dovedește cunoașterea bibliografiei recomandate.

(\* ) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\* ) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării:

30.09.2020

Data avizării în Departament:.....

05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	-	-
Titular seminar/laborator	Conf. Univ.Dr. Ioana Negru	Ioana Negru
Director de departament	Conf.dr. Camelia Budoc	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**FIȘA DISCIPLINEI\*****1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Economice
Departament	Management, Marketing și Administrarea afacerilor
Domeniul de studiu	Administrarea afacerilor
Ciclul de studii	Master zi
Specializarea	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

**2. Date despre disciplină**

Denumirea disciplinei	<b>Etica și integritate academică</b>			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
		II	II	3
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
E	DF			
Titular activități curs	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	-			

**3. Timpul total estimat**

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
1				1
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
12				12

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		15
Tutoriat:		4
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> )		63
<b>Total ore pe semestru (NOAD<sub>sem</sub> + NOSI<sub>sem</sub>) = nr. credite x 25</b>		<b>75</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

Discipline necesare a fi promovate anterior	Nu este cazul
Competențe	Nu este cazul

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

De desfășurare a cursului	Nu este cazul
---------------------------	---------------



De desfășurare a sem/lab/pr	Nu este cazul
-----------------------------	---------------

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP1 - Documentarea, elaborarea/redactarea și prezentarea de studii, rapoarte, cercetări și analize profesionale în conformitate cu principiile și normele eticii și integrității academice</p> <p>CP1 - Asumarea unor atitudini și comportamente profesionale subsumate imperativelor eticii și integrității academice</p> <p>CP1 - Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor profesionale prin raportare la standardele eticii și integrității academice</p> <p>CP5 - Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe cu respectarea normelor eticii și integrității</p>
Competențe transversale	<p>CT1 - Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT3 - Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asigurarea de cunoștințe și deprinderi necesare activității academice și de cercetare în acord cu cerințele eticii și deontologiei universitare</li> </ul>
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea de către studenți a conținutului și semnificațiilor eticii și integrității academice</li> <li>Recunoașterea situațiilor și/sau comportamentelor care reprezintă abateri de la etica și integritatea academică</li> <li>Evitarea/prevenirea abaterilor de la normele eticii și integrității academice</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	<p>Etica și integritatea academică – conținut și semnificații</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etica profesională &amp; etica cercetării științifice; etica academică &amp; etica în mediul academic – delimitări conceptuale</li> <li>- Integritatea academică – componentă esențială a eticii academice</li> <li>- Dimensiuni ale abordării: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Etica și integritatea academică în activitatea profesională / didactică</li> <li>✓ Etica și integritatea academică în activitatea de cercetare științifică</li> <li>✓ Managementul eticii și integrității academice</li> </ul> </li> <li>- Importanța (studierii) eticii și integrității academice</li> </ul>	2
Curs 2	<p>Etica și integritatea academică în activitatea profesională / didactică</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valori, principii și norme fundamentale de conduita academică</li> <li>- Teorii ale eticii (academice) și cadre (teoretice) de analiză a comportamentului academic etic</li> <li>- Provocări, probleme și dileme etice specifice – de natură intra-personală și în relațiile inter-personale și instituționale <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hățuirea/bullying-ul, discriminarea, conflictele de interese, corupția, favoritismul, insulta, lipsa de corectitudine și/sau transparență, toleranță și respect...</li> </ul> </li> <li>- Factori contextuali și individuali ai eticii și integrității academice</li> <li>- Procesul decizional etic (privind soluționarea problemelor etice)</li> </ul>	2
Curs 3	<p>Etica și integritatea academică în activitatea de cercetare științifică</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cadre de abordare a integrității academice <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Asemănări și deosebiri din perspectivă culturală/națională și a domeniilor academice de studiu</li> </ul> </li> </ul>	2



# ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Etica și responsabilitatea cercetării științifice<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Particularități pentru domeniul științelor economice</li></ul></li><li>- Repere privind scrierea academică și citarea surselor<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Principii, norme și reguli generale</li><li>✓ Resurse – suport dedicate (diferitelor tipuri de proiecte de cercetare)</li></ul></li></ul>	
Curs 4	Forme ale abaterilor de la etica și integritatea academică <ul style="list-style-type: none"><li>- Înșelăciunea și furtul (metode clasice și electronice)</li><li>- Plagiatul și alte forme de asumare a muncii altora</li><li>- Falsificarea și/sau fabricarea datelor</li><li>- Probleme etice ridicate de apelarea în cadrul cercetării la subiecți umani (animale / substanțe dăunătoare sau periculoase)</li><li>- Încălcarea normelor privind confidențialitatea, anonimitatea și protecția datelor (individuale și organizaționale)</li><li>- Lipsa de onestitate în publicare – probleme privind autoratul/co-autoratul</li></ul>	2
Curs 5	Managementul eticii și integrității academice – prevenirea abaterilor <ul style="list-style-type: none"><li>- Crearea unei culturi (puternice &amp; împărtășite) a eticii și integrității academice în organizație<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Participare, transparență, informare, învățare, internalizare</li></ul></li><li>- Instituționalizarea eticii și integrității academice – prin reglementare &amp; autoreglementare<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Organisme și reglementări naționale și internaționale - Consiliul Național de Etică a Cercetării Științifice, Dezvoltării Tehnologice și Inovării (Ghidul pentru identificarea plagiatului în lucrările științifice); Guvernul României (Strategia națională anticorupție pe perioada 2016 – 2020)</li><li>✓ Rolul codurilor de etică și integritate academică (Codul de Etică și deontologie universitară al Universității „Lucian Blaga” din Sibiu)</li></ul></li><li>- Asimilarea bunelor practici<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Inițiative eficiente care contribuie la asigurarea integrității academice și reducerea diverselor tipuri de fraudă</li></ul></li></ul>	2
Curs 6	Managementul eticii și integrității academice – gestionarea abaterilor și prevenirea reapariției acestora <ul style="list-style-type: none"><li>- Organisme, sisteme și proceduri interne de supraveghere și intervenție<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Rolul Comisiilor de Etică &amp; al Avertizorilor de integritate</li><li>✓ Procedurile privind sesizarea abaterilor, analiza situațiilor semnalate, luarea deciziilor și urmărirea aplicării acestora</li></ul></li><li>- Consecințe și sancțiuni:<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Aplicarea de sancțiuni disciplinare pentru încălcarea eticii universitare și pentru abateri de la buna conduită în activitatea de cercetare științifică – conform prevederilor legale și a celor prezente în regulamentele și procedurile interne: (a) personalului organizației (avertisment, diminuare salariu, desfacere disciplinară a contractului de muncă, etc.) și (b) studenților (nepromovare examen, neintrare în examenul de finalizare a studiilor, exmatriculare, etc.)</li></ul></li></ul>	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>12</b>

### Metode de predare

Predare online cu folosirea platformei Google Meet		
Expunerea, dezbaterile, rezolvarea de probleme și răspunsul la întrebări, teme, studii de caz, lucrul în echipe		
Utilizare Google Classroom pentru teme, postare materiale și		



comunicare cu studenții

## Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bretag, T. (Ed.). (2016). <i>Handbook of academic integrity</i>. Singapore: Springer. <a href="https://link.springer.com/referencework/10.1007%2F978-981-287-098-8">https://link.springer.com/referencework/10.1007%2F978-981-287-098-8</a>.</li> <li>• Gibea, T., Vica, C., Mihailov, E., Socaciu, E., Muresan, V. (2018). <i>Etică și integritate academică. Instrumente suplimentare</i>. București: Editura Universitatii din Bucuresti. <a href="https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/12/Etica-si-integritate-academica_instrumente-suplimentare.pdf">https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/12/Etica-si-integritate-academica_instrumente-suplimentare.pdf</a>.</li> <li>• H.G. Nr. 583/2016 din 10 august 2016 privind aprobarea Strategiei naționale anticorupție pe perioada 2016 – 2020. <a href="https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/Informatii_R/SNA_2016_2020_28112016.pdf">https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/Informatii_R/SNA_2016_2020_28112016.pdf</a>.</li> <li>• Macfarlane, B. (2010). <i>Researching with integrity: the ethics of academic enquiry</i>. Routledge. <a href="https://www.taylorfrancis.com/books/9781134109319">https://www.taylorfrancis.com/books/9781134109319</a>.</li> <li>• McCabe, D. L., Trevino, L. K., &amp; Butterfield, K. D. (2001). Cheating in academic institutions: a decade of research. <i>Ethics &amp; Behavior</i>, 11(3), 219-232. <a href="https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327019eb1103_2">https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327019eb1103_2</a>.</li> <li>• Pohoata, G., &amp; Danielescu, A. I. (2018). Ethics in the Romanian academic environment – a must. <i>Euromentor</i>, 9(3) <a href="http://euromentor.ucdc.ro/euromentor-september-2018.pdf#page=7">http://euromentor.ucdc.ro/euromentor-september-2018.pdf#page=7</a>.</li> <li>• Socaciu, E., Vică, C., Mihailov, E., Gibea, T., Mureșan, V., Constantinescu, M. (2018). <i>Etică și integritate academică</i>. București: Editura Universitatii din Bucuresti. <a href="https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf">https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf</a>.</li> <li>• Tauginienė, L., Ojsteršek, M., Foltýnek, T., Marino, F., Cosentino, M., Gaižauskaitė, I., Glendinning, I., Sivasubramaniam, S., Razi, S., Ribeiro, L., Odișca, T., Trevisiol, O. (2018). <i>General Guidelines for Academic Integrity</i>. European Network for Academic Integrity (ENAI) Report 3A. <a href="http://www.academicintegrity.eu/wp/wp-content/uploads/2018/11/Guidelines_final.pdf">http://www.academicintegrity.eu/wp/wp-content/uploads/2018/11/Guidelines_final.pdf</a>.</li> <li>• ULBS (2015). <i>Codul de Etica si deontologie universitara al Universității „Lucian Blaga” din Sibiu</i>. <a href="http://senat.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/CARTA-ULBS_2015.pdf#page=35">http://senat.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/CARTA-ULBS_2015.pdf#page=35</a>.</li> </ul>
Referințe bibliografice suplimentare	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caldwell, C. (2010). A ten-step model for academic integrity: a positive approach for business schools. <i>Journal of Business Ethics</i>, 92(1), 1-13. <a href="https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10551-009-0144-7.pdf">https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10551-009-0144-7.pdf</a>.</li> <li>• Papadima, L. (coord.). (2017). <i>Deontologie academica. Curriculum – cadru</i>. Universitatea din București. <a href="https://mepopa.com/Pdfs/papadima_2017.pdf">https://mepopa.com/Pdfs/papadima_2017.pdf</a>.</li> </ul>

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

Se realizează prin:

- Cunoștințele, abilitățile și competențele specifice dobândite / dezvoltate / asimilate – de natură să contribuie esențial la configurarea unui profil profesional etic și integru al viitorilor

absolvenți;  
Competențe transversale (suplimentare) dobândite de studenți în direcțiile: gândire critică și creativă; comunicare / dezbateri / argumentare; realizare de conexiuni – cu celelalte discipline ale programului de studiu și cu realități organizaționale concrete; studiu individual și dezvoltare personală / profesională

**10. Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participarea activă la discuții &amp; dezbateri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Notare pe parcursul semestrului</li> </ul>	50%	CEF nCPE
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea principiilor și normelor eticii și integrității academice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Examen final – proiect (eseu)</li> </ul>	50%	CEF
Seminar/ Laborator		-	-	

**Standard minim de performanță**

Să realizeze un eseu – pe o temă specifică eticii afacerilor – respectând principiile și normele eticii și integrității academice

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

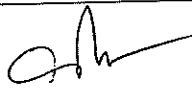
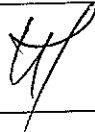
(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;

Data completării: .....

29.09.2020

Data avizării în Departament: .....

05.10.2020

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular curs	Conf.univ.dr. Cristina Tănăsescu	
Titular seminar/laborator	-	
Director de departament	Conf.univ.dr. Camelia Budac	



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master IF
1.6 Programul de studii	Strategii și politici de management și marketing ale firmei

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		<b>ELABORAREA LUCRĂRII DE DISERTATIE</b>			
2.2 Titularul activităților de curs		-			
2.3 Titularul activităților de seminar		Coordonator științific de specialitate			
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei: DO

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	-	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	60	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	-
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					5
Alte activități					10
3.7 Total ore studiu individual					15
3.9 Total ore pe semestru					75
3.10 Numărul de credite					3

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	disciplinele de domeniu si de specialitate parcurse in cei doi ani de studii masterale
-------------------	--





4.2 de competențe	conceptele de baza utilizate în domeniul elaborării lucrării de disertație
-------------------	--

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Lucrarea de disertație reprezintă produsul activității de cercetare a absolventului și nu a altei persoane, instituții sau entități. Candidații la examenul de disertație poartă răspunderea privind originalitatea conținutului, și calitatea lucrărilor elaborate și susținute. Fiecare lucrare de disertație va fi evaluată înaintea prezentării, sub aspectul originalității conținutului și calității. În situațiile în care sunt dovezi de plagiat, candidații în cauză vor fi sancționați cu excluderea de la examenul de disertație și refacerea acestuia pentru sesiunile următoare.

### 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C1 Fundamentarea științifică a deciziilor privind relațiile cu mediul extern – prin identificarea, analiza și interpretarea informațiilor care privesc interacțiunea dintre firmă și instituțiile publice: <ul style="list-style-type: none"> <li>• C1.4 Fundamentarea de studii și analize pentru deciziile strategice, tactice și curente luate la nivelul firmei;</li> <li>• C1.5 Analiza critic-constructivă a datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul firmei, în strânsă corelație cu evoluțiile și tendințele mediului extern public;</li> </ul> </li> <li>• C2 Elaborarea, analiza și verificarea situațiilor financiare în condițiile internaționalizării afacerilor: <ul style="list-style-type: none"> <li>• C2.5 Realizarea de studii/lucrări privind utilizarea diverselor metode specific analizei financiare în cadrul entităților economice;</li> </ul> </li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;</li> <li>• CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Evaluarea capacității absolvenților de a procesa și de a utiliza creativ cunoștințele dobândite și informațiile din bibliografia studiată, pentru studierea unei teme, rezolvarea unei aplicații, sau realizarea unui studiu de caz din domeniul programului de studii absolvit și de a justifica și susține
---------------------------------------	--



	cu argumente logice, fundamentate științific, soluțiile propuse sau concluziile formulate în lucrarea elaborată.
7.2 Obiectivele specifice	Aprofundarea și consolidarea cunoștințelor teoretice necesare realizării lucrării de disertație și aplicarea acestora în realizarea studiului de caz/analizei practice specifice temei alese.

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
-	-	-
Bibliografie		
-		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
<p>Lucrarea de disertație poate aborda orice temă în concordanță cu domeniul contabilitate.</p> <p>Îndeplinirea condițiilor de structură și tehnoredactare a lucrării de licență conform Regulamentului de licență – disertație specific pentru anul universitar 2018-2019, publicat pe site-ul Facultății de Științe Economice.</p> <p>Structura obligatorie a lucrării de disertație este următoarea:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cuprins paginat;</li> <li>• componenta teoretică (prezentarea temei abordate și încadrarea ei în literatura de specialitate) – 30-60% din economia lucrării;</li> <li>• prezentarea contribuțiilor originale;</li> <li>• dezvoltarea studiului de caz, în funcție de tematica lucrării;</li> <li>• relevarea principalelor concluzii și propuneri;</li> <li>• lista bibliografică, în ordinea alfabetică a autorilor; -</li> <li>• anexe.</li> </ul> <p>Norme de tehnoredactare a lucrării:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucrarea de disertație va avea 50-70 de pagini;</li> <li>• Format A4, scris la un rând, marginea din stânga 2,5 cm, restul marginilor 2 cm;</li> <li>• Caractere Times New Roman de 14 pt., la un rând, justify;</li> <li>• Lucrarea trebuie să fie scrisă cu diacritice;</li> <li>• Tabelele și figurile se numerotează și au denumiri, cu indicarea sursei bibliografice;</li> <li>• Sursele bibliografice vor fi citate în text conform unuia dintre stilurile academice acceptate (Harvard, Oxford, APA, MLA)</li> </ul>	<p>Informare, Documentare, Cercetare Rezolvarea de probleme Studiul de caz Redactare Prezentare</p>	-



<p>sau ca note de subsol;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• În bibliografie referințele apar în ordinea alfabetică a numelui autorilor. Se vor indica, în mod obligatoriu, autorul, titlul lucrării, editura, anul, pagina;</li><li>• Anexele vor avea o întindere corespunzătoare, care nu va depăși însă jumătate din volumul lucrării principale;</li><li>• Lucrarea poate fi îndosariată cu inele din plastic sau în mod clasic, cu copertă de carton;</li><li>• Coperta și prima pagină a lucrării de disertație trebuie să aibă formatul din regulament</li></ul>		
<b>Bibliografie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Andone, I.I., Georgescu, I.C., Toma, C., Solomon, D.-C. S., 2013. <i>Metodologia și etica cercetării științifice în contabilitate și sisteme informaționale</i>. Editura Tehnopress, Iași;</li><li>- Horomnea, E., 2011. <i>Dimensiuni științifice și sociale în cercetarea contabilă</i>. Editura Economică, București;</li><li>- Rădulescu, M.Ș., 2011. <i>Metodologia cercetării științifice. Elaborarea lucrărilor de licență, master, doctorat</i>. Ediția a II-a. Editura Didactică și Pedagogică, București;</li><li>- informații relevante pentru realizarea lucrării de licență regăsite în publicațiile de specialitate utilizate și recomandate la cursurile deja parcurse, precum și în documente relevante furnizate de compania/ instituția la care se realizează studiul de caz.</li><li>- Carti, articole, rapoarte, legislație, studii, baze de date statistice etc.</li></ul>		

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

În structura lucrării de disertație se regăsește un capitol ce abordează aspecte practice / concrete din activitatea economică a entității private / publice aleasă pentru analiză.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	Realizarea raportului privind elaborarea lucrării de disertație	Colocviu	100%
	-	-	-
10.6 Standard minim de performanță (nota 6)			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizarea lucrării de licență conform specificațiilor prevăzute în Regulamentul de licență și disertație, precum și realizarea și depunerea la secretariat, în termen, a Raportului</li></ul>			



**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu  
Facultatea de Științe Economice

privind elaborarea lucrării de licență.

- Lucrarea de disertație trebuie să conțină rezultate ale propriilor cercetări și investigații în domeniul temei alese, care vor deține ponderea principală în volumul lucrării, să demonstreze familiarizarea cu literatura relevantă pentru tema abordată, rigoare științifică și metodologică, să aibă o structură logică, să fie redactată coerent, în stil științific, iar forma grafică să respecte normele academice specifice domeniului.

Data completării

29.09.2020

Data avizării în departament

05.10.2020

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Semnătura directorului de departament

.....