



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior/	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3 Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii universitare	Administrarea afacerilor
1.5 Programul de studii universitare	Administrarea afacerilor
1.6 Ciclu de studii universitare	Licență
1.7 Limba de predare	Română
1.8 Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	DREPTUL AFACERILOR				
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Andreea Drăghici				
2.3 Titularul/ii activităților de seminar	Lect. univ. dr. Amelia-Veronica Gheoculescu				
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E
				2.7 Statutul disciplinei/	Ob
2.8 Categoria formativă	DF	2.9 Codul disciplinei	P.L.21.AA.1.III.Ob.1		

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator/proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri					50
Teme de casă					20
Examinări					2
Alte activități (dacă există):					-
3.7 Total ore studiu individual	72				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de rezultate ale învățării	

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice

5.1 de desfășurare a cursului	Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer.
5.2 de desfășurare a seminarului	

6. Obiectiv general

Disciplina oferă studenților posibilitatea de a-și însuși limbajul juridic și de a cunoaște cadrul legal necesar desfășurării activităților comerciale specifice mediului de afaceri. Disciplina studiază instituții juridice esențiale precum: norma juridică, actul juridic, profesiionistii, fondul de comerț, acestea contribuind la transmiterea către studenți a unei viziuni de ansamblu asupra domeniului juridic.



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța regulilor și principiilor de drept aplicabile în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța reglementărilor legale aplicabile participanților la raporturile juridice de drept al afacerilor, precum și în materia contractelor, ca principale instrumente în relațiile de afaceri.
Abilități	Studentul/Absolventul aplică metode analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri. Studentul/Absolventul aplică reglementări legale în materie pentru soluționarea unor probleme practice de natură juridică și economică cu care se confruntă participanții la raporturile juridice de drept al afacerilor.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale studiate la soluționarea unor situații practice cu care se confruntă participanții în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește utilizarea reglementărilor legale studiate pentru evidențierea principalelor etape privind constituirea și funcționarea societăților, ca principali participanți la raporturile juridice de drept al afacerilor.

8. Metode de predare

Pornindu-se de analiza caracteristicilor de învățare ale studenților și de la nevoile lor specifice, procesul de predare va explora metode de predare atât expositive (prelegerea, expunerea), cât și conversative-interactive, bazate pe modele de învățare prin descoperire facilitate de explorarea directă și indirectă a realității (demonstrația), dar și pe metode bazate pe acțiune, precum exercițiul, activitățile practice și rezolvarea de probleme de drept.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Noțiuni generale de drept	2
II	Poziția dreptului afacerilor în cadrul sistemului de drept. Izvoarele dreptului afacerilor	2
III	Noțiuni de drept civil cu importanță în dreptul afacerilor	2
IV	Profesioniștii – subiecți ai dreptului afacerilor	3
V	Reguli aplicabile desfășurării afacerilor. Protecția penală în dreptul afacerilor	5
	Total:	14
Bibliografie:		
1. Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor – note de curs (format electronic), 2026.		
2. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor, Editura Sitech, Craiova, 2013		
3. Didea Ionel, Drept societate, Editura Universul Juridic, 2020		
4. Ramona Duminică, Amelia Singh, Lavinia Olah, Adriana Ioana Pantoiu, Dreptul afacerilor – manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022.		



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor.	2
2.	Diseminarea noțiunilor generale de drept	4
3.	Diseminarea noțiunilor de drept civil cu relevanță în dreptul afacerilor	4
4.	Diseminarea noțiunilor esențiale în materie	4
Total:		14

Bibliografie:

1. Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor – note de curs (format electronic), 2026.
2. Andreea Tabacu, Andreea Drăghici, Dreptul afacerilor, Editura Sitech, Craiova, 2013
3. Didea Ionel, Drept societar, Editura Universul Juridic, 2020
4. Ramona Duminică, Amelia Singh, Lavinia Olah, Adriana Ioana Pantoiu, Dreptul afacerilor– manual universitar pentru învățământ cu frecvență redusă, (suport electronic), 2022.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; coerența logică; gradul de asimilare a limbajului de specialitate	Evaluare finală	50%
10.5 Seminar	Participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; Evaluare periodică;	Prezență și activitate la seminar	20%
	Tema de casă: referat – elaborare și prezentare	Tema de casă Elaborare și prezentare referate	30%
10.6 Condiții de promovare			
<ul style="list-style-type: none">• Obținerea a 50% din punctajul total.• Obținerea a 50% din punctajul aferent activității pe parcursul semestrului.			

Data completării
21.09.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Conf. univ. dr. Andreea DRĂGHICI

Lect. univ. dr. Amelia Veronica GHEOCULESCU

Data avizării în
departament
23.09.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.09.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Economie europeană				
2.2	Titularul activităților de curs						Lect. univ. dr. Radu Costin VASILICĂ				
2.3	Titularul activităților de seminar						Lect. univ. dr. Radu Costin VASILICĂ				
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă			DF		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Ob.2		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe generale de cultură economică dobândite prin studierea disciplinei Economie în ciclul liceal
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea următoarelor cunoștințe și competențe: <ul style="list-style-type: none">- înțelegerea fenomenului integrării, a cauzelor acestuia și a formelor și etapelor integrării;- cunoașterea și înțelegerea procesului integrării economice europene, a instituțiilor europene;- cunoașterea momentelor cheie în evoluția politicilor comune ale Uniunii Europene;- cunoașterea situației actuale a principalelor politici comune ale Uniunii Europene;- înțelegerea tendințelor și provocărilor pe care le întâmpină Uniunea Europeană în ceea ce privește politicile sale comune;- înțelegerea importanței aderării României la Uniunea Europeană, a costurilor și beneficiilor integrării.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
-----	---------------------------	--



5.2	De desfășurare a seminarului	<ul style="list-style-type: none">- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker- Participarea studenților la seminarii- Susținerea testelor de verificare- Respectarea termenelor de predare a temelor de casă
-----	------------------------------	---

6. Obiectiv general

Disciplina *Economie europeană* urmărește formarea unei înțelegeri aprofundate a mecanismelor economice specifice Uniunii Europene, a politicilor sale comune și a modului în care acestea influențează economiile stelor membre. Prin conținutul său, această disciplină contribuie la dezvoltarea unei perspective integrate asupra proceselor economice europene, într-un context marcat de globalizare, interdependență și transformări structurale continue.

Disciplina *Economie europeană* asigură înțelegerea procesului de integrare economică europeană. Studenții sunt familiarizați cu etapele constituirii Uniunii Europene, de la primele comunități economice până la forma actuală a UE, precum și cu fundamentele teoretice ale integrării economice. Acest obiectiv urmărește clarificarea motivelor economice, politice și sociale care au stat la baza cooperării dintre statele europene și evidențierea beneficiilor și costurilor integrării pentru diferite economii naționale.

Un alt aspect important este analiza politicilor economice europene. Disciplina urmărește explicarea principalelor politici comune ale Uniunii Europene, precum politica agricolă comună, politica de concurență, politica regională și de coeziune, politica socială, politica de mediu și politica monetară în cadrul Uniunii Economice și Monetare. Studenții dobândesc capacitatea de a evalua impactul acestor politici asupra creșterii economice, stabilității macroeconomice și convergenței economice dintre statele membre.

În concluzie, obiectivul general al disciplinei *Economie europeană* vizează nu doar transmiterea de cunoștințe teoretice, ci și formarea unei înțelegeri complexe, critice și aplicate a economiei Uniunii Europene, esențială pentru integrarea profesională și academică a absolvenților de științe economice.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<p>C4.1. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată.</p> <p>C4.2. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.</p> <p>C4.3. Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni.</p> <p>C4.4. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.</p> <p>C9.1. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.</p> <p>C9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.</p> <p>C13.1. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; înțelegerea impactului politicilor guvernamentale asupra mediului economic; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor; analiza modului în care localizarea și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.</p>
Abilități	<p>A4.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice.</p> <p>A4.5. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia.</p> <p>A4.6. Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitul) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.</p>



	<p>A9.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.</p> <p>A9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.</p> <p>A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.</p>
Responsabilitate și autonomie	<p>RA4.3. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic.</p> <p>RA4.4. Studentul/Absolventul fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic.</p> <p>RA4.5. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.</p> <p>RA4.6. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.</p> <p>RA9.1. Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.</p> <p>RA9.2. Studentul/Absolventul își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării.</p> <p>RA9.3. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.</p>

8. Metode de predare

Pornind de la analiza profilului de învățare al studenților și de la nevoile lor specifice de formare, procesul de predare pentru disciplina Economie europeană va combina **metode expositive, interactive și aplicative**, astfel încât învățarea să fie una activă, reflexivă și centrată pe student.

Predarea se va realiza prin **prelegeri interactive, dezbateri și exemple practice**. Pentru susținerea procesului de învățare, se vor utiliza **prezentări PowerPoint, grafice și baze de date statistice actualizate (Eurostat, INS, BNR, FMI, World Bank)**, care vor permite studenților să exploreze evoluțiile economice și să interpreteze indicatorii economici în mod aplicat.

Fiecare curs va începe cu **recapitularea și clarificarea conceptelor discutate anterior**, prin dialog și întrebări de verificare, pentru consolidarea cunoștințelor și identificarea eventualelor lacune.

Se va stimula **lucrul în echipă**, prin discutarea în comun a exemplelor practice și prin exerciții colaborative, menite să dezvolte abilitățile de comunicare și argumentare economică. În același timp, se vor exersa **abilitățile de ascultare activă, comunicare asertivă și feedback** ca instrumente de autoreglare și cooperare în procesul de învățare.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Procesul istoric al integrării europene	4
II	Politica agricolă comună	6
III	Politica regională	4
IV	Politica în domeniul concurenței	2



V	Politica socială și de ocupare a forței de muncă	4
VI	Politica monetară a Uniunii Europene. Uniunea Economică și Monetară	4
VII	Politica de mediu a Uniunii Europene	2
VIII	Politica în domeniul energiei	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Radu Vasilică, *Economie europeană* – note de curs, disponibil în format electronic, Pitești, 2026.
2. Liviu C. Andrei – *Economie europeană* (ediția a III-a), Editura Economică, București, 2019.
3. Tiberiu Avrămescu – *Economie europeană*, Editura Sitech, Craiova, 2009.
4. Alina Mihalea Conea - *Politicile Uniunii Europene*, Editura Universul Juridic, București, 2020.
5. Dinu Marin, Cristian Socol – *Fundamentarea și coordonarea politicilor în Uniunea Europeană*, Editura Economică, București, 2006.
6. Gabriela Drăgan – *Uniunea Europeană între federalism și interguvernism: politici comune ale UE*, Editura ASE, 2005.
7. Luțaș Mihaela, Călea Sorin, „*Economie europeană*”, Ed. Imprimeria Ardealul, Cluj-Napoca, 2015
8. Gheorghe Popescu – *Economie europeană*, Editura Economică, București, 2007.
9. Petre Prisecaru (coordonator), *Politici comune ale Uniunii Europene*, Editura Universitară, București, 2011.

SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor Procesul istoric al integrării europene: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei	2
2.	Avantajele și dezavantajele aderării României la Uniunea Europeană	2
3.	Politica agricolă comună: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei	2
4.	Măsurile de dezvoltare a agriculturii și a spațiului rural în România finanțate prin FEADR	2
5.	Politica regională: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei	2
6.	Domeniile de intervenție pentru dezvoltarea regională în România finanțate prin FEDR – 2 ore	2
7.	Lucrare de verificare a cunoștințelor	2
8.	Politica în domeniul concurenței: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei; dezbateri privind implicațiile politicii în domeniul concurenței asupra economiei României	2
9.	Politica socială și de ocupare a forței de muncă: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei,	2
10.	Măsurile de dezvoltare a resurselor umane în România finanțate prin FSE- 1 oră	2
11.	Politica monetară a Uniunii Europene. Uniunea Economică și Monetară: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei	2
12.	Adoptarea de către România a moned/ ei unice europene	2
13.	Politica de mediu a Uniunii Europene: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei, dezbateri privind viitorul politicii de mediu a Uniunii Europene – 1 oră	2
14.	Politica în domeniul energiei: aprofundarea cunoștințelor teoretice specifice temei, dezbateri privind asigurarea independenței energetice a Uniunii Europene – 2 ore	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Radu Vasilică, *Economie europeană* – note de curs, disponibil în format electronic, Pitești, 2026.
2. Liviu C. Andrei – *Economie europeană* (ediția a III-a), Editura Economică, București, 2019.
3. Tiberiu Avrămescu – *Economie europeană*, Editura Sitech, Craiova, 2009.
4. Alina Mihalea Conea - *Politicile Uniunii Europene*, Editura Universul Juridic, București, 2020.
5. Dinu Marin, Cristian Socol – *Fundamentarea și coordonarea politicilor în Uniunea Europeană*, Editura Economică, București, 2006.



6. Gabriela Drăgan – *Uniunea Europeană între federalism și interguvernism: politici comune ale UE*, Editura ASE, 2005.
7. Luțaș Mihaela, Călea Sorin, „*Economie europeană*”, Ed. Imprimeria Ardealul, Cluj-Napoca, 2015
8. Gheorghe Popescu – *Economie europeană*, Editura Economică, București, 2007.
9. Petre Prisecaru (coordonator), *Politici comune ale Uniunii Europene*, Editura Universitară, București, 2011.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	<ul style="list-style-type: none">• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	<ul style="list-style-type: none">• Testare	10%
	<ul style="list-style-type: none">• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	30%
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea mecanismelor de organizare și funcționare ale Uniunii Europene, a principalelor caracteristici ale politicilor economice sectoriale ale UE și utilizarea corectă a limbajului specific instituțiilor europene.		

Data completării
20.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Radu Costin VASILICĂ

Lect. univ. dr. Radu Costin VASILICĂ

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan

Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Dezvoltare regională și rurală
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Maria-Loredana TUȚĂ
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Maria-Loredana TUȚĂ
2.4	Anul de studiu	II
2.5	Semestrul	1
2.6	Tipul de evaluare	E
2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă	DC
2.9	Codul disciplinei	P.L.21.AA.1.III.Ob.3

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de geografie economică și economie europeană
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor despre regiuni de dezvoltare, spațiu rural, programe de finanțare etc.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Această disciplină își propune să asigure studenților dobândirea cunoștințelor teoretice și practice privind procesele, politicile și instrumentele de dezvoltare regională și rurală, în vederea analizării disparităților teritoriale și fundamentării soluțiilor de dezvoltare durabilă la nivel regional și rural. Principalele obiective cognitive vizează: cunoașterea conceptelor, principiilor și teoriilor fundamentale ale dezvoltării regionale și rurale, înțelegerea factorilor care influențează dezvoltarea economică și socială a regiunilor și a spațiului rural, identificarea principalelor politici și instrumente utilizate în dezvoltarea regională și rurală la nivel național și european, explicarea mecanismelor de reducere a disparităților teritoriale și de promovare a coeziunii economice și sociale,



analiza indicatorilor utilizați pentru evaluarea nivelului de dezvoltare regională și rurală și evaluarea impactului politicilor și programelor de dezvoltare asupra comunităților locale și regionale.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<p>C4.1. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată.</p> <p>C4.2. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.</p> <p>C4.3. Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni.</p> <p>C4.4. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.</p> <p>C10.1. Studentul/Absolventul utilizează constructe teoretice privind: conceptul de dezvoltare durabilă și dimensiunile acestuia; obiectivele de dezvoltare durabilă ale Agendei 2030; modalitățile de aplicare a obiectivelor de dezvoltare durabilă la nivel local, național și global, precum și la relațiile de interdependență dintre acestea; principalii indicatori utilizați pentru măsurarea dezvoltării durabile.</p>
Abilități	<p>A4.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice.</p> <p>A4.2. Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate.</p> <p>A4.5. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia.</p> <p>A4.6. Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitele) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.</p> <p>A9.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.</p> <p>A9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.</p> <p>A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.</p>
Responsabilitate și autonomie	<p>RA4.3. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic.</p> <p>RA4.4. Studentul/Absolventul fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic.</p> <p>RA4.5. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.</p> <p>RA4.6. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.</p> <p>RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.</p>



8. Metode de predare

Procesul de predare este centrat pe student și se fundamentează pe utilizarea unor metode variate: metode expositive (prelegerea), metode interactive (întrebări dirijate, dezbateri) și metoda problematizării, care stimulează gândirea critică și participarea activă a studenților. Se urmărește în permanență implicarea activă a studenților în propria formare, printr-un proces de învățare gradual și aplicat, adaptat nevoilor individuale. Se va avea în vedere exersarea abilităților de ascultare activă și de comunicare asertivă, precum și a mecanismelor de construcție a feedback-ului, ca modalități de reglare comportamentală în situații diverse și de adaptare a demersului pedagogic la nevoile de învățare ale studenților.

Predarea se va realiza prin prelegeri interactive susținute cu ajutorul prezentărilor PowerPoint pentru a facilita înțelegerea noțiunilor teoretice. Fiecare curs va începe prin recapitularea celor învățate anterior, cu accent pe fixarea cunoștințelor esențiale. Studenții sunt încurajați să participe activ, să adreseze întrebări și să formuleze opinii proprii cu privire la temele discutate. Activitățile de seminar vor fi centrate pe metode active de predare-învățare, precum învățarea prin descoperire și rezolvarea în echipă a unor studii de caz. Acestea urmăresc stimularea învățării colaborative și dezvoltarea competențelor de lucru în echipă. Metodele didactice utilizate includ: dialogul, dezbateri, exemplificarea, explicarea și rezolvarea problemelor.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Dezvoltarea regională și rurală – abordări conceptuale	2
II	Cadrul instituțional al politicii de dezvoltare regională în România	2
III	Politica de dezvoltare regională în Uniunea Europeană	4
IV	Instrumente financiare pentru realizarea politicii regionale	4
V	Politica de dezvoltare regională în România	4
VI	Mecanismele fondurilor structurale – documente de programare, programe gestionate la nivelul UE	2
VII	Fundamente ale dezvoltării rurale	2
VIII	Politica Agricolă Comună – concept, obiective, limite	2
IX	Obiective și priorități pentru dezvoltarea rurală în România	2
X	Dezvoltarea rurală durabilă – concepte, principii, interdependențe	2
XI	Calitatea vieții în spațiul rural – concept, indicatori	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Tuță Maria-Loredana (2026), *Dezvoltare regională și rurală*, suport de curs în format electronic, Pitești, disponibil la: <https://learn.upit.ro/>
2. Antonescu Daniela, *Dezvoltarea regională. Teorie și practică*, Editura Lumen, Iași, 2019
3. Bodea Gabriela, Pop Larisa, *Agricol, agrar, rural: pledoarie pentru durabilitate*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2013
4. Brăgaru Constantin, *Dezvoltare regională*, Editura Expert, București, 2011
5. Bucur Sorinel-Ionel, *Dezvoltarea durabilă complexă în spațiul rural românesc. Studiu de caz: Regiunea Sud-Muntenia*, Editura Universitară, București, 2020
6. Dona Ion, *Economie rurală*, Editura Economică, București, 2015
7. Hurjui Marcela Cristina, *Politica regională în cadrul UE*, Editura Pro Universitaria, București, 2015
8. Iuhas Valeriu, *Dezvoltarea economică regională*, Editura Emia, Deva, 2018
9. Kerekes Kinga, Pakucs Bernadett, Szocs Emese, Veres Eniko, Vince Maria, *Dezvoltare rurală. Ocuparea forței de muncă în mediul rural.*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2010
10. Mateoc-Sîrb Nicoleta, Mănescu Camelia, *Dezvoltarea rurală și organizarea teritoriului*, Editura Mirton, Timișoara, 2012
11. Roman Ligia, *Contribuții privind îmbunătățirea managementului accesării și utilizării fondurilor structurale*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2020
12. Rusali Mirela Adriana, *Dezvoltarea economică a ruralului în România. Concepte și evaluări*, Editura Digital Data Cluj, 2013



13. Ungureanu George, Mateoc-Sîrb Nicoleta, *Dezvoltarea regională și rurală. Evoluții și tendințe*, Editura Mirton, Timișoara, 2010
14. <https://mfe.gov.ro/>
15. <https://mdlpa.gov.ro/>
16. <https://www.fonduri-ue.ro>

SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2
2.	Noțiuni generale privind dezvoltarea regională	2
3.	Regiunea de dezvoltare – cadru de implementare a politicii regionale	2
4.	Caracterizarea regiunilor de dezvoltare ale României	2
5.	Politica de dezvoltare regională în Uniunea Europeană	2
6.	Concepte de bază privind politica de dezvoltare regională în România. Obiective și principii.	2
7.	Structuri de implementare a politicilor de dezvoltare regională	2
8.	Fondurile structurale și de investiții în România	2
9.	Prezentarea Programelor Operaționale 2021-2027	4
10.	Politici agricole și de dezvoltare rurală	2
11.	Dezvoltarea rurală în România	2
12.	Caracterizarea economică și socială a spațiului rural din România. Obiective strategice ale dezvoltării rurale în România	2
13.	Zonarea spațiului rural	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Tuță Maria-Loredana (2026), *Dezvoltare regională și rurală*, suport de curs în format electronic, Pitești, disponibil la: <https://learn.upit.ro/>
2. Antonescu Daniela, *Dezvoltarea regională. Teorie și practică*, Editura Lumen, Iași, 2019
3. Bodea Gabriela, Pop Larisa, *Agricol, agrar, rural: pledoarie pentru durabilitate*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2013
4. Brăgaru Constantin, *Dezvoltare regională*, Editura Expert, București, 2011
5. Bucur Sorinel-Ionel, *Dezvoltarea durabilă complexă în spațiul rural românesc. Studiu de caz: Regiunea Sud-Muntenia*, Editura Universitară, București, 2020
6. Dona Ion, *Economie rurală*, Editura Economică, București, 2015
7. Hurjui Marcela Cristina, *Politica regională în cadrul UE*, Editura Pro Universitaria, București, 2015
8. Kerekes Kinga, Pakucs Bernadett, Szocs Emese, Veres Eniko, Vince Maria, *Dezvoltare rurală. Ocuparea forței de muncă în mediul rural.*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2010
9. Mateoc-Sîrb Nicoleta, Mănescu Camelia, *Dezvoltarea rurală și organizarea teritoriului*, Editura Mirton, Timișoara, 2012
10. Roman Ligia, *Contribuții privind îmbunătățirea managementului accesării și utilizării fondurilor structurale*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2020
11. Rusali Mirela Adriana, *Dezvoltarea economică a ruralului în România. Concepte și evaluări*, Editura Digital Data Cluj, 2013
12. Ungureanu George, Mateoc-Sîrb Nicoleta, *Dezvoltarea regională și rurală. Evoluții și tendințe*, Editura Mirton, Timișoara, 2010
13. <https://mfe.gov.ro/>
14. <https://mdlpa.gov.ro/>
15. <https://www.fonduri-ue.ro>



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.• Testare• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	<div>10%</div> <div>10%</div> <div>30%</div>
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea conceptului, principiilor și obiectivelor de dezvoltare regională.		

Data completării
16.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Maria-Loredana TUȚĂ

Lect. univ. dr. Maria-Loredana TUȚĂ

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan

Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Comportamentul consumatorului				
2.2	Titularul activităților de curs						Prof. univ. dr. habil. Elena JIANU				
2.3	Titularul activităților de seminar						Lect. univ. dr. Radu Costin VASILICĂ				
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Ob.4		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	42	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								3
3.7	Total ore studiu individual	83						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de marketing, economie și statistică economică
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor despre mixul de marketing și procesele de piață, cerere și ofertă, prelucrarea datelor cantitative și interpretarea corelațiilor statistice etc.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Disciplina vizează aprofundarea proceselor cognitive și afective care stau la baza deciziei de cumpărare și consum, oferind un cadru teoretic riguros pentru analiza comportamentului uman în calitate de actor pe piață. Obiectivul central constă în formarea capacității de a decodifica determinanții individuali (percepție, învățare, personalitate) și sociali (grupuri de referință, clasă socială, cultură) ce influențează procesul decizional. Cursul urmărește tranziția studentului de la observația empirică la analiza științifică a comportamentului, facilitând dobândirea competențelor necesare pentru elaborarea unor strategii de marketing fundamentate pe dovezi empirice



și pe înțelegerea profundă a mecanismelor de fidelizare și a dinamicii nevoilor consumatorilor în contextul digital și sustenabil actual.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C3.1. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.- C3.2. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora.- C3.3. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.- C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.- C14.1. Studentul/Absolventul definește conceptele privind cererea și oferta de bunuri și servicii, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A3.2. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific.- A3.3. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.- A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.- A14.1. Studentul/Absolventul identifică și selectează fluxurile și tehnicile de comercializare diferențiate după natura produselor și serviciilor.- A15.1. Studentul/Absolventul alege metode de gestionare a relațiilor cu clienții și furnizorii.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA3.1. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.- RA3.2. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing.- RA3.3. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.- RA12.3. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.- RA15.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri și/sau soluții tehnologice în domeniile distribuției mărfurilor și prestării serviciilor de consum.

8. Metode de predare

Procesul didactic este articulat printr-o strategie pedagogică centrată pe îmbinarea analizei teoretice cu rigoarea cercetării empirice. Cursul utilizează **metoda expunerii problematizate**, care facilitează înțelegerea mecanismelor decizionale prin corelarea conceptelor din psihologie cu realitățile dinamice ale pieței.

Seminarul fundamentează competențele practice prin **metoda cercetării exploratorii**, în cadrul căreia studenții exersează colectarea și interpretarea datelor despre consumatori, utilizând instrumente specifice de investigație. Se aplică **metoda analizei comparative a modelelor decizionale**, prin care sunt examinate riguros ipotezele comportamentale în raport cu datele statistice obținute. **Metoda studiului de caz** este utilizată pentru disecarea comportamentelor divergente de consum în contexte socio-culturale distincte. Totodată, se recurge la **modelarea comportamentală** prin simulări care vizează anticiparea reacțiilor consumatorilor la stimulii de marketing, asigurând o legătură organică între teoria psihologică și eficiența practică a deciziilor de marketing. Evaluarea se fundamentează pe **metoda feedback-ului constructiv**, menit să valideze capacitatea analitică și discernământul academic al studenților.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Tema I: Concepte fundamentale privind comportamentul consumatorului. Teorii fundamentale și modele privitoare la comportamentul consumatorului	2
II	Tema II: Procesul decizional de cumpărare - Influențe de natură exogenă și endogenă asupra comportamentului de consum - Modelarea comportamentului consumatorului	4
III	Tema III: Modalități practice de studiere a comportamentului consumatorului – abordare sistemică - Aplicarea rezultatelor studiilor comportamentale - Model de investigare a comportamentului consumatorului la nivel macroeconomic	4
IV	Tema IV: Cercetarea calitativă a comportamentului consumatorului: - Cercetarea motivațională - Tehnici de cercetare calitative - Instrumente fundamentale ale cercetării calitative	4
V	Tema V: Proiectarea studierii comportamentului consumatorului: - Informații necesare studierii comportamentului de consum - Modalități de abordare a studierii comportamentului consumatorului	4
VI	Tema VI: Model de investigare a comportamentului consumatorului la nivel macroeconomic	2
VII	Tema VII: Aspecte practice ale studierii comportamentului consumatorului	4
VIII	Tema VIII – Studiarea atitudinilor și a intențiilor de cumpărare	2
IX	Tema IX: Studiarea motivației consumatorilor	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Jianu E., *Comportamentul consumatorului*, suport de curs în format electronic, Pitești, 2026, disponibil la: <https://learn.upit.ro/>
2. Balaure V. (coord) – *Marketing*, Editura Uranus, București, 2010;
3. Cătoi, I., & Teodorescu, N. - *Comportamentul consumatorului: teorie și practică*. Editura Uranus, București, 2016;
4. Choi Tsan M. (Editor) – *Fashion Branding and Consumer Behaviors – scientific models*, Springer Science & Business Media, NY, U.S.A., 2014;
5. Cristache N. – *Comportamentul consumatorului*, Editura Cartea Universitară, 2011;
6. Hawkins I. D., Motherbaugh L.D.– *Consumer behavior – building marketing strategy*, 13th edition, McGraw-Hill Education, U.S.A., 2016;
7. Khan M.– *Consumer behaviour and advertising management*, New Age International Ltd. Publishers, New Delhi, 2011;
8. Kotler Ph., Armstrong G. – *Principles of marketing*, 14th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey, U.S.A., 2012;
9. Kotler, P., & Keller, K. L. - *Managementul marketingului*. Editura Teora, București, 2016;
10. Marder E.– *Comportamentul consumatorilor*, Editura Teora, București, 2011;
11. Olteanu L.– *Comportamentul consumatorului de servicii*, Editura RisoPrint, Cluj-Napoca, 2010;
12. Parsons E. MacLaran P.– *Contemporary Issues in Marketing and Consumer Behaviour*, Elsevier Publishing, Oxford, 2010;
13. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. - *Consumer Behavior*. Pearson Education, 2019;
14. Solomon R. M., Bamossy J. G., Askegaard T.S., Hogg K. M., – *Consumer Behavior – a European Perspective*, 5th Edition, Pearson Education Limited, England, 2013;
15. Tănase A. – *Comportamentul consumatorului*, Editura Economică, București, 2013;
16. Tecău A.S. – *Comportamentul consumatorului – o privire asupra naturii umane din perspectiva marketingului*, Editura Universitară, 2013;
17. Ulwick W.A. – *What customers want*, McGraw Hill, 2009.



SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, prezentarea structurii temei de casă și distribuirea temelor	1
2.	Concepte de bază, teorii și modele ale comportamentului consumatorului	3
3.	Studiul comportamentului consumatorului în mediul concurențial	4
4.	Folosirea panelurilor în studierea motivației consumatorilor	4
5.	Modelarea comportamentului consumatorului (scheme și modele)	2
Total:		14

Bibliografie:

1. Jianu E., *Comportamentul consumatorului*, suport de curs în format electronic, Pitești, 2026, disponibil la: <https://learn.upit.ro/>
2. Amerein N., Barczyk R., Ennard, F. Rohard, Sibaud B., P. Weber – *Manual de marketing strategic și operational*”, Editura Teora, Bucuresti, 2012;
3. Cătoi, I., & Teodorescu, N. - *Comportamentul consumatorului: teorie și practică*. Editura Uranus, București, 2016;
4. Ciobotă Ghe., Stoica I., – *Comportamentul consumatorului – abordare practică*, Editura ProUniversitaria, 2015;
5. Isher-Buttinger C., Vallaster Ch, – *Noul branding – cum să construiești capitalul unei mărci*, Editura Polirom, Iași, 2011;
6. Kotler, P., & Keller, K. L. - *Managementul marketingului*. Editura Teora, București, 2016;
7. Mothersbaugh H. – *Consumer behavior – building marketing strategy*, 11th Edition, Perason Hall, 2012;
8. Negrea M. T. Voinea L. – *Studiul și protecția consumatorului*, Editura ASE, București, 2013;
9. Perju-Mitran A. – *Rolul comunicării de marketing on-line prin intermediul rețelelor sociale în modelarea comportamentului consumatorului*, Editura ProUniversitaria, 2015;
10. Pringle H., Field P. – *Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci*, Editura Polirom, Iași, 2011;
11. Schiffman G. L., Kanuk L.L., Hansen H. – *Consumer behavior – a european outlok*, Pearson Education Ltd., England, 2012;
12. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. - *Consumer Behavior*. Pearson Education, 2019;
13. Solomon M. R. – *Consumer behavior – buying, having and being*, 12th Edition, Pearson Hall, 2015;
14. Yarrow K. – *Decoding the New Consumer Mind: how and why we shop and buy*, Jossey-Bass, Willey, 2014.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.• Testare• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	<ul style="list-style-type: none">10%10%30%



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Capacitatea de a descrie și explica etapele procesului de decizie de cumpărare, de la recunoașterea nevoii până la evaluarea post-cumpărare.– Utilizarea corectă a conceptelor de motivație, percepție și învățare pentru a explica variațiile în comportamentul consumatorilor.
----------------------------	--

Data completării
18.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Prof. univ. dr. habil. Elena JIANU

Lect. univ. dr. Radu Costin VASILICĂ

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba engleză pentru afaceri III					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Nicoleta Florina MINCĂ					
2.4	Anul de studiu	2	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			C		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Op.5		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs		3.3	seminar	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs		3.6	seminar	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								
Tutorat								2
Examinări								4
Alte activități (dacă există)								
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	
4.2	De rezultate ale învățării	Nivel de competență lingvistică A1-A2 conform Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker, casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții - Participarea studenților la seminarii; - Susținerea testelor de verificare; - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul va stăpâni un limbaj economic care să îi ofere capacitatea de a comunica în scris și verbal în limba română și într-o limbă de circulație internațională. De asemenea, el va putea să înțeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete și abstracte și să comunice cu un anumit grad de spontaneitate și de fluentă cu un vorbitor nativ. Studentul va avea abilitatea să acționeze și să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. El va utiliza limba engleză cu eficacitate în viața socială, profesională sau academică.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C12.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.- C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A12.1. Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe.- A12.2. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.- A12.3. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA12.1. Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere etc).- RA12.2. Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină.- RA12.3. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

8. Metode de predare

Procesul didactic va valorifica o varietate de metode: atât metode expositive, cât și metode conversative și interactive, care încurajează învățarea prin descoperire. Acestea vor include explorarea directă și indirectă a tehnologiilor informatice, precum și metode centrate pe acțiune, cum ar fi exercițiile, activitățile practice și gestiunea de situații complexe în autonomie și în grup.

Activitatea de predare va include prelegeri susținute cu ajutorul prezentărilor PowerPoint și al materialelor video, instrucțiuni de folosire aplicații informatice specifice domeniului care vor fi puse la dispoziția studenților. Fiecare seminar va începe cu o scurtă recapitulare a capitolelor anterioare, punându-se accent pe conceptele discutate în sesiunea precedentă.

9. Conținuturi

SEMINAR		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
1	Economics	2
2	On Partnership	2
3	Banking	4
4	Means of Payment	4
5	Accounting	4
6	Corporate Management	4
7	Business Firms Going Global	4
8	Marketing	2
9	Advertising	2
	Total	28
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none">1. Mincă Nicoleta Florina, 2026, <i>English for Business II</i>, suport electronic, disponibilă online2. Ashley, A., 2003, <i>Oxford Handbook of Commercial Correspondence</i> (New Edition), Oxford University Press3. Bantaș, A. & Năstăsescu Violeta, 2000, <i>Dicționar economic</i>, Editura Niculescu, București4. Barghiel, V., 2003, <i>English for Business Administration</i>, Editura Economică, București5. Chiriacescu, Adriana, 2002, <i>Correspondență de afaceri în limbile română și engleză</i>, Editura Teora, București6. Costeleanu Mirela, <i>Business English</i>, 2022, Editura Sitech, Craiova7. Duckworth, M., 2003, <i>Business Grammar and Practice</i>, Oxford University Press8. Gibson, R., 2002, <i>Intercultural Business Communication</i>, Oxford University Press9. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, <i>Business Result. Intermediate</i>. (B1) Student's Book. Oxford University Press		



10. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, *Business Result. Intermediate*. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press
11. Iarovici, Edith & Mareș, Liliana, 1993, *Lecții de limba engleză pentru nivel avansat și mediu*, Editura Teora
12. Ilinca, Cristina, 2017, *English for Business Communication*, Editura Universității din Pitești
13. Lewis-Schätz, Sarah & Süchting, Dorte, 2006, *Engleza de afaceri*, Editura Niculescu, București
14. Littlejohn, A., 2005, *Business Correspondence*, Fourth Edition, Cambridge University Press
15. Mackenzie, Ian, 2011, *Professional English in Use Management*. Cambridge University Press
16. Mincă Nicoleta, 2004, *English for Business*, Editura Universității din Pitești
17. Mincă, Nicoleta, 2005, *Economic Matters in English*, Editura Universității din Pitești
18. Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda & Maciu, Andreea, 2017, *Business English*, Editura Universității din Pitești, Editia a II-a
19. Prelipceanu, Cristina et al., 2004, *English for Tourism and Hospitality Industry*, Editura Universitară, București.
20. Prodromou, Luke & Bellini, Lucia, 2012, *Flash on English for commerce*, ELI, ESP Series
21. Ștefan, Rodica, Pricope, Mihaela & Beldea, Elena, 2001, *Go Ahead-English Course for Business Studies*, Editura Fundației "România de Măine", București

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	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la seminar.• Test de verificare – rezolvarea unor exerciții asemănătoare celor de la seminar.• Capacitatea de asimilare și aplicare a cunoștințelor învățate;• Evaluare	<ul style="list-style-type: none">• Activitate interactivă• Evaluare periodică• Referat• Evaluare finală – probă scrisă	<p>20%</p> <p>20%</p> <p>40%</p> <p>20%</p>
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total;– Însușirea noțiunilor fundamentale abordate;– Capacitatea de a comunica în limba engleză utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul administrarea afacerilor.		

Data completării
20.IX.2026

Titular de seminar

Lect. univ. dr. Nicoleta Florina MINCĂ

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan

Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba franceză pentru afaceri III					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Carmen Elena BÎZU					
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			C		2.9	Codul disciplinei			P.L.21.AA.1.III.Op.6	

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs		3.3	seminar	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs		3.6	seminar	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								
Tutorat								2
Examinări								4
Alte activități (dacă există)								
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	
4.2	De rezultate ale învățării	Nivel de competență lingvistică A1-A2 conform Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker, casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții - Participarea studenților la seminarii; - Susținerea testelor de verificare; - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul poate să înțeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete și abstracte. Poate să comunice cu un anumit grad de spontaneitate și de fluentă cu un vorbitor nativ. Poate să acționeze și să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. Poate să utilizeze limba cu eficacitate în viața socială, profesională sau academică.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C12.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.- C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A12.1. Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe.- A12.2. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.- A12.3. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA12.1. Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere etc).- RA12.2. Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină.- RA12.3. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

8. Metode de predare

Cursul de limba franceză se axează pe vorbirea orală și pe dobândirea fluentei în limba franceză. Temele sunt alese în funcție de utilitate și de necesitățile studenților. Astfel, studenții își pot pune în practică cunoștințele deja acumulate și pot asimila cunoștințe noi. Metodele și atmosfera de lucru sunt gândite să sporească interesul și curiozitatea, să dezvolte gândirea critică și gândirea creativă. Se pune accent pe învățarea teoretică, dar și pe punerea în practică a celor învățate. Se folosesc materiale variate, actualizate și interactive.

Cadrul didactic titular va prezenta încă de la primul curs modul cum vor fi obținute punctajele care dau nota finală și condițiile minime de promovare.

9. Conținuturi

SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1	La politique économique de l'UE	2
2	La politique monétaire de l'UE	2
3	Le taux de chômage en France	2
4	Les différents prélèvements obligatoires: la France	2
5	Les différents prélèvements obligatoires: les pays occidentaux	2
6	Test	2
7	L'importance et l'évolution des finances locales	2
8	Les comptables et les financiers sont recherchés	2
9	Les banques françaises	2
10	BNP Paribas	2
11	Vente et marketing, quelle différence?	2
12	L'achat et la vente d'espace publicitaire	2
13	Les douanes	2
14	Evaluation finale	2
Total		28
Bibliografie: <ul style="list-style-type: none">- ICONARU A., BÎZU C.E., <i>Limba franceză pentru afaceri – note de curs</i>, format electronic, Pitești, 2026- BASSI, C, CHAPSAL, A-M., 2015, <i>Diplomatie.com</i>, CLE International- BLOOMFIELD, A., TAUZIN, B., 2011, <i>Affaires à suivre</i>, Hachette, Paris- CAILLAUD, C., 2013, <i>Modèles de lettres indispensables pour l'entreprise</i>, Éd. Nathan Prometis- CHERIFI, S., GIRARDEAU, B., MISTICHELLI, B., 2014, <i>Travailler en français «en entreprise» A2/B1 livre + CD audio rom</i>, Didier		



- CLOOSE, Éliane, 2014, *Le français du monde du travail - Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires*, Presses Universitaires de Grenoble
- CONSTANTINESCU, I., 2014, *Le français des affaires*, București, Ed. Milena Press
- DUBOIS, A-L., 2014, *Objectif express 2*, Hachette, Paris
- IVAN, Mirela, *Savoir rédiger. Techniques d'expression écrite*, Editura Universitaria Craiova, 2019
- IVAN, Mirela, *Franceza de azi si de ieri. Dictionar francez-român, român-francez*, Editura Universitaria, Craiova, 2018
- LORENTZ, M.A., 2013, *Le français du management. Créer une entreprise*, București, Ed. ASE
- PENFORNIS, J.-L., 2011, *Français.com*, Paris, CLE International
- PERRAT, P., 2014, *Les règles d'or de l'écriture en entreprise. Réussir vos mails, newsletters, comptes rendus, rapports, communiqués de presse*, L'Étudiant
- TOMESCU, M., 2017, *Le Français du monde du travail et des affaires*, Editura Universității din Pitești (suport electronic)

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	Organizarea și prezentarea temei/proiectului de casă Originalitate și creativitate în efectuarea temei/proiectului Capacitatea de a lucra în echipă Respectarea termenelor de predare	Tema de casă	40%
	Corectitudinea răspunsurilor	Lucrarea semestrială	20%
	Participarea activă și implicarea în discuții Fluența și coerența comunicării orale Capacitatea de a exprima idei clare, structurate	Activitatea la seminar	20%
	Corectitudinea răspunsurilor	Aplicații	20%
10.6 Condiții de promovare	– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total; – Standard minim de performanță: Studentul este capabil să recunoască și să folosească structuri specifice limbii franceze în rezolvarea sarcinilor care simulează situații reale din viața profesională.		

Data completării
19.IX.2026

Titular de seminar

Lect. univ. dr. Carmen Elena BÎZU

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Control și audit financiar				
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Op.7		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe de bază de Microeconomie, Bazele contabilității, Bazele economiei întreprinderii și Finanțe, studiate în anul I
4.2	De rezultate ale învățării	Stăpânirea mecanismelor de înregistrare contabilă și a principiilor de raportare financiară; Cunoașterea legislației fiscale aplicabile entităților economice; Cunoașterea și capacitatea de a interpreta principalii indicatori de performanță și echilibru financiar.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă



6. Obiectiv general

Disciplina are drept scop fundamentarea cunoștințelor teoretice și dezvoltarea competențelor practice necesare exercitării misiunilor de control și audit financiar, într-un cadru de guvernanță corporativă modern. Obiectivul central vizează formarea capacității studentului de a evalua cu rigoare fiabilitatea informațiilor contabile, de a identifica riscurile de denaturare semnificativă a situațiilor financiare și de a formula opinii pertinente asupra imaginii fidele a poziției și performanței financiare a unei entități.

Prin analiza aprofundată a standardelor profesionale (ISA) și a normelor de control intern, cursul urmărește tranziția cursantului de la simpla verificare a conformității formale la o abordare bazată pe risc, dezvoltând discernământul profesional necesar pentru a asigura transparența și integritatea raportărilor financiare în mediul de afaceri contemporan.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C1.1. Studentul/Absolventul identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. C1.2. Studentul/Absolventul identifică rapoartele financiare ale unei entități raportoare. C1.3. Studentul/Absolventul clasifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. C1.4. Studentul/Absolventul identifică tranzacțiile și evenimentele de bază ale unei entități raportoare. C1.5. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea principiului partidei duble pentru înregistrarea tranzacțiilor și evenimentelor unei entități raportoare. C1.6. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind întocmirea (pregătirea) situațiilor (rapoartelor) financiare ale unei entități raportoare. C6.1. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale. C6.3. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe privind politicile financiare la nivel de public și la nivel de entitate economică. C6.4. Studentul/Absolventul deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.
Abilități	A1.1. Studentul/Absolventul calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. A1.2. Studentul/Absolventul interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. A1.3. Studentul/Absolventul diferențiază utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale. A1.4. Studentul/Absolventul comunică utilizatorilor informații din rapoartele financiare.
Responsabilitate și autonomie	RA1.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare. RA1.2. Studentul/Absolventul lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile. RA6.1. Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc. RA6.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară.

8. Metode de predare

Procesul instructiv-educativ se fundamentează pe **metoda analizei procedurale**, care integrează rigoarea normativă cu aplicabilitatea practică a auditului. Cursul utilizează **metoda expunerii sistematice**, structurată pe ierarhia normelor profesionale și a metodologiilor de audit, facilitând înțelegerea mecanismelor de control ca elemente intrinseci ale guvernanței organizaționale.

Seminarul valorifică **metoda laboratorului de audit**, în cadrul căruia studenții simulează executarea unei misiuni complete, de la planificarea bazată pe evaluarea riscului, până la redactarea raportului de audit. Se recurge sistematic la **metoda analizei pe studii de caz**, examinând erori și iregularități financiare reale, ceea ce permite dezvoltarea capacității de diagnosticare și evaluare a controalelor interne. **Metoda simulării decizionale** este utilizată pentru a testa logica de selecție a probelor de audit, în timp ce **dezbaterele dirijate** vizează clarificarea dilemelor etice și profesionale cu care se confruntă auditorul în exercitarea mandatului său. Întregul demers pedagogic este susținut de o abordare reflexivă, prin care studenții sunt încurajați să justifice fiecare procedură aplicată prin prisma standardelor internaționale de audit.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Definirea și clasificarea controlului financiar 1. Definirea controlului financiar 2. Clasificarea controlului financiar	2
II	Sfera de acțiune și obiectivele controlului financiar 1. Sfera de acțiune a controlului financiar 2. Obiectivele controlului financiar	2
III	Funcțiile controlului financiar 1. Funcția de cunoaștere și evaluare 2. Funcția de prevenire 3. Funcția de îndrumare 4. Funcția de constrângere 5. Funcția de reglare	2
IV	Organizarea și exercitarea activității de control financiar al statului în sfera de acțiune a legislativului și a executivului	2
V	Metodologia controlului financiar <ul style="list-style-type: none">- Programarea activității de control financiar- Pregătirea acțiunii de control financiar- Efectuarea controlului financiar- Întocmirea actelor de control Valorificarea constatărilor rezultate din evaluarea controlului financiar	4
VI	Auditul financiar– definire, rolul și obiectivele auditului financiar, tipologia juridică Auditul- scurt istoric Rolul auditului financiar Obiectivele auditului financiar Auditul financiar sub raport juridic	2
VII	Normele de comportament în audit: Principii fundamentale. Independența în audit. Activități incompatibile cu practicarea independentă a auditului.	2
VIII	Acceptarea angajamentului de audit Orientarea și planificarea auditului Delimitarea caracteristicilor proprii ale întreprinderii; Identificarea domeniilor, a sistemelor semnificative și a riscurilor. Identificarea domeniilor semnificative, Identificarea sistemelor semnificative.	2
IX	Riscurile auditului; Importanța relativă a riscurilor de erori; Pragul de semnificații în audit, Elemente specifice pragului de semnificații, Relația dintre pragul de semnificație și riscul de audit, Consecințele pragului de semnificație; Planificarea auditului financiar contabil)	2
X	Auditul situațiilor financiare	4
XI	Conținutul Raportului de audit și certificarea bilanțului contabil Tipurile de opinii exprimate de către auditori	4
Total:		28
Bibliografie: <ol style="list-style-type: none">1. Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. - <i>Auditing and Assurance Services</i>. Pearson Education, 2017.2. Bostan I. – Controlul financiar al afacerilor, Universul Juridic, București, 20103. Domnișoru S. - Audit statutar și comunicare financiară. Volumul I, Editura Economică, 20114. Dumitru Mihaela, Control financiar – <i>suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i>, Pitești, 20235. Feleagă, N. - <i>Audit financiar: concepte și practici</i>. Editura Economică, București, 2018.6. Ghiță M. – Auditul intern, ediția a doua, Editura Economică, București, 20097. Moroșan, I., & Stanciu, I. - <i>Controlul financiar și auditul statutar</i>. Editura ASE, București, 2019.8. Munteanu V. (coordonator) – Controlul financiar-contabil la întreprinderi și instituții publice, Editura ProUniversitaria, București, 2012		



9. Turlea E., Roman A. G., Neamțu H.- Audit financiar. Misiuni de asigurare și servicii conexe, Editura Economică, 2012
10. Federatia Internationala a Contabililor, Camera Auditorilor Financiari din Romania - Reglementari Internationale de Audit, Asigurare si Etica. Audit Financiar 2008 (Vol. I + II), Editura Irecson – 2009

SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar introductiv; Definiție, clasificare, sferă de acțiune și obiective; Funcțiile controlului financiar	2
2.	Organizarea activității de control financiar Organizarea activității de control financiar al statului Organizarea structurilor de control financiar în sfera de acțiune a executivului Organizarea controlului financiar la unitățile economice	4
3.	Metodologia de exercitare a controlului financiar Etapa programării activității de control financiar Etapa pregătirii acțiunii de control financiar Etapa efectuării controlului financiar Etapa întocmirii actelor de control Etapa valorificării constatărilor rezultate din evaluarea controlului financiar	6
4.	Exercitarea controlului financiar Exercitarea controlului financiar de către structurile de control ale statului Exercitarea controlului financiar propriu	2
5.	Actele întocmite de structurile cu atribuții de control financiar	2
6.	Auditul financiar– definire, rolul și obiectivele auditului financiar, tipologia juridică	2
7.	Normele de comportament în audit	2
8.	Acceptarea angajamentului de audit	2
9.	Riscurile auditului	2
10.	Auditul situațiilor financiare; Conținutul Raportului de audit și certificarea bilanțului contabil	2
11.	Evaluare finală	2
Total:		28
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none">1. Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. - <i>Auditing and Assurance Services</i>. Pearson Education, 2017.2. Bostan I. – Controlul financiar al afacerilor, Universul Juridic, București, 20103. Domnișoru S. - Audit statutar și comunicare financiară. Volumul I, Editura Economică, 20114. Dumitru Mihaela, Control financiar – <i>suport de curs pentru învățământul frecvență redusă (pe suport electronic)</i>, Pitești, 20235. Feleagă, N. - <i>Audit financiar: concepte și practici</i>. Editura Economică, București, 2018.6. Ghiță M. – Auditul intern, ediția a doua, Editura Economică, București, 20097. Moroșan, I., & Stanciu, I. - <i>Controlul financiar și auditul statutar</i>. Editura ASE, București, 2019.8. Munteanu V. (coordonator) – Controlul financiar-contabil la întreprinderi și instituții publice, Editura ProUniversitaria, București, 20129. Turlea E., Roman A. G., Neamțu H.- Audit financiar. Misiuni de asigurare și servicii conexe, Editura Economică, 201210. Federatia Internationala a Contabililor, Camera Auditorilor Financiari din Romania - Reglementari Internationale de Audit, Asigurare si Etica. Audit Financiar 2008 (Vol. I + II), Editura Irecson – 200911. IFAC - <i>Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements</i>, 2025.		



10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	<ul style="list-style-type: none">• Testare	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea principalelor teorii și capacitatea de a opera cu instrumentele specifice auditului financiar.– Capacitatea de a evalua sistemul de control intern și de a identifica ariile critice supuse riscului de eroare sau fraudă.		

Data completării
20.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Managementul riscului în afaceri				
2.2	Titularul activităților de curs						Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu				
2.3	Titularul activităților de seminar						Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu				
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Op.8		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea principiilor de bază ale managementului și economiei; noțiuni introductive de drept comercial și legislație a afacerilor; finanțe și cultură generală în domeniul științelor sociale; înțelegerea funcționării mediului de afaceri.
4.2	De rezultate ale învățării	Capacitate de analiză cantitativă și calitativă a datelor economice; gândire analitică și critică; abilități de lucru în echipă și de comunicare profesională; capacitate de reflecție asupra valorilor și normelor sociale; deschidere față de dezbateri de idei; abilități de comunicare și argumentare.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă



6. Obiectiv general

Disciplina *Managementul riscului în afaceri* se studiază în cadrul domeniului *Administrarea Afacerilor*, specializarea *Administrarea Afacerilor*, și urmărește formarea competențelor de identificare, evaluare, monitorizare și control al riscurilor în mediul de afaceri contemporan.

Disciplina acoperă tipologiile majore de risc în afaceri (operațional, financiar, strategic, de piață, reputațional, cibernetic), metodele calitative și cantitative de evaluare a riscurilor (matricea probabilitate-impact, simularea Monte Carlo, analiza de sensibilitate, VaR), precum și elaborarea planului de management al riscului conform standardelor ISO 31000 și COSO ERM. Studenții dobândesc competențe practice de analiză a scenariilor de criză și de construire a unui sistem integrat de management al riscului la nivel de organizație. Justificarea includerii disciplinei rezidă în cerința mediului de afaceri actual de specialiști capabili să anticipeze și să gestioneze incertitudinea în deciziile economice.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C1.2. Studentul/Absolventul identifică rapoartele financiare ale unei entități raportoare. C7.1. Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.
Abilități	A1.2. Studentul/Absolventul interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. A1.3. Studentul/Absolventul diferențiază utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale.
Responsabilitate și autonomie	RA1.2. Studentul/Absolventul lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile. RA6.1. Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc. RA7.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific. RA14.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență.

8. Metode de predare

La **curs** abordarea este **teoretico-normativă**: prelegere interactivă cu suport PPT, prezentarea și discutarea unor studii de caz, vizionare de documentare pe teme de riscuri în afaceri, dezbateri etc. Profesorul explică arhitectura ISO 31000 și COSO ERM, oferind contextul necesar pentru implementarea acestora în firme. Se discută riscurile emergente (cibernetice, ESG, strategice), analizând impactul crizelor financiare istorice ca lecții de guvernanta.

La **seminar**: metoda studiului de caz (identificarea riscurilor pentru o companie și elaborarea strategiei de răspuns; definirea și monitorizarea indicatorilor cheie de risc pentru a detecta devreme potențiale amenințări. Studenții construiesc modele de evaluare (matricea probabilitate-impact, analize de sensibilitate, simulări Monte Carlo pentru prognoze). Evaluarea formativă se realizează prin discuții reflexive și eseuri scurte de opinie depuse pe Moodle. Se va exersa abilitatea de lucru în echipă pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare.

Identificarea curenților de învățare (ex: dificultăți în utilizarea formulelor statistice) se face prin exerciții ghidate pas cu pas. Se oferă fișe de calcul („templates”) pentru VaR și simulări, precum și sesiuni de mentorat pentru interpretarea corectă a rezultatelor modelărilor.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Introducere. Noțiuni generale. Definiții. Clasificare. Aplicații Cadrul normativ și standardele internaționale ale managementului riscului: ISO 31000:2018, COSO ERM 2017, Basel III, Solvency II. Principii, cadru și proces conform ISO 3100	4
II	Evaluarea calitativă a riscurilor. Matricea probabilitate-impact. Harta riscurilor (heat map). Prioritizarea riscurilor. Apetitul la risc și toleranța la risc. Indicatori cheie de risc (KRI).	6
III	Evaluarea cantitativă a riscurilor. Analiza de sensibilitate. Analiza scenariilor. Simularea Monte Carlo. Value at Risk (VaR). Aplicații practice în Excel și software specializat.	6



IV	Strategii de răspuns la risc. Evitare, transfer, reducere (atenuare), acceptare. Planul de contingență. Costul managementului riscului vs. costul nemanagementului riscului.	2
V	Riscuri specifice în afaceri (I): riscul financiar (valutar, de dobândă, de lichiditate, de credit), riscul operațional, riscul de conformitate și riscul juridic. Studii de caz: crize financiare internaționale.	6
VI	Riscuri specifice în afaceri (II): riscul strategic, riscul reputațional, riscul cibernetic (cybersecurity risk), riscul de mediu și climatic (ESG risk). Tendințe actuale: riscuri emergente în era digitală și a tranziției verzi.	4
Total:		28

Bibliografie:

1. Dascălu Nicoleta, 2026. *Managementul riscului în afaceri (suport electronic)*, disponibil pe platforma e-learning learn.upit.ro;
2. Burduș, E. – *Managementul riscurilor organizaționale*, Editura ASE, 2019.
3. Constantinescu, D. – *Riscuri și performanță organizațională*, Pro Universitaria, 2020
4. Fraser, J., Simkins, B. – *Enterprise Risk Management*, Routledge, 2020.
5. Georgescu, I. – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Economică, 2021.
6. Hopkin, P. *Fundamentals of Risk Management: Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management*, 6th ed. London: Kogan Page, 2022
7. Lam, J. , *Enterprise Risk Management: From Incentives to Controls*, 2nd ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2014.
8. Morariu, A., Suci, G., Stoian, F., *Audit intern și guvernare corporativă*. București: Editura Universitară, 2008.
9. Tăchiciu, L. (Coord.), *Managementul riscului în afaceri*. Editura ASE, București, 2018.
10. Banca Națională a României . *Raport asupra stabilității financiare*. București: BNR. [disponibil online: www.bnr.ro], 2024.
11. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – COSO. *Enterprise Risk Management: Integrating with Strategy and Performance*. New York: COSO, 2017.
12. International Organization for Standardization, ISO 31000:2018 – *Risk Management: Guidelines*. Geneva: ISO, 2018.

SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Sistemul integrat de management al riscului (ERM). Politica de risc, structura de guvernare a riscului, cultura organizațională față de risc. Monitorizarea, raportarea și auditul intern al riscurilor.	2
2.	Managementul crizelor și continuitatea afacerii (Business Continuity Management – BCM). Planul de continuitate a afacerii (BCP). Studii de caz: managementul crizei COVID-19 în companii românești și internaționale.	2
3.	Analiza riscurilor unui studiu de caz real. Identificarea stakeholderilor expuși la risc. Aplicarea tehnicii brainstorming și a diagramei Ishikawa pentru identificarea riscurilor organizației selectate de echipă.	4
4.	Construirea matricei probabilitate-impact și a hărții riscurilor (heat map) pentru studiul de caz al echipei. Prioritizarea riscurilor și stabilirea apetitului la risc.	6
5.	Evaluarea cantitativă: analiza de sensibilitate și analiza scenariilor (scenariu optimist, realist, pesimist). Aplicație practică în Excel.	4
6.	Simularea Monte Carlo pentru cuantificarea riscului financiar. Aplicație practică cu software specializat. Interpretarea rezultatelor și comunicarea lor către management.	8
7.	Elaborarea registrului de riscuri complet și a planului de management al riscului pentru studiul de caz al echipei. Definirea strategiilor de răspuns și a indicatorilor KRI.	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Dascălu Nicoleta, 2026. *Managementul riscului în afaceri (suport electronic)*, disponibil pe platforma e-learning learn.upit.ro;
2. Burduș, E. – *Managementul riscurilor organizaționale*, Editura ASE, 2019.
3. Constantinescu, D. – *Riscuri și performanță organizațională*, Pro Universitaria, 2020
4. Fraser, J., Simkins, B. – *Enterprise Risk Management*, Routledge, 2020.
5. Georgescu, I. – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Economică, 2021.



6. Hopkin, P. *Fundamentals of Risk Management: Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management*, 6th ed. London: Kogan Page, 2022
7. Lam, J. , *Enterprise Risk Management: From Incentives to Controls*, 2nd ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2014.
8. Morariu, A., Suci, G., Stoian, F., *Audit intern și guvernare corporativă*. București: Editura Universitară, 2008.
9. Tăchiciu, L. (Coord.), *Managementul riscului în afaceri*. Editura ASE, București, 2018.
10. Banca Națională a României . *Raport asupra stabilității financiare*. București: BNR. [disponibil online: www.bnr.ro], 2024.
11. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – COSO. *Enterprise Risk Management: Integrating with Strategy and Performance*. New York: COSO, 2017.
12. International Organization for Standardization, ISO 31000:2018 – *Risk Management: Guidelines*. Geneva: ISO, 2018.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Test de verificare – rezolvarea unor studii de caz asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	<ul style="list-style-type: none">• Testare	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea principalelor teorii și conceptele specifice disciplinei.		

Data completării
20.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta DASCĂLU

Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta DASCĂLU

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Management comparat				
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Op.9		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de bază de management și economie studiate în liceu sau în anul I de facultate.
4.2	De rezultate ale învățării	Cunoașterea și înțelegerea funcțiilor managementului; Familiaritatea cu conceptele de cultură organizațională și comportament individual în grup; Cunoașterea mecanismelor de piață și a modelelor de dezvoltare economică.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă



6. Obiectiv general

Obiectivul fundamental al acestei discipline este de a transcede granițele modelelor manageriale locale, oferind studentului o perspectivă universală și nuanțată asupra modului în care cultura națională și mediul social modelează actul de conducere. Ne propunem să transformăm modul în care cursantul privește eficiența organizațională: nu ca pe o rețetă universală aplicabilă oricând și oriunde, ci ca pe un proces de adaptare fină la valorile, normele și tradițiile specifice fiecărui spațiu geografic. Prin analiza comparativă a modelelor anglo-saxon, japonez, european și a economiilor emergente, studentul va trece de la o viziune etnocentrică la una globală, dezvoltându-și „inteligența culturală”. Această disciplină urmărește, în ultimă instanță, formarea unor manageri capabili să identifice convergențele și divergențele în stilurile de leadership, să prevină conflictele interculturale și să extragă cele mai bune practici din sisteme diverse pentru a crea organizații reziliente, capabile să performeze în ecosisteme economice eterogene.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C7.1. Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. C7.2. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale. C7.3. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.
Abilități	A7.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale. A7.2. Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor. A7.3. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.
Responsabilitate și autonomie	RA7.1. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor. RA7.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific. RA7.3. Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației. RA7.4. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.

8. Metode de predare

Procesul instructiv-educativ se fundamentează pe o metodologie integrativă, care articulează rigoarea teoretică cu exercițiul analitic aplicat. La curs, se utilizează **metoda expunerii sistematice**, susținută de fundamentări teoretice bazate pe paradigma culturilor naționale, vizând articularea unor modele explicative solide pentru fenomenele manageriale internaționale.

Seminarul valorifică **metoda analizei comparative structurale**, prin care studenții sunt îndrumați să evalueze critic specificul sistemelor de management studiate, utilizând instrumentarul teoretic consacrat (dimensiunile culturale ale lui Hofstede și Trompenaars). Se recurge la **metoda studiului de caz riguros**, permițând examinarea unor scenarii decizionale în care variabilele culturale reprezintă variabile independente determinate. În paralel, **metoda dezbaterii dirijate** facilitează clarificarea conceptuală și dezvoltarea abilităților de argumentare academică, în timp ce **metoda modelării fenomenologice** este utilizată pentru a integra diversitatea stilistică într-un cadru coerent de analiză.

Evaluarea continuă și feedback-ul formativ constituie piloni metodologici esențiali, menținuți într-un cadru de mentorat academic ce vizează dezvoltarea discernământului profesional al studentului.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Fundamentele teoretice ale managementului comparat	2
II	Metodologia managementului comparat	3
III	Managementul în Uniunea Europeană	3
IV	Managementul în Japonia	3
V	Managementul întreprinderilor din S.U.A	3
VI	Managementul în țările din Asia (China, Taiwan, Singapore, Coreea de Sud)	3
VII	Managementul în țările arabe	2
VIII	Elemente de management ale firmei în viziune transnațională	2
IX	Tendințe în managementul firmelor pe plan mondial	2
X	Provocări manageriale la nivel internațional	3
XI	Realizarea transferului internațional de know-how managerial	2
Total:		28
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none">1. Antoniu E., Management comparat, note de curs pentru studenții I.F.R., suport electronic, 2023;2. Antoniu E., „Management comparat” – note de curs pentru uzul studenților, material realizat în tehnologia IFR, 2017;3. Antoniu E., Brutu M., „Managementul afacerilor internaționale / Management comparat – teste grilă”, Editura SITECH, Craiova, 2011;4. Burduș, E., „Management comparat internațional”, Editura PRO Universitaria, București, 2012;5. Carmick John Mc., Understanding The EU, <i>Palgrave</i>, 6th Edition, 2011;6. Clifford L. Mark, Pete Engardio, „Meltdown. Asia's Boom, Bust, and Beyond”, Prentice Hall Press, 2010;7. Dumitrașcu V., Managementul între culturi. Interculturalitate și elemente de management comparat, Editura Universitară, București, 2019;8. Dumitrașcu V., Management comparat. Tendințe și provocări postmoderne, Editura Universitară, București, 2016;9. Edfelt, Ralph B., „Global Comparative Management”, SAGE Publication Inc., 2011;10. Haghirian Parissa., „Routledge Handbook of Japanese Business and Management”, Routledge, 2019;11. Gutterman, Alan S: „Comparative Management Studies”, Business Expert Press, LLC, 2019;12. Koen, Carla I., „Comparative International Management”, McGraw Hill Education, UK, 2010;13. Luckacs E., „Management comparat”, Editura Europolis, Galați, 2010;14. Nicolescu O., „Management comparat”, Editura Economică, București, 201615. Nicolescu O., „Management comparat: Uniunea Europeană, S.U.A. și Japonia”, ediția a VI-a, Editura Economică, București, 2011;16. Nicolescu O., Ionescu Ghe., „Minidictionar de management - Managementul comparat internațional”, Editura PRO Universitaria, București, 2011;17. Thomas David C., Peterson Mark F.: „Cross-cultural management – essential concepts”, Sage Publishing Inc., 2018.18. Xing Tong, Haibo Zhang: „China's Emergency Management Theory, Practice and Policy”, Springer - Social Sciences Academic Press, 2020.		

SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2
2.	Prezentarea modelelor de management comparat: Rosalie Tung, John Child și abordarea lui Geert Hofstede	3
3.	Studiu despre dimensiunile valorilor și culturii românești conform abordării lui Geert Hofstede	3



4.	Adoptarea deciziilor și comunicarea în firmele japoneze și structura personalului, modul de angajare, pregătire și evaluare a personalului	3
5.	Analiza raportului dintre managementul nord american și cel japonez	3
6.	Contextul european actual și influența practicilor manageriale europene asupra managementului românesc	3
7.	Analiza comparativă a managementului resurselor umane în Statele Unite și țările europene	3
8.	Relația management-sindicate: U.E. vs. SUA., Japonia vs. SUA	3
9.	Managementul de criză aplicat în companiile japoneze	3
10.	Managementul echipelor globale și multiculturale	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Adekola, A.; Sergi, Bruno S., **Global Business Management – A Cross Cultural Perspectives**”, MPG Books Ltd. Uk, 2012;
2. Antoniu E., Brutu M., „**Managementul afacerilor internaționale / Management comparat – teste grilă**”, Editura SITECH, Craiova, 2011;
3. Antoniu E., **Management comparat**, note de curs pentru studenții I.F.R., suport electronic, 2023;
4. Birdie K. I.: „**Cross-cultural exposure and connections**”, Apple Academic Press Inc., USA, 2021;
5. Burduș, E., „**Management comparat internațional**”, Editura PRO Universitaria, București, 2012;
6. Edfelt, Ralph B., „**Global Comparative Management**”, SAGE Publication Inc., 2011;
7. Istocescu A., „**Civilizație, cultura, management. Editia a patra, Volumul 1: Teoria managementului comparat internațional, Volumul 2: Practica managementului comparat internațional**”, Editura ASE, București, 2018;
8. Kono T., Clegg S., **Trends in Japanese Management – Continuing Strengths, Current Problems and Changing Priorities**, Palgrave Macmillan, 2012;
9. Nicolescu O., „**Management comparat**”, Editura Economică, București, 2016
10. Nicolescu O., „**Management comparat : Uniunea Europeană, S.U.A. și Japonia**”, ediția a VI-a, Editura Economică, București, 2011;
11. Osland Joyce, Steers Richard M., „**Management across cultures: challenges, strategies, and skills**”, Cambridge University Press, 2020;
12. Trompenaar F., Coebergh P. H., **100+ Management Models – how to understand and apply the world most powerful business tools**, Infinite Ideas Limited, Oxford, UK, 2014;
13. Schaefer Ulrike., „**The Business Reinvention of Japan: How to Make Sense of the New Japan and Why It Matters**”, Stanford University Press, 2020.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare – rezolvarea unor studii de caz asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	• Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific specific managementului comparat– Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei <i>Management comparat</i>– Cunoașterea principalelor particularități ale managementului în diferite țări din U.E., Japonia și S.U.A.
----------------------------	---

Data completării
20.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Principii de conduită academică				
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DC		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Op.10		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs	14	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								20
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								1
3.7	Total ore studiu individual	72						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	-
4.2	De rezultate ale învățării	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Această disciplină se studiază în cadrul domeniului Administrarea afacerilor / programul de studii universitare de licență Administrarea afacerilor și își propune să familiarizeze studenții cu normele, valorile și principiile fundamentale ale integrității academice, esențiale pentru formarea unei conduite profesionale corecte. Ea vizează însușirea de către studenți a normelor fundamentale de integritate academică, a codurilor deontologice din domeniul economic și dezvoltarea capacității de discernământ moral în rezolvarea dilemelor etice la nivel individual. Disciplina oferă cadrul conceptual necesar pentru înțelegerea eticii în cercetare și a importanței responsabilității intelectuale, având rolul de a preveni fraudele academice și de a promova standardele de onestitate



și rigoare în redactarea lucrărilor științifice. Includerea acestui curs este justificată de necesitatea formării unor absolvenți care să respecte valorile academice, contribuind la transmiterea către studenți a reperelor metodologice privind drepturile de autor și conduita etică, elemente indispensabile pentru prestigiul profesional pe termen lung.

Astfel, prin parcurgerea disciplinei, studenții vor reuși să:

- înțeleagă conceptele de bază ale eticii și valorilor universale (*Conform UNODC/E4J Module 1 & 2*);
- deprindă normelor de redactare științifică onestă, cu respectarea drepturilor de autor și prevenirea abaterilor (plagiat, autoplăgiat, fabricarea datelor);
- cunoască mecanismele de etică comportamentală (*Behavioral Ethics*) și a factorilor de influență la locul de muncă (*Conform UNODC/E4J Module 8*);
- înțeleagă principiile de etică profesională specifice domeniului economic (administrarea afacerilor, economie, management, contabilitate, finanțe, marketing, HR ș.a.) (*Conform UNODC/E4J Module 11 & 14*).

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<p>C12.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.</p> <p>C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.</p> <p>După parcurgerea disciplinei, studentul va fi capabil să:</p> <ul style="list-style-type: none">- definească noțiunile fundamentale de etică, morala profesională și integritate academică;- identifice formele de plagiat, fraudă academică și abaterile de la etica cercetării;- descrie principiile codurilor de conduită specifice profesiilor economice (ex. CECCAR, CFA, coduri bancare/corporative).
Abilități	<p>A13.1. Studentul/Absolventul lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri; transmite informații clar și concis, atât verbal cât și în scris; gestionează eficient resursele naturale pentru a asigura sustenabilitatea și creșterea economică; adaptează strategiile economice la schimbările și evoluțiile din mediul economic global.</p> <p>A18.1. Studentul/Absolventul conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale.</p> <p>După parcurgerea disciplinei, studentul va fi capabil să:</p> <ul style="list-style-type: none">- aplice corect regulile de citare, referințiere și utilizare etică a resurselor bibliografice și a resurselor AI;- identifice și analizeze dileme etice simple la nivel de executant în cadrul societăților comerciale;- folosească tehnici de acțiune etică individuală (<i>Giving Voice to Values</i>) pentru a sesiza eventuale nereguli.
Responsabilitate și autonomie	<p>RA4.1. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice.</p> <p>RA4.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației.</p> <p>RA4.3. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic.</p> <p>RA6.4. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.</p> <p>RA9.3. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.</p> <p>RA13.1. Studentul/Absolventul utilizează coerent conceptele în vederea adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în situații complexe și imprevizibile; monitorizării și evaluării impactului politicilor implementate; asumării responsabilității pentru calitatea și acuratețea informațiilor comunicate, precum și pentru impactul deciziilor asupra mediului; adaptării strategiilor economice la evoluția mediului economic extern.</p> <p>După parcurgerea disciplinei, studentul:</p> <ul style="list-style-type: none">- va manifesta o conduită integră în susținerea examenelor și elaborarea lucrărilor de evaluare/licență;- își va asuma responsabilitatea pentru deciziile individuale luate în activitatea academică și profesională de debut.



8. Metode de predare

Procesul de predare este conceput pentru a facilita internalizarea valorilor etice prin metode **expozitive** (prelegeri interactive despre norme și reglementări) și **metode activ-participative** (studiul de caz, dezbateri dirijată și învățarea prin descoperire). Fiecare sesiune debutează cu o recapitulare participativă a reglementărilor în vigoare, facilitând "ancorarea" normelor etice în contexte reale. Predarea **cursului** va îmbina: expunere interactivă, prelegere participativă, prezentări multimedia, problematizare și dezbateri dirijată. Activitatea de **seminar va include**: studii de caz (*case-based learning*), analize pe text (coduri de etică), jocuri de rol (*role-playing* pe dileme etice), activități de grup bazate pe metodologia participativă E4J.

Studentii sunt implicați în parcursul de învățare prin **analiza critică a unor studii de caz** privind fraudele academice și prin utilizarea asistată a softurilor anti-plagiat, învățând astfel să aplice corect standardele de citare. Se utilizează **dezbateri etice** ca metodă principală pentru a stimula gândirea critică și comunicarea asertivă. În cazul identificării unor dificultăți în înțelegerea conceptelor, se aplică **măsuri remediale**: sesiuni de consultanță personalizată pentru clarificarea normelor de redactare, materiale suport (ghiduri de citare, exemple de "așa da/așa nu") și activități de exersare asistată în laboratoarele informatice. Lucrul în echipă este utilizat pentru a exersa responsabilitatea colectivă și etica colaborării, oferind mecanisme de feedback continuu care reglează demersul pedagogic în funcție de nevoile grupului.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Necesitatea și utilitatea eticii și integrității în mediul academic. Dileme etice în învățământul universitar	1
II	Cadrul general al eticii și integrității: Valori universale, drepturi și responsabilități în societate (<i>E4J Modulul 1 & 2</i>)	2
III	Responsabilitatea socială a membrilor comunității academice. Etica în cercetarea științifică. Etica discursului în spațiul academic	2
IV	Integritatea academică și proprietatea intelectuală: Norme de redactare, tipologia plagiatului, fraudă academică și utilizarea etică a instrumentelor digitale	2
V	Etică comportamentală (<i>Behavioral Ethics</i>): Cum luăm decizii etice, presiunile de grup și factorii cognitivi care induc abateri (<i>E4J Modulul 8</i>)	2
VI	Etică profesională în domeniul economic: Deontologia economistului, contabilului, finanțistului, mercatologului ș.a. (<i>E4J Modulul 14</i>)	2
VII	Integritate în afaceri (nivel introductiv): Răspunderea socială individuală, conformitatea și cultura transparenței la locul de muncă (<i>E4J Modulul 11</i>)	2
VIII	Evaluare finală - verificare	1
Total:		14

Bibliografie:

1. Dascălu Nicoleta (2025). *Principii de conduită academică, (suport electronic), disponibil pe platforma e-learning learn.upit.ro;*
2. Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2022). *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases* (13th ed.). Cengage Learning.
3. Ghițău Roxana (2015). *Dileme etice în context academic*, https://arced.ro/cered/2015/volum-conferinta/05_W3_R.Ghiatau_Dileme%20etice%20in%20context%20academic.pdf;
4. Gruber Gabriela, *Etică și deontologie în contextul predării digitale*, Competențe academice prin învățământul digital și blended-learning (pp.147-162), Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, https://www.researchgate.net/publication/357900822_Etica_si_deontologie_in_contextul_predarii_digitale;
5. Mureșan, V. (2020). *Etică aplicată în afaceri și administrație*. Editura Universității din București.
6. Socaciu, E., Vică, C., Mihailov, E., Gibe, R., Mureșan, V., & Constantinescu, M. (2018). *Etică și integritate academică*. Editura Universității din București. , <https://eticasiintegritate.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>;
7. Svensson, G., & Wood, G. (2019). *Sustainable Business Ethics and Governance: A Global Perspective*. Emerald Publishing Limited.
8. Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2021). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right* (8th ed.). John Wiley & Sons.



9. *** **Directiva (UE) 2019/1937** a Parlamentului European și a Consiliului privind protecția persoanelor care raportează încălcări ale dreptului Uniunii (Directiva privind avertizorii de integritate).
10. *** Organizația Națiunilor Unite, Declarația universală a drepturilor omului, 1948, https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR_Translations/rum.pdf;
11. *** Carta Universității Naționale de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București, 2025, https://upb.ro/wp-content/uploads/2025/06/CARTA_POLITEHNICA-Bucuresti_2025.pdf.
12. *** **OECD** (2020). *OECD Anti-Corruption and Integrity Guidelines for Public and Private Sector*. OECD Publishing.
13. *** **UNODC / E4J Initiative** (2019). *E4J University Module Series: Integrity and Ethics (Modules 1, 2, 8, 11, 14)*. United Nations Office on Drugs and Crime, Vienna. Disponibil la: <https://www.unodc.org/e4j/en/tertiary/integrity-ethics.html>
14. *** **UNODC** (2019). *E4J Teaching Guide: Integrity and Ethics*. United Nations Office on Drugs and Crime.
15. *** **UNODC** (2021). *Resource Guide on State Measures Stimulating Business Integrity*. UNODC, Vienna.

SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Necesitatea și utilitatea eticii și integrității în mediul academic. Studii de caz Dileme etice în învățământul universitar. Studii de caz Cadrul normativ specific eticii și integrității academice. Studii de caz	2
2.	Analiza codului de etică al universității: Studii de caz privind integritatea academică și analiza rapoartelor de similitudine (anti-plagiat).	2
3.	Atelier de redactare și citare corectă: Exerciții de parafrază, citare și referențiere bibliografică conform standardelor internaționale.	2
4.	Analiza dilemelor etice comportamentale: Joc de rol pe situații de presiune organizațională la locul de muncă.	2
5.	Studii de caz privind etica profesională economică: Analiza unor cazuri reale de abateri deontologice în contabilitate și finanțe.	2
6.	Dezbateri pe tema integrității în afaceri: Rolul codurilor de conduită corporative.	2
7.	Responsabilitatea socială a membrilor comunității academice. Studii de caz Etica discursului. Studii de caz Etica în cercetarea științifică. Studii de caz	2
Total:		14

Bibliografie:

1. **Dascălu Nicoleta** (2025). *Principii de conduită academică, (suport electronic), disponibil pe platforma e-learning learn.upit.ro*;
2. **Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L.** (2022). *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases* (13th ed.). Cengage Learning.
3. **Ghiațau Roxana** (2015). *Dileme etice în context academic*, https://arced.ro/cered/2015/volum-conferinta/05_W3_R.Ghiatau_Dileme%20etice%20in%20context%20academic.pdf;
4. **Gruber Gabriela**, *Etică și deontologie în contextul predării digitale*, Competențe academice prin învățământul digital și blended-learning (pp.147-162), Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, https://www.researchgate.net/publication/357900822_Etica_si_deontologie_in_contextul_predarii_digitale;
5. **Mureșan, V.** (2020). *Etică aplicată în afaceri și administrație*. Editura Universității din București.
6. **Socaciu, E., Vică, C., Mihailov, E., Gibea, R., Mureșan, V., & Constantinescu, M.** (2018). *Etică și integritate academică*. Editura Universității din București, <https://eticasiintegritate.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>;
7. **Svensson, G., & Wood, G.** (2019). *Sustainable Business Ethics and Governance: A Global Perspective*. Emerald Publishing Limited.
8. **Treviño, L. K., & Nelson, K. A.** (2021). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right* (8th ed.). John Wiley & Sons.
9. *** **Directiva (UE) 2019/1937** a Parlamentului European și a Consiliului privind protecția persoanelor care raportează încălcări ale dreptului Uniunii (Directiva privind avertizorii de integritate).
10. *** **Legea învățământului superior nr. 199/2023** cu modificările și completările ulterioare



11. *** O.M.E.N. 3131/M.O. 140/14.02.2018 privind includerea în planurile de învățământ, pentru toate programele de studii universitare organizate în instituțiile de învățământ superior din sistemul național de învățământ, a cursurilor de etică și integritate academică, <https://www.edu.ro/sites/default/files/ordin%203131-2018docx.pdf>;
12. *** Organizația Națiunilor Unite, *Declarația universală a drepturilor omului*, 1948, https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR_Translations/rum.pdf;
13. *** Carta Universității Naționale de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București, 2025, https://upb.ro/wp-content/uploads/2025/06/CARTA_POLITEHNICA-Bucuresti_2025.pdf.
14. *** OECD (2020). *OECD Anti-Corruption and Integrity Guidelines for Public and Private Sector*. OECD Publishing.
15. *** UNODC / E4J Initiative (2019). *E4J University Module Series: Integrity and Ethics (Modules 1, 2, 8, 11, 14)*. United Nations Office on Drugs and Crime, Vienna. Disponibil la: <https://www.unodc.org/e4j/en/tertiary/integrity-ethics.html>
16. *** UNODC (2019). *E4J Teaching Guide: Integrity and Ethics*. United Nations Office on Drugs and Crime.
17. *** UNODC (2021). *Resource Guide on State Measures Stimulating Business Integrity*. UNODC, Vienna.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.• Test de verificare – rezolvarea unor studii de caz asemănătoare celor de la activitatea de seminar.• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Prezența; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.• Testare• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	<div>20%</div> <div>20%</div> <div>40%</div>
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea principalelor concepte de etică academică, integritate și plagiat, conform legislației și normelor universitare.– Capacitatea de identificare și explicare a principalelor forme de abatere de la integritatea academică și a riscurile asociate acestora– Demonstrarea capacității de a cita corect sursele și de a distinge clar între redactarea conformă și plagiat		

Data completării
18.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Etică în afaceri				
2.2	Titularul activităților de curs						Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu				
2.3	Titularul activităților de seminar						Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu				
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DC		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Op.11		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs	14	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								20
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								1
3.7	Total ore studiu individual	72						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea principiilor de bază ale managementului și economiei; noțiuni introductive de drept comercial și legislație a afacerilor; cultură generală în domeniul filosofiei și științelor sociale.
4.2	De rezultate ale învățării	Capacitate de gândire critică și reflecție asupra valorilor și normelor sociale; deschidere față de dezbateri de idei; abilități de comunicare și argumentare.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Disciplina *Etică în Afaceri* se studiază în cadrul domeniului *Administrarea Afacerilor*, programul de studii universitare de licență *Administrarea Afacerilor* și urmărește formarea unui comportament etic și a unui sistem de valori profesionale solide în rândul viitorilor specialiști în administrarea afacerilor. Disciplina abordează marile teorii etice (utilitarism, deontologism, etica virtuții, contractualismul) și aplicarea lor în deciziile de afaceri, dilemele etice frecvente în mediul corporativ (corupție, conflict de interese, discriminare, poluare, publicitate înșelătoare),



responsabilitatea socială a întreprinderii (CSR), etica în leadership și guvernanta corporativă, precum și cadrul legal și normativ privind integritatea în afaceri în România și UE. Disciplina formează capacitatea de analiză critică a situațiilor etice complexe și de fundamentare a deciziilor pe criterii morale clare, contribuind la formarea unui profil profesional integru, responsabil și orientat spre sustenabilitate.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C6.4. Studentul/Absolventul deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.
Abilități	A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile. A13.1. Studentul/Absolventul lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri; transmite informații clar și concis, atât verbal cât și în scris; gestionează eficient resursele naturale pentru a asigura sustenabilitatea și creșterea economică; adaptează strategiile economice la schimbările și evoluțiile din mediul economic global.
Responsabilitate și autonomie	RA4.1. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice. RA4.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației. RA4.3. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic. RA4.4. Studentul/Absolventul fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic. RA4.5. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice. RA4.6. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung. RA6.4. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor. RA9.2. Studentul/Absolventul își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării. RA9.3. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert. RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă. RA11.2. Studentul/Absolventul adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic.

8. Metode de predare

La curs: prelegere interactivă cu suport PPT, prezentarea și discutarea unor scandaluri corporative celebre (Enron, Volkswagen Dieseldgate, cazuri românești), vizionare de documentare și reportaje pe teme de etică în afaceri, dezbateri facilitate. La seminar: metoda studiului de caz (analiza dilemelor etice reale), dezbateri structurate pro/contra pe teme controversate (lobby, whistleblowing, discriminare pozitivă, responsabilitate față de mediu), jocuri de rol, analiza critică a codurilor de etică ale unor companii reale. Evaluarea formativă se realizează prin discuții reflexive și eseuri scurte de opinie depuse pe Moodle.

Se va exersa abilitatea de lucru în echipă pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Introducere. Noțiuni generale. Definiții. Clasificare. Aplicații	2
II	Teorii etice și aplicarea lor în deciziile de afaceri. Utilitarismul (Bentham, Mill): maximizarea bunăstării colective. Deontologismul (Kant): datoria morală și imperativul categoric. Etica virtuții (Aristotel, MacIntyre): caracterul moral al decidentului. Contractualismul (Rawls): dreptatea ca echitate.	2
III	Corupția, conflictul de interese și comportamentul neetic în afaceri. Definiții și tipologii. Efectele economice și sociale ale corupției. Cadrul legal de combatere: Legea nr. 78/2000, Directiva UE privind whistleblowingul, GRECO. Instrumente de prevenire: declarații de avere, coduri de conduită, sisteme de alertă.	2
IV	Responsabilitatea socială corporativă (CSR). Evoluția conceptului: de la filantropie la strategie de afaceri. Piramida lui Carroll. Standardele internaționale: ISO 26000, GRI, Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD/SDG). CSR în România: exemple de bune practici și critici.	2
V	Etica în marketing și publicitate. Publicitatea înșelătoare și manipulativă. Protecția consumatorului: Legea nr. 363/2007 și Directivele UE. Marketingul responsabil. Etica în comunicarea digitală și social media: fake news, algoritmi de manipulare, colectarea datelor personale.	2
VI	Etica în managementul resurselor umane. Discriminarea la locul de muncă (de gen, etnie, vârstă, religie). Hărțuirea și bullying-ul organizațional. Drepturile angajaților vs. interesele angajatorului. Diversitatea și incluziunea ca valori organizaționale. Whistleblowing – protecția avertizorilor de integritate în România (Legea nr. 361/2022).	2
VII	Etica în leadership și guvernanța corporativă. Leadershipul etic: caracteristici și modele (Burns, Bass, Greenleaf – servant leadership). Codul de etică al organizației: structură, implementare, monitorizare. Guvernanța corporativă și rolul consiliului de administrație în asigurarea integrității. Etica în mediul digital: inteligența artificială și deciziile algoritmice.	2
Total:		14
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none">1. Dascălu N. (2026). <i>Etică în afaceri (suport electronic)</i>, disponibil pe platforma e-learning learn.upit.ro;2. Androniceanu, A. (2023). <i>Etică și responsabilitate în organizații</i>, Editura Universitară, București.3. Carroll, A.B., Brown, J.A., Buchholtz, A.K. (2017). <i>Business & Society: Ethics, Sustainability & Stakeholder Management</i>, 10th ed. Boston: Cengage Learning.4. Comisia Europeană (2022). <i>Directiva privind raportarea sustenabilității corporative (CSRD) – 2022/2464/UE</i>. Bruxelles: Jurnalul Oficial al UE. [disponibil online]5. Crane, A., Matten, D. (2016). <i>Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization</i>, 4th ed. Oxford: Oxford University Press.6. Ferrell, O.C., Fraedrich, J., Ferrell, L. (2023). <i>Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases</i>, Cengage Learning.7. Legea nr. 361/2022 privind protecția avertizorilor în interes public. Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1200/2022.8. Popa, M. (2012). <i>Etică în afaceri: fundamente teoretice și aplicații practice</i>. București: Editura ASE.9. Velasquez, M.G. (2014). <i>Business Ethics: Concepts and Cases</i>, 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson.		

SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Etica mediului și sustenabilitatea afacerilor. Responsabilitatea față de mediu: poluare, epuizarea resurselor, schimbări climatice. Etica față de generațiile viitoare. Economia circulară și modelele de afaceri sustenabile. Raportarea ESG (Environmental, Social, Governance) – standarde și tendințe europene (CSRD, Taxonomia verde a UE).	2



2.	Cadrul normativ și instituțional al eticii în afaceri în România și UE. Legislație anticorupție și antifraudă. Directiva privind raportarea sustenabilității corporative (CSRD). Agenția Națională de Integritate (ANI). Mecanismele UE de promovare a eticii în afaceri. Tendințe globale: etica IA, protecția datelor (GDPR), drepturile omului în lanțurile de aprovizionare.	2
3.	Dilema etică a managerului: studiu de caz introductiv. Analiza modelului Kidder. Aplicație: identificarea dilemei etice, a actorilor implicați și a soluțiilor alternative în cazul real ales de fiecare echipă.	2
4.	Dezbateri etice (I): utilitarism vs. deontologism. Studiu de caz Enron – cine este responsabil moral? Fiecare echipă argumentează dintr-o perspectivă etică diferită. Dezbateri plenară și concluzii.	2
5.	Corupția în mediul de afaceri românesc. Analiza unui caz real de corupție corporativă din România. Identificarea cauzelor, a actorilor și a mecanismelor de prevenire. Completarea unei fișe de analiză etică structurate.	2
6.	CSR în practică. Analiza rapoartelor de sustenabilitate ale unor companii românești și internaționale. Evaluarea conformității cu standardele GRI și ODD. Dezbateri: CSR – responsabilitate autentică sau greenwashing?	2
7.	Etica în marketing digital. Studiu de caz: campanie publicitară înșelătoare sau manipulativă. Analiza din perspectiva Legii nr. 363/2007 și a Directivelor UE. Elaborarea unui cod de conduită pentru marketingul digital al unei companii fictive.	2
Total:		14

Bibliografie:

1. Dascălu N. (2026). *Etică în afaceri (suport electronic)*, disponibil pe platforma e-learning learn.upit.ro;
2. Androniceanu, A. (2023). *Etică și responsabilitate în organizații*, Editura Universitară, București.
3. Carroll, A.B., Brown, J.A., Buchholtz, A.K. (2017). *Business & Society: Ethics, Sustainability & Stakeholder Management*, 10th ed. Boston: Cengage Learning.
4. Comisia Europeană (2022). Directiva privind raportarea sustenabilității corporative (CSRD) – 2022/2464/UE. Bruxelles: Jurnalul Oficial al UE. [disponibil online]
5. Crane, A., Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*, 4th ed. Oxford: Oxford University Press.
6. Ferrell, O.C., Fraedrich, J., Ferrell, L. (2023). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*, Cengage Learning.
7. Legea nr. 361/2022 privind protecția avertizorilor în interes public. Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1200/2022.
8. Popa, M. (2012). *Etică în afaceri: fundamente teoretice și aplicații practice*. București: Editura ASE.
9. Velasquez, M.G. (2014). *Business Ethics: Concepts and Cases*, 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare – rezolvarea unor studii de caz asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	• Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



10.6 Condiții de promovare

- Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.
- Cunoașterea principalelor teorii și conceptele de etică în afaceri.

Data completării
17.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu

Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu

Data avizării în departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Geopolitică				
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DC		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.III.Op.12		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs	14	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								28
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								-
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								-
3.7	Total ore studiu individual	72						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de Economie europeană, Macroeconomie și Geografie economică
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor de bază referitoare la politicile economice europene, pentru înțelegerea tendințelor și provocărilor pe care le întâmpină Uniunea Europeană

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Disciplina urmărește dezvoltarea gândirii strategice a studenților, permițându-le să identifice și să analizeze interdependențele dintre geografie, politică și economie. Obiectivul este ca studentul să înțeleagă modul în care deciziile la nivel de stat sau organizație sunt influențate de limitările spațiale și de competiția pentru resurse, dezvoltându-și capacitatea de a anticipa riscuri geopolitice care pot impacta afacerile internaționale.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<p>C4.1. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată.</p> <p>C4.2. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.</p> <p>C4.3. Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni.</p> <p>C4.4. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.</p> <p>C9.1. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.</p> <p>C9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.</p>
Abilități	<p>A9.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.</p> <p>A9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.</p> <p>A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.</p> <p>A18.1. Studentul/Absolventul conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale.</p>
Responsabilitate și autonomie	<p>RA9.1. Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.</p> <p>RA9.2. Studentul/Absolventul își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării.</p> <p>RA11.2. Studentul/Absolventul adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic.</p>

8. Metode de predare

Procesul de predare adoptă **metoda analizei critice sistemice**, care încurajează studenții să privească evenimentele curente dincolo de titlurile de presă. La curs, se utilizează **expunerea interactivă bazată pe hărți mentale**, unde profesorul demonstrează cum schimbările geografice sau demografice dictează direcțiile de politică externă.

La seminar, predomină metoda „Game-Based Learning” și simularea de tip „War Room”. Studenții sunt organizați în grupuri reprezentând „puteri regionale”, fiind puși să negocieze rezolvarea unor crize geopolitice sau economice (ex: asigurarea lanțurilor de aprovizionare cu energie). Această metodă dezvoltă capacitatea de negociere și gândirea strategică. De asemenea, se aplică **metoda studiului de caz comparativ**, în care studenții analizează aceeași problemă din perspectiva mai multor actori, pentru a înțelege relativitatea intereselor naționale.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Introducere în geopolitică 1.1. Definirea geopoliticii 1.2. Locul geopoliticii în cadrul sistemului științelor 1.2.1. Geopolitică și geografie politică 1.2.2. Geografie economică, geoeconomie și geopolitică 1.2.3. Geopolitică și geostrategie	2
II	Școala geopolitică germană. Geneză, evoluție, reprezentanți 2.1. Geneza și evoluția școlii germane 2.2. Reprezentanții școlii germane de geopolitică (Friedrich Ratzel; Rudolf Kjellén; Karl Haushofer)	2
III	Școala geopolitică franceză. Reprezentanți și evoluție 3.1. Evoluția și reprezentanții școlii geopolitice franceze	1
IV	Școala geopolitică și geostrategia anglo-saxonă 4.1. Origini și principii generale 4.2. Reprezentanții școlii anglo-saxone	1
V	Școala geopolitică românească 5.1. Trăsături caracteristice ale școlii românești de geopolitică și principalii reprezentanți	2
VI	Teorii geopolitice 6.1. Teoria statului organic 6.2. Teoria spațiului vital 6.3. Teoria puterii continentale sau a Heartland-ului 6.4. Teoria țărmurilor sau a Rimland-ului	2
VII	Geopolitica în epoca globalizării 7.1. Conceptul de globalizare 7.2. Trăsăturile distinctive ale globalizării economice 7.3. Globalizarea și integrarea – efecte asupra schimburilor comerciale externe	2
VIII	Geostrategia între teorie și practică în câmpul geopolitic contemporan 8.1. Metode și tehnici de analiză geopolitică 8.2. Elaborarea scenariilor geostrategice	2
Total:		14
Bibliografie: <ol style="list-style-type: none">1. Aymeric C., Thual F., Dicționar de geopolitică, Grupul editorial Corint, București, 2003.2. Brzezinski Z., Marea tablă de șah. Supremația americană și imperativele sale geostrategice, Editura Univers Enciclopedic, București, 2000.3. Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.4. Buchet C., Religie și putere în relațiile internaționale contemporane, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1998.5. Buzan B., Popoarele, statele și teama, Editura Cartier, Chișinău, 2000.6. Claval P., Geopolitică și geostrategie. Gândirea politică, spațiul și teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, București, 2001.7. Cooper R., Destamarea națiunilor - geopolitica lumii secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2017.8. Dobrescu P., Geopolitica, ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.9. Frăsinenu D., Geopolitica, Editura România de Măine, București, 2005, 2007.10. Hirst P., Război și putere în secolul XXI, Editura Antet, București, 2001.11. Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chișinău, 2009.12. Kissinger H., Diplomația, Editura All, București, 2008.13. Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2016.14. Neguț S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.15. Neguț S., Introducere în Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2005.16. Neguț S., Rusu V., Geopolitica latino-americană, Editura Meteor Press, București, 2012.17. Pop A. (coord.), România și Republica Moldova între Politica Europeană de Vecinătate și perspectiva extinderii Uniunii Europene, Editura Universitară, București, 2010.		



18. Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, București, 2003.
19. Postelnicu G, Postelnicu C, Globalizarea economiei, Editura Economică, București, 2000.
20. Serebrian O., Geopolitica spațiului pontic, Chișinău, Editura Cartier, 2006.
21. Simileanu V., Sageata R., Geopolitica Romaniei, Editura Top Form, București, 2009.
22. Vasilică R., Geopolitică – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic), 2023.
23. Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2006.
24. *** Puteri și influențe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, București, 2001.
- 25.*** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C..

SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Geopolitica imperială Asemănări și diferențe între abordările geopolitice imperiale ale școlilor germană și anglo-saxonă	1
2.	Europa și geopolitica secolului XX Poziția geopolitică a Uniunii Europene	2
3.	România – abordare în termeni geostrategici	1
4.	Geopolitica Franței. Constante și regularități	1
5.	Geopolitica germană. Tradiție și actualitate	1
6.	Geopolitica S.U.A. Accepții contemporane ale aplicării metodei dispozitivului geopolitic pentru S.U.A.	2
7.	N.A.T.O.	1
8.	Geopolitica Asiei	1
9.	Geopolitica Rusiei Rusia – un actor cheie Ideea imperială -Rossy	1
10.	Noua ordine economică - între regionalism și globalizare	2
11.	Petrolul și geopolitica. Islamul și geopolitica	1
Total:		14

Bibliografie:

1. Aymeric C., Thual F., Dicționar de geopolitică, Grupul editorial Corint, București, 2003.
2. Brzezinski Z., The Choice: Global Domination or Global Leadership, Basic Books, New York, 2004.
3. Claval P., Geopolitică și geostrategie. Gândirea politică, spațiul și teritoriul în secolul al XX-lea, Editura Corint, București, 2001.
4. Cooper R., Destrămarea națiunilor - geopolitica lumii secolului XXI, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2017.
5. Dobrescu P., Geopolitica, ediția a II-a, București, SNSPA, Comunicare.ro, 2008.
6. Frăsinenu D., Geopolitica, Editura România de Măine, București, 2005, 2007.
7. Hirst P., Război și putere în secolul XXI, Editura Antet, București, 2001.
8. Kahn S., Geopolitica Uniunii Europene, Editura Cartier, Chișinău, 2009.
9. Morgan M.J., American Empire and the American Military, Armed Forces & Society, 2016.
10. Negut S., Geopolitica, Editura Meteor Press, București, 2008.
11. Pop A., Geopolitica, Editura Sylvi, București, 2003.
12. Postelnicu G, Postelnicu C, Globalizarea economiei, Editura Economică, București, 2000.
13. Simileanu V., Sageata R., Geopolitica Romaniei, Editura Top Form, București, 2009.
14. Vasilică R., Geopolitică – manual universitar pentru învățământul cu frecvență redusă (suport electronic), 2023.
15. Zielonka J., Europe as Empire: The Nature of the Enlarged European Union, Oxford University Press, Oxford, 2006.



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



16. *** Puteri și influențe, Beaumarchais Center for International Research, Editura Corint, București, 2001.
17. *** Global Trends 2025: A Transformed World, National Intelligence Council, U.S. Government Printing Office, Washington D.C.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Test de verificare – rezolvarea unor studii de caz asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	<ul style="list-style-type: none">• Testare	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Cunoașterea principalilor vectori de putere ai unei regiuni (resurse, poziție, populație);– Capacitatea de a argumenta cum un risc geopolitic (ex: un conflict într-o zonă de tranzit) poate perturba economia europeană;– Capacitatea de a descrie interesele divergente ale marilor puteri în actualul context global.		

Data completării
18.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Managementul proiectelor în afaceri				
2.2	Titularul activităților de curs						Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta DASCĂLU				
2.3	Titularul activităților de seminar / proiect						Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta DASCĂLU				
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.IV.Ob.1		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	42	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								10
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	58						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de Management, Economia întreprinderii, Marketing și Statistică economică, studiate în anul I
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea următoarelor competențe: <ul style="list-style-type: none">• înțelegerea conceptelor de bază despre funcțiile și funcțiunile firmei;• cunoașterea structurilor organizaționale și a proceselor manageriale de bază;• înțelegerea relațiilor firmei și cu mediul său extern, pentru fundamentarea evaluărilor economice ale proiectelor.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului / proiectului	- Proiectul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii / proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă



6. Obiectiv general

Disciplina vizează formarea capacității de a planifica, organiza și controla proiecte complexe, utilizând instrumente metodologice riguroase. Obiectivul este ca studentul să înțeleagă întregul ciclu de viață al unui proiect – de la concepția bazată pe ingineria valorii până la evaluarea post-proiect – și să stăpânească tehnicile de optimizare a timpului și resurselor. Aceasta transformă intuiția managerială în competență tehnică de modelare a activităților, oferind control asupra riscurilor și performanței.

Disciplina acoperă ciclul complet al unui proiect: de la definirea scopului și elaborarea chartei de proiect, la planificarea resurselor, timpului și bugetului, managementul riscurilor și comunicării, până la livrarea și evaluarea rezultatelor. Studenții dobândesc abilități de utilizare a standardelor internaționale în domeniu (PMBOK, PRINCE2, metode Agile/Scrum) și de aplicare a instrumentelor software specifice (MS Project, Gantt, WBS, matrice RACI). Justificarea includerii disciplinei în planul de învățământ rezidă în cerința tot mai mare de specialiști certificați în managementul proiectelor, atât în sectorul privat cât și în cel public, în contextul gestionării fondurilor europene și al proiectelor de investiții.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C7.1. Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.- C7.2. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale.- C7.3. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor..- C8.1. Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.- C8.2. Studentul/Absolventul utilizează elemente de matematici financiare, optimizarea funcțiilor de mai multe variabile, prognoza evoluției în timp a indicatorilor economici, modelarea probabilistă a fenomenelor economice care se desfășoară în condiții de risc și incertitudine, evaluarea indicatorilor statistici care caracterizează un fenomen economic, estimarea parametrilor unui model.- C8.3. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și analizează coerent în privința definirii conceptelor, modelelor și metodelor cantitative necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A1.1. Studentul/Absolventul calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.- A1.2. Studentul/Absolventul interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.- A3.1. Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.- A4.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice.- A4.2. Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate.- A4.5. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia.- A4.6. Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitul) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.- A7.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale.- A7.2. Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.- A7.3. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.- A8.1. Studentul/Absolventul modelează un proces economic și a factorilor determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile.- A8.2. Studentul/Absolventul utilizează algoritmi matematici pentru determinarea soluției optime a unei probleme de maximizare sau minimizare a unei funcții care modelează un indicator de rezultat.- A8.3. Studentul/Absolventul modelează probabilist scenariile de evoluție a unui fenomen economic, evaluează rezultatul asociat fiecărui scenariu și estimează a rezultatul așteptat pe baza scenariilor identificate, utilizând caracteristici numerice ale variabilelor aleatoare (valoare medie, dispersie, coeficient de corelație).



	<ul style="list-style-type: none">- A8.4. Studentul/Absolventul analizează date, estimează parametrii unui model statistic și fundamentează decizia managerială pe baza acestora.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA1.2. Studentul/Absolventul lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile.- RA3.2. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing.- RA4.5. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.- RA4.6. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.- RA6.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară.- RA6.4. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.- RA7.1. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor.- RA7.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific.- RA7.3. Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației.- RA7.4. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.- RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepce și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.- RA11.3. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri.- RA14.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență.

8. Metode de predare

Disciplina utilizează o abordare centrată pe proiect.

La curs, abordarea este **teoretico-metodică** – prelegere interactivă cu suport PPT, studii de caz reale (proiecte europene, proiecte corporative), demonstrații live în MS Project:

- **Expunerea sistematică:** Se prezintă fundamentele managementului de proiect, de la rolurile actorilor (manager, sponsor, echipă) până la complexitatea metodelor de planificare.
- **Analiza modelatoare:** Profesorul explică logica din spatele metodelor de rețea (CPM, MPM) și a modelelor probabilistice (PERT), utilizând studii de caz pentru a demonstra importanța factorilor de succes și a riscurilor.

La seminar, metoda este **aplicativ-calculatoare** - lucrul în echipă pentru elaborarea unui proiect complet de afaceri, simulări de ședințe de proiect (kickoff, status meetings), jocuri de rol (manager de proiect, sponsor, client), utilizarea platformei Moodle pentru depunerea livrabililor, astfel:

- **Workshop-uri de modelare:** Studenții construiesc diagrame Gantt și grafuri-rețea pentru scenarii reale, calculând parametri critici și rezerve de timp.
- **Sesiuni de calcul statistic:** Exerciții aplicative privind metoda PERT, utilizând funcții de probabilitate pentru a estima durata proiectelor în condiții de incertitudine.
- **Analiza ingineriei valorii:** Studenții descompun funcțional un produs sau un serviciu pentru a-i optimiza valoarea raportată la costuri.

Prezentările utilizează imagini și scheme, astfel încât informațiile prezentate să fie ușor de înțeles și asimilat. Se va avea în vedere exersarea abilităților de ascultare activă și de comunicare asertivă, precum și a mecanismelor de construcție a feedback-ului, ca modalități de reglare comportamentală în situații diverse și de adaptare a demersului pedagogic la nevoile de învățare ale studenților.

Se va exersa abilitatea de lucru în echipă pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare.

Măsuri remediale includ identificarea erorilor în logica rețelelor se face prin „verificarea în lanț”. Se oferă fișe de calcul pre-formate pentru algoritmi CPM/MPM și sesiuni de consultanță pentru clarificarea distribuțiilor Beta/Gamma.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Conceptul general de proiect 1.1. Proiectul – definire, caracteristici 1.2. Caracteristicile unui proiect. Clasificarea proiectelor 1.3. Contextul proiectului 1.4. Factorii de succes și de eșec ai proiectelor	2
II	Managerul și echipa de proiect 2.1. Managerul de proiect 2.2. Echipa de proiect 2.3. Structuri organizatorice în managementul proiectelor 2.4. Sponsorul proiectului	2
III	Conceperea proiectelor prin analiza și ingineria valorii 3.1. Analiza și ingineria valorii – concept și obiect de studiu 3.2. Analiza funcțională 3.3. Dimensionarea funcțiilor 3.4. Analiza sistemică a funcțiilor	3
IV	Inițierea și lansarea proiectelor 4.1. Identificarea și formularea proiectului. Pregătirea inițierii 4.2. Managementul factorilor care influențează derularea proiectelor. Identificarea necesităților clienților 4.3. Reuniunea de inițiere a proiectului. Evidența derulării proiectului. Rezumatul proiectului 4.4. Managementul riscurilor 4.5. Evaluarea economică a proiectului. Lansarea proiectului	2
V	Derularea proiectelor 5.1. Lansarea în execuție a proiectelor 5.2. Monitorizarea și stabilirea acțiunilor de corecție 5.3. Controlul și evaluarea derulării proiectului	3
VI	Finalizarea proiectelor 6.1. Perturbații la finalul proiectului 6.2. Predarea și acceptarea proiectului 6.3. Reuniunea de finalizare a proiectului 6.4. Evaluarea post – proiect	3
VII	Diagrama Gantt – instrument de planificare a activităților proiectului 7.1. Scurt istoric 7.2. Prezentarea diagramei. Planificarea activităților unui proiect	3
VIII	Reprezentarea proiectelor prin metodele CRITICAL PATH METHOD (CPM) și METRA POTENTIAL METHOD (MPM) Metoda C.P.M. 8.1. Generalități 8.2. Reguli de construire a grafului – rețea 8.3. Parametrii unui proiect CPM 8.4. Implicațiile care le au dilatarea sau amânarea unei activități asupra rigidizării programului 8.5. Urmărirea și controlul proiectului 8.6. Grafuri integrate și condensate 8.7. Actualizarea grafurilor Metoda M.P.M. 8.8. Generalități 8.9. Regulii de construire a rețelei AoN 8.10. Diagrame de precedență	3
IX	METODA PROGRAMMING EVALUATION AND REVIEW TECHNIQUE (P.E.R.T.) 9.1. Funcția de repartiție și funcția densitate de probabilitate a unei variabile aleatoare 9.2. Repartiția normală și repartiția normală standard 9.3. Teorema limită centrală 9.4. Repartițiile probabilistice Gamma și Beta	3



	9.5. Metoda PERT – generalități	
	9.6. Asemănări și deosebiri între metodele CPM și PERT	
	Total:	28

Bibliografie:

1. Dascălu, N, **Managementul proiectelor în afaceri** – suport de curs electronic, 2026, Moodle POLITEHNICA București
2. Constantinescu, D. - **Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici**, Ed. Sitech, Craiova, 2009
3. Deac, V.- **Management**, Editura ASE, București, 2016
4. Florescu, D., **Managementul proiectelor cu finanțare europeană**, Editura C.H.Beck, București, 2012
5. Ghenea, M. – **Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri**, SC Universul juridic SRL, 2011
6. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - **Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații**, Editura Bibliotheca, București, 2009
7. Ilie, G., **Managementul proiectelor cu finanțare europeană**, Ediția a II-a, Editura Pro Universitaria, 2013
8. Iliescu, V. - **Managementul proiectelor**, Editura Sitech, Craiova, 2011
9. Ionescu, M., Vasilescu, M., Teresneu, C. - **Matematica managementului și managementul proiectelor**, Editura Matrixrom, București, 2013
10. Kerzner, H. - **Management de proiect. Abordare sistemică**, Editura Codecs, 2011
11. Le Dantec, Tanguy - **Managementul proiectelor prin exemple**, Editura CH Beck, București, 2009
12. Mocanu, M., Schuster, C., **Managementul proiectelor: calea spre creșterea competitivității**. București: Editura ALL Beck, 2004
13. Neagu,M., **Managementul proiectelor europene**, Editura Fundația România de Măine, 2019
14. Newton, R. - **Management de proiect- pas cu pas**, Editura Meteor Press, București, 2011
15. Novac, C. - **Managementul echipei de proiect**, Editura Tritonic, București, 2014
16. Opran, C., Stan, S., **Managementul proiectelor**. București: Editura Comunicare.ro, 2013
17. Pacelli, L. - **Consilierul managementului de proiect**, , Editura Meteor Press, București, 2007
18. Postăvaru, N. – **Decizie și previziune**, Editura MatrixRom, București, 2014
19. Postăvaru, N., Băncilă, S., Icociu, C. - **Management integrat al proiectelor investiționale**, Editura Matrixrom, București, 2014
20. Postăvaru, N., Drăghici,G.,Icociu, C.V., **Managementul proiectelor cu aplicare în construcții**, Universitatea Tehnică de Construcții, București, 2018
21. Radu, V., Bănac, S.C., Dobrea, R.C., Simion, C.P. - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2010
22. Radu,V. (coord.). - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2008
23. Roberts, P., - **Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionam corect proiectele pentru a obtine beneficii durabile**, Editura Comunicare.ro, București, 2019
24. Schwaber, K., Sutherland, J., **The Scrum Guide**, 2020. [disponibil online gratuit: <https://scrumguides.org>]
25. Tecău A.S., Constantin,C.P., **Managementul proiectelor și planificarea de marketing**, Ed. Universitară, 2016
26. Young, T.L. - **Managementul proiectelor de succes**, Editura Rentrop & Straton, 2014
27. Wysocki, R.K., **Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, Hybrid**, 8th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2019

PROIECT		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Proiect – definire, caracteristici. Tipologia proiectelor. Mixul de marketing în managementul proiectelor	1
2.	Analiza funcțională și dimensionarea funcțiilor prin Analiza și ingineria valorii	1
3.	Evaluarea economică a proiectelor. Costuri generate de un proiect. Estimarea costurilor. Managementul riscurilor	1
4.	Aplicarea metodei C.P.M. în calculul și derularea proiectelor	1
5.	Aplicarea metodei M.P.M. în calculul și derularea proiectelor	1
6.	Aplicarea metodei P.E.R.T. în calculul și derularea proiectelor	1
7.	Lansarea în execuție a proiectelor. Controlul și evaluarea derulării proiectului. Predarea și acceptarea proiectului. Evaluarea post-proiect	1



8.	Managementul proiectelor cu ajutorul metodelor de planificare a activităților în rețea Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda C.P.M.	2
9.	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda M.P.M.	1
10.	Calculul duratelor activităților și construirea grafului rețea prin metoda P.E.R.T.	2
11.	Evaluare periodică - Verificare finală	2
Total:		14

Bibliografie

1. Dascălu, N, **Managementul proiectelor în afaceri** – suport de curs electronic, 2026, Moodle POLITEHNICA București
2. Băncescu, M, -**Managementul proiectelor pentru analiza afacerilor**, Editura ASE, București, 2017
3. Bonghez, S., **Managementul proiectelor în întreprinderile mijlocii**, Editura Universul Juridic, Colecția Business, 2013
4. Budică, I., **Managementul proiectelor în afaceri**, Editura Universitaria, 2020
5. Constantinescu, D. - **Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici**, Editura Sitech, Craiova, 2011
6. Gorghiu, L.,M., Gorghiu, G., Stan, M.F. - **Managementul proiectelor – o abordare orientată pe aplicații**, Editura Bibliotheca, București, 2013
7. Grigorescu, A. - **Practica managementului proiectelor**, Editura Uranus, București, 2011
8. Grigorescu, A. - **Managementul proiectelor**, Editura Uranus, București, 2010
9. Le Dantec, Tanguy - **Managementul proiectelor prin exemple**, Editura CH Beck, bucurești, 2009
10. **Manual Gower de Management de proiect**, ediția a III-a, Editura Codecs, 2005
11. Mocanu, M., Schuster, C., **Managementul proiectelor: calea spre creșterea competitivității**. București: Editura ALL Beck, 2004
12. Mochal, T., Mochal, J. - **Lecții de management de proiect**, editura Codecs, 2006
13. Newton, R. - **Management de proiect- pas cu pas**, Editura Meteor Press, București, 2012
14. Opran, C., Stan, S., **Managementul proiectelor**. București: Editura Comunicare.ro, 2013
15. Păunescu, C. **Managementul proiectelor**. Editura ASE, București, 2020
16. Radu, V. - **Managementul proiectelor**, Editura Universitară, București, 2010
17. Radu, V. , Curteanu, D. - **Managementul proiectelor de construcții. Culegere de teste și studii de caz**, Editura Tribuna Economică, București, 2009
18. Railean, E. ,- **Managementul proiectului: Dezvoltare profesionala si institutionala**, Editura Lumen, București, 2017
19. Roberts, P., - **Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionam corect proiectele pentru a obtine beneficii durabile**, Editura Comunicare.ro, București, 2019
20. Schwaber, K., Sutherland, J., **The Scrum Guide**, 2020. [disponibil online gratuit: <https://scrumguides.org>]
21. Wysocki, R.K. **Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, Hybrid**, 8th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2019
22. Project Management Institute. **A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)**, 7th ed. Newtown Square, PA: PMI, 2021

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Proiect / Tema de casă	• Prezență și activitate la proiect – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Rezolvare studii de caz.	20%



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



	<ul style="list-style-type: none">• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	30%
10.6 Condiții de promovare	<ol style="list-style-type: none">1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la managementul proiectelor2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei “<i>Managementul proiectelor</i>”3. Capacitatea de aplicare a metodelor de lucru în rețea în cadrul proiectelor4. După parcurgerea disciplinei, studentul trebuie:<ul style="list-style-type: none">– să cunoască modul de derulare și finalizare a proiectelor;– să poată descrie procesul complet al unui proiect, de la inițiere (identificarea nevoilor) până la finalizare (evaluarea post-proiect);– să poată explica conceptul de analiză funcțională și utilitatea acestuia în conceperea proiectelor;– să fie capabil să dimensioneze funcțiile produselor prin <i>Analiza valorii</i>.		

Data completării
20.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta DASCĂLU

Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta DASCĂLU

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan

Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei						Comunicare și negociere comercială				
2.2	Titularul activităților de curs						Lect. univ. dr. Claudia STANCIU TOLEA				
2.3	Titularul activităților de seminar						Lect. univ. dr. Olimpia-Elena-Mihaela OANCEA				
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.IV.Ob.2		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	42	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	58						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de Management și Marketing
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea următoarelor competențe: <ul style="list-style-type: none">• Abilități de relaționare interpersonală: noțiuni de bază despre comportamentul organizațional și psihologia socială, care să permită înțelegerea motivațiilor partenerilor de afaceri;• Fundamente de management: înțelegerea conceptelor de bază despre funcțiile firmei și relația acesteia cu mediul extern;• Capacități de exprimare scrisă și orală: nivel de bază de utilizare a limbii române pentru a structura mesaje clare și coerente;• Cunoștințe generale de Marketing: familiarizarea cu conceptele de mix de marketing și proces de vânzare, necesare pentru a contextualiza negocierile comerciale.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă



6. Obiectiv general

Această disciplină se studiază în cadrul domeniului *Administrarea Afacerilor* și își propune să familiarizeze studenții cu principalele teorii, modele și tehnici de comunicare asertivă și negociere, esențiale pentru mediul de afaceri contemporan. Disciplina oferă orientarea necesară pentru gestionarea interacțiunilor profesionale, punând accent pe rolul comunicării în optimizarea relațiilor comerciale și în atingerea obiectivelor organizaționale prin consens și colaborare.

Disciplina abordează tematici precum: procesul comunicării interpersonale, barierele în comunicare, tehnici de ascultare activă, etapele negocierii comerciale, stiluri de negociere și gestionarea conflictelor. Aceste concepte contribuie la formarea unei viziuni de ansamblu asupra tehnicilor de influențare și persuasiune, transmițând studenților reperele metodologice necesare pentru a naviga eficient situațiile de negociere complexe și pentru a construi relații comerciale durabile.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C3.1. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.- C3.2. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora.- C3.3. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.- C11.3. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța reglementărilor legale aplicabile participanților la raporturile juridice de drept al afacerilor, precum și în materia contractelor, ca principale instrumente în relațiile de afaceri.- C12.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.- C13.1. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; înțelegerea impactului politicilor guvernamentale asupra mediului economic; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor; analiza modului în care localizarea și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A11.1. Studentul/Absolventul aplică metode analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri.- A12.1. Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe.- A12.2. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.- A12.3. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.- A13.1. Studentul/Absolventul lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri; transmite informații clar și concis, atât verbal cât și în scris; gestionează eficient resursele naturale pentru a asigura sustenabilitatea și creșterea economică; adaptează strategiile economice la schimbările și evoluțiile din mediul economic global.- A18.1. Studentul/Absolventul conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA3.1. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.- RA3.2. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing.- RA3.3. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.



	<ul style="list-style-type: none">- RA11.3. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri.- RA12.1. Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere etc).- RA12.2. Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină.- RA12.3. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.- RA13.1. Studentul/Absolventul utilizează coerent conceptele în vederea: adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în situații complexe și imprevizibile; monitorizării și evaluării impactului politicilor implementate; asumării responsabilității pentru calitatea și acuratețea informațiilor comunicate, precum și pentru impactul deciziilor asupra mediului; adaptării strategiilor economice la evoluția mediului economic extern.- RA15.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri și/sau soluții tehnologice în domeniile distribuției mărfurilor și prestării serviciilor de consum.
--	---

8. Metode de predare

Procesul de predare este centrat pe **învățarea prin experiență și metode bazate pe acțiune**. Se utilizează o combinație de prelegeri interactive cu tehnici de **simulare a negocierilor și jocuri de rol**, care permit studenților să exerseze în timp real abilitățile de comunicare.

Strategia pedagogică:

- **Metode conversativ-interactive:** dezbateri pe marginea unor scenarii de negociere și studii de caz care analizează stilurile de comunicare (agresiv, pasiv, asertiv);
- **Învățare prin descoperire:** studenții sunt plasați în situații de conflict simulate pentru a "descoperi" singuri mecanismele de construcție a feedback-ului și importanța ascultării active;
- **Măsuri remediale:** identificarea rămănelor în urmă (ex: dificultăți în formularea argumentelor sau gestionarea emoțiilor) se face prin observație directă în timpul simulărilor. Măsurile includ: sesiuni de feedback individualizat ("debriefing" post-negociere), exerciții de comunicare asertivă în grupuri mici și materiale suport (ghiduri de tactici de negociere, exemple de discurs comercial).

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Comunicarea și negocierea cu clientul	4
II	Tipologia clienților. Tipuri comportamentale în afaceri	4
III	Parteneriat și anteprenoriat	4
IV	Negociere, manipulare și persuasiune	4
V	Tehnici și tactici de negociere	4
VI	Aspecte generale referitoare la negociere – caracteristici și etape. Uzanțe și protocol în negociere	4
VII	Contractul comercial – rezultat al negocierii	4
Total:		28
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none">1. Stanciu Tolea Claudia – <i>Comunicare și negociere comercială</i>, Suport de curs în format electronic, Pitești, 20262. Arnaud Stimec, <i>Negocierea</i>, Editura CH Beck, București, 20113. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i>, Mittweida Hochschulverg, Germany, 20134. Dortier Jean-Francois, Cabin Philippe; traducător Luminița Roșca, Romina Surugiu, <i>Comunicarea. Perspective actuale</i>, Editura Polirom, Iași, 20105. Hassan, S., <i>Manipularea în negocieri</i>, Editura Antet, București, 20126. Marinescu Valentina, <i>Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici</i>, Editura CH Beck, București, 20097. Mucchielli Alex, <i>Comunicarea în instituții și organizații</i>, Editura Polirom, Iași, 20088. Popa Ioan, <i>Negocierea comercială internațională</i>, Editura Economică, 20099. Rujoiu Marian, <i>Biblia negociatorului</i>, Editura Vidia, 2011		



10. Secară Carmen, *Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar* - , Editura Sitech, Craiova, 2011
11. Shell, G.R., *Negocierea în avantaj*, Editura Codecs, București, 2007
12. Stark Peter, Flaherty Jane, *Ghid practic de negociere*, Editura Amaltea, 2010
13. Ștefan Prutianu, *Tratat comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2008

SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	1
2.	Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare	1
3.	Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri. Etica comunicării în afaceri	2
4.	Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor	4
5.	Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală	2
6.	Pregătirea dosarului negocierii	2
7.	Strategia comunicării. Obiectivele strategiei în comunicare. Elemente de bază în stabilirea unei strategii de comunicare	2
Total:		14

Bibliografie:

1. Stanciu Tolea Claudia – *Comunicare și negociere comercială*, Suport de curs în format electronic, Pitești, 2026
2. Arnaud Stimec, *Negocierea*, Editura CH Beck, București, 2011
3. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, *PR Trend. Development and Trends in Communication*, Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013
4. Hassan, S., *Manipularea în negocieri*, Editura Antet, București, 2012
5. Marinescu Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Editura CH Beck, București, 2009
6. Mucchielli Alex, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008
7. Popa Ioan, *Negocierea comercială internațională*, Editura Economică, 2009
8. Rujoiu Marian, *Biblia negociatorului*, Editura Vidia, 2011
9. Secară Carmen, *Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar* - , Editura Sitech, Craiova, 2011
10. Shell, G.R., *Negocierea în avantaj*, Editura Codecs, București, 2007
11. Stark Peter, Flaherty Jane, *Ghid practic de negociere*, Editura Amaltea, 2010
12. Ștefan Prutianu, *Tratat comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2008

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Rezolvare studii de caz.	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	30%



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



10.6 Condiții de promovare	<p>Pentru promovarea disciplinei, studentul trebuie să demonstreze competența de a:</p> <ul style="list-style-type: none">– Identifica stilurile de comunicare și negociere: să poată recunoaște diferențele dintre stilul asertiv și cele non-asertive și să selecteze strategia potrivită pentru un scenariu comercial dat;– Aplica tehnicile de ascultare activă: să demonstreze capacitatea de a reformula mesajul interlocutorului și de a extrage informațiile esențiale din cadrul unei discuții sau negocieri;– Pregăti și simula o negociere: să poată structura principalele etape ale unei negocieri (pregătire, explorare, ofertare, închidere) și să utilizeze o tactică de argumentare pentru a susține o poziție comercială.
----------------------------	---

Data completării
19.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Claudia STANCIU TOLEA

Lect. univ. dr. Olimpia-Elena-Mihaela OANCEA

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Tehnici comerciale					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Maria Loredana TUȚĂ					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Maria Loredana TUȚĂ					
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei			P.L.21.AA.1.IV.Ob.3	

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								3
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de management și marketing
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor despre venit, cheltuieli, cerere, ofertă, competitivitate, profit etc.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Această disciplină își propune să asigure studenților dobândirea de cunoștințe cu privire la definirea și implementarea tehnologiilor comerciale în cadrul punctelor de vânzare, dezvoltarea competențelor teoretice și practice în vederea planificării și optimizării asortimentului de produse și servicii, prin integrarea cerințelor pieței, a particularităților comportamentului consumatorilor și a obiectivelor comerciale ale organizațiilor. De asemenea, această disciplină vizează: dobândirea de cunoștințe teoretice și practice necesare pentru înțelegerea și aplicarea tehnicilor specifice activităților comerciale, prin dezvoltarea competențelor de analiză, planificare și implementare a proceselor de vânzare, negociere, promovare și relaționare cu clienții, în concordanță cu cerințele mediului



economic; dezvoltarea capacității studenților de a identifica și aplica soluții adecvate în diverse situații întâlnite în mediul de afaceri.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<p>C3.1. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.</p> <p>C3.2. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora.</p> <p>C3.3. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.</p> <p>C14.1. Studentul/Absolventul definește conceptele privind cererea și oferta de bunuri și servicii, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora.</p>
Abilități	<p>A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.</p> <p>A14.1. Studentul/Absolventul identifică și selectează fluxurile și tehnicile de comercializare diferențiate după natura produselor și serviciilor.</p> <p>A15.1. Studentul/Absolventul alege metode de gestionare a relațiilor cu clienții și furnizorii.</p>
Responsabilitate și autonomie	<p>RA3.1. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.</p> <p>RA3.3. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.</p> <p>RA11.3. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri.</p> <p>RA14.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență.</p> <p>RA15.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri și/sau soluții tehnologice în domeniile distribuției mărfurilor și prestării serviciilor de consum.</p> <p>RA16.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a propune modalitățile de concepere a unui serviciu, a tehnicilor de comercializare și a comportamentului operatorilor economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.</p>

8. Metode de predare

Procesul de predare este centrat pe student și se fundamentează pe utilizarea unor metode variate: metode expozitive (prelegerea), metode interactive (întrebări dirijate, dezbateri) și metoda problematizării, care stimulează gândirea critică și participarea activă a studenților. Se urmărește în permanență implicarea activă a studenților în propria formare, printr-un proces de învățare gradual și aplicat, adaptat nevoilor individuale. Se va avea în vedere exersarea abilităților de ascultare activă și de comunicare asertivă, precum și a mecanismelor de construcție a feedback-ului, ca modalități de reglare comportamentală în situații diverse și de adaptare a demersului pedagogic la nevoile de învățare ale studenților.

Predarea se va realiza prin prelegeri interactive susținute cu ajutorul prezentărilor PowerPoint pentru a facilita înțelegerea noțiunilor teoretice. Fiecare curs va începe prin recapitularea celor învățate anterior, cu accent pe fixarea cunoștințelor esențiale. Studenții sunt încurajați să participe activ, să adreseze întrebări și să formuleze opinii proprii cu privire la temele discutate. Activitățile de seminar vor fi centrate pe metode active de predare-învățare, precum învățarea prin descoperire și rezolvarea în echipă a unor studii de caz. Acestea urmăresc stimularea învățării colaborative și dezvoltarea competențelor de lucru în echipă. Metodele didactice utilizate includ: dialogul, dezbateri, exemplificarea, explicarea și rezolvarea problemelor.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Abordări tehnologice și de marketing în comercializarea mărfurilor	3
II	Localizarea și dimensionarea magazinului	3
III	Coordonate ale designului exterior și interior al magazinului	2
IV	Tehnici privind amenajarea magazinului	3
V	Echipamentul comercial	3
VI	Implantarea raioanelor de vânzare	3
VII	Tehnici de etalare a mărfurilor	3
VIII	Publicitatea la locul de vânzare	2
IX	Forme moderne de vânzare a mărfurilor	3
X	Tehnici privind amenajarea depozitului	3
Total:		28

Bibliografie:

1. Tuță Maria-Loredana (2026), *Tehnici comerciale*, suport de curs în format electronic, Pitești, disponibil la: <https://learn.upit.ro/>
2. Cohuț Pop Ioana (coord.), Catană Adina, *Tehnologie, organizare și amenajare în comerț*, Editura Universității din Oradea, 2010
3. Corodeanu Daniela, *Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*, Editura Tehnopress, 2008
4. Costandache Mihaela, Ionescu A., *Tehnici comerciale*, Editura Pro Universitaria, București, 2012
5. Criveanu Ion, *Economia comerțului*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
6. Douminique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spațiul de vânzări. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iași, 2009
7. Girard Joe, *Cum să vinzi orice oricui, ediția a III-a*, Editura BUSINESSSTECH, 2021
8. Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
9. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
10. Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
11. Sășeanu Andreea Simona, Albăstroiu Irina, Grosu Raluca Mariana, *Comerț. Noțiuni fundamentale*, Editura ASE, București, 2021
12. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013

SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2
2.	Metode de determinare a ariei de atracție comercială	6
3.	Punctul de vânzare. Mărimea și structura asortimentului de mărfuri	4
4.	Metode de dimensionare a raioanelor. Indicatori de analiză privind fluxul clienților în spațiul de vânzare	6
5.	Indicatori de exploatare a suprafețelor comerciale	2
6.	Evaluarea gradului de utilizare a spațiului magazinului	2
7.	Etalarea mărfurilor în interiorul magazinului și în vitrine	4
8.	Dimensionarea depozitelor	2
Total:		28



Bibliografie:

1. Tuță Maria-Loredana (2026), *Tehnici comerciale*, suport de curs în format electronic, Pitești, disponibil la: <https://learn.upit.ro/>
2. Buzoianu Daniela, *Tehnologii comerciale. Studii – aplicații*, Editura UPG, Ploiești, 2013
3. Douminique Mouton, Gauderique Paris, *Practica merchandisingului. Spațiul de vânzări. Oferta de produse. Comunicarea la locul de vânzare*, Editura Polirom, Iași, 2009
4. Girard Joe, *Cum să vinzi orice oricui, ediția a III-a*, Editura BUSINESSSTECH, 2021
5. Gyula-Laszlo Florian, *Creșterea competitivității firmelor prin raționalizarea vânzărilor*, Editura ASE, București, 2014
6. King George, *Secretele vânzării. Cum să vinzi în orice situație*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2012
7. Meghișan Flaviu, *Economie comercială*, Editura Universitaria, Craiova, 2013
8. Teau Anca Mihaela, *Tehnologii comerciale. Teorie și teste grilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2013

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	10%
	• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	• Testare	10%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	30%
10.6 Condiții de promovare	– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total. – Cunoașterea aspectelor privind amenajarea spațiului comercial și a tehnicilor de etalare a mărfurilor.		

Data completării
18.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Maria-Loredana TUȚĂ

Lect. univ. dr. Maria-Loredana TUȚĂ

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Analiza strategică a mediului concurențial pentru afaceri					
2.2	Titularul activităților de curs					Conf. univ. dr. Daniela Melania MIHAI					
2.3	Titularul activităților de proiect					Conf. univ. dr. Daniela Melania MIHAI					
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei			P.L.21.AA.1.IV.Ob.4	

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs	14	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								14
Pregătire proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								1
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	47						
3.8	Total ore pe semestru	75						
3.9	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de Economia întreprinderii, Management și Marketing, studiate în anul I
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor despre piață, categorii de clienți, cerere, cotă de piață, organizarea internă a activității întreprinderii, eficiență, competitivitate etc.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului /proiectului	- Seminarul/proiectul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: calculator, tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la orele de proiect - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Această disciplină își propune să familiarizeze studenții cu procesul de analiză strategică a mediului concurențial și cu metodologiile de diagnosticare strategică, punând accent pe corelarea capabilităților interne ale firmei cu oportunitățile și amenințările externe. Obiectivul disciplinei este dezvoltarea competențelor analitice necesare pentru evaluarea riguroasă a poziției unei organizații în mediul său concurențial. Disciplina vizează formarea capacității de a fundamenta alegerea alternativelor strategice (creștere, stabilitate sau defensivă) pe baza unor instrumente matriceale validate internațional și a indicatorilor economico-financiari. Principalele obiective cognitive vizează: definirea corectă a obiectului de studiu al analizei strategice și corelarea cu celelalte discipline,



cunoașterea și înțelegerea conceptelor, abordărilor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul analizei strategice, cunoașterea, înțelegerea și explicarea printr-o gândire interpretativă a conceptelor, proceselor, fenomenelor, stărilor, ideilor și tendințelor în managementul strategic ce implică activități de cercetare empirică supervizată, operarea cu conceptele fundamentale specifice analizei strategice, însușirea conceptului de gândire economică relevantă pentru realizarea analizei strategice a mediului concurențial, în vederea identificării oportunităților și amenințărilor, abilitatea de aplicare a metodologiilor de analiză și interpretare a informațiilor economice în vederea realizării analizei strategice și fundamentării de strategii viabile privind dezvoltarea organizației și diversificarea mediului de afaceri.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C3.1. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.- C4.1. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată.- C4.2. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.- C4.3. Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni.- C4.4. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.- C7.1. Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.- C7.2. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale.- C7.3. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.- C8.1. Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A4.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice.- A4.2. Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate.- A4.3. Studentul/Absolventul aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele.- A4.4. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile economice la nivel micro/macroeconomic.- A4.5. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia.- A4.6. Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitele) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.- A7.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale.- A7.2. Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.- A7.3. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.



Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA3.1. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.- RA3.2. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing.- RA3.3. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.- RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.- RA14.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora studii și analize, organizatorice și de eficiență a activității firmelor în vederea acordării de consiliere și asistență.
-------------------------------	--

8. Metode de predare

Predarea disciplinei este centrată pe dezvoltarea gândirii strategice prin metode de explorare a realității economice. Procesul educațional integrează prelegerea cu metoda proiectului (project-based learning), unde studentul devine actor principal în diagnosticarea unei organizații. Se utilizează metode bazate pe acțiune, precum analiza matriceală (BCG, GE-McKinsey) și studiul de caz complex, care necesită modelarea unor situații reale de piață. Studenții au autonomia de a-și selecta domeniile de analiză strategică (DAS), permițând personalizarea demersului didactic în funcție de interesele lor profesionale. Monitorizarea progresului se realizează prin etape intermediare de prezentare a proiectului, facilitând intervenția imediată în caz de dificultăți. Măsurile remediale includ sesiuni de "debriefing" post-curs, clarificarea conceptelor prin analogii practice și accesul la baze de date simplificate. Feedback-ul de tip "peer-review" în cadrul echipelor de proiect este utilizat ca instrument de reglare comportamentală și de creștere a responsabilității individuale, asigurând un climat favorabil învățării prin descoperire.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	CONȚINUTUL ȘI METODOLOGIA ANALIZEI STRATEGICE A ORGANIZAȚIEI ÎN MEDIUL CONCURENȚIAL 1.1. Întreprinderea – obiect al analizei strategice și mediul său concurențial (1 oră) 1.2. Conținutul și metodologia cadru a analizei strategice în mediul concurențial (1 oră)	2
II	METODE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚII ÎNTEPRINDERILOR 2.1. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea factorilor lanțului de activități intern – extern ale organizației (3 ore) 2.1.1. Segmentarea strategică a sectoarelor de activitate 2.1.2. Analiza SWOT 2.1.3. Matricea BCG 2.2. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea criteriilor atractivității și a forței afacerii pe piață (3 ore) 2.2.1. Matricea General Electric – Mc Kinsey 2.2.2. Matricea Royal Dutch – Shell 2.2.3. Matricea Artur D. Little și Hofer	6
III	ALTERNATIVE STRATEGICE ALE ÎNTEPRINDERII ÎN MEDIUL CONCURENȚIAL 3.1. Strategii de creștere (3 ore) 3.2. Strategii de consolidare (stabilitate) (2 ore) 3.3. Strategii defensive (1 oră)	6
Total:		14
Bibliografie: 1. Mihai, Daniela-Melania – <i>Analiza strategică a mediului concurențial pentru afaceri</i> [Suport de curs în format electronic]. Pitești, 2026, disponibil la: https://learn.upit.ro/ ; 2. Băcanu Bogdan – <i>Practici de management strategic</i> , Editura Polirom, Iași, 2011;		



3. Butănescu-Volanin Remus – *Analiza economică a firmei: Resurse – Performanță – Valoare*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;
4. Dalotă Marius-Dan – *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016;
5. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina – *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014;
6. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014;
7. Gallo Carmine – *Experiența APPLE – Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015;
8. Ghelea Marius – *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011;
9. Grant, R.M. – *Contemporary Strategy Analysis* (11th edition). Wiley, 2021
10. Iagăru Romulus; Iagăru Pompilica – *Dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;
11. Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P. – *Exploring Strategy* (11th edition). Pearson, 2017
12. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016;
13. Mauborgne Renee – *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015;
14. Mihael Daniela, Drăghici Constantin – *Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;
15. Mihael Daniela, Drăghici Constantin – *Curs de analiză strategică și simulări decizionale* – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009;
16. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J. – *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. Free Press, 2014
17. Nicolescu, O. (coord.) – *Strategii manageriale de firmă*. București: Editura Economică, 2016
18. Popa Ion – *Management strategic*, Editura Economică, București, 2014;
19. Porter, M.E. – *Strategie competitivă. Tehnici de analiză a sectoarelor de activitate și a concurenților*. București: Editura Curtea Veche, 2015
20. Pricop Mihai, Tanțău Adrian – *Globalizarea și strategia firmei*, Editura Eficient, București, 2014;
21. Tanțău Adrian – *Entrepreneurship. Gîndește inovator și pragmatic*, Editura CH Beck, București, 2011.

SEMINAR

Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	1
2.	Metodologia de realizare a studiilor de analiză strategică a organizației în mediul concurențial	2
3.	Analiza atractivității principalelor domenii de analiză strategică (DAS) ale întreprinderii	2
4.	Diagnosticarea situației organizației și a prestației ei în cadrul mediului concurențial în care operează, pe baza analizei ratio-urilor economico-financiare relevante	2
5.	Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a mediului extern	2
6.	Studii de caz – Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a caracteristicilor mediului său extern: <ul style="list-style-type: none">- selectarea domeniilor de analiză strategică (1 oră);- aplicarea modelelor matriceale de analiză (3 ore):<ul style="list-style-type: none">▪ analiza SWOT la organizații reprezentative pentru diferite sectoare de activitate;▪ matricea BCG de analiză a portofoliului de produse/servicii ale întreprinderii;▪ matricea General Electric – Mc Kinsey;- stabilirea tipului de strategie pentru fiecare DAS (1 oră).	5
Total:		14



Bibliografie:

1. Mihai, Daniela-Melania – *Analiza strategică a mediului concurențial pentru afaceri* [Suport de curs în format electronic]. Pitești, 2026, disponibil la: <https://learn.upit.ro/>;
2. Anghel Ioan – *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
3. Băcanu Bogdan – *Practici de management strategic*, Editura Polirom, Iași, 2011;
4. Butănescu-Volanin Remus – *Analiza economică a firmei: Resurse – Performanță – Valoare*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;
5. Dalotă Marius-Dan – *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016;
6. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014;
7. Gallo Carmine – *Experiența APPLE – Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015;
8. Grant, R.M. – *Contemporary Strategy Analysis* (11th edition). Wiley, 2021
9. Iagăru Romulus; Iagăru Pompilica – *Dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii*, Editura Universității "Lucian Blaga" din Sibiu, 2017;
10. Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P. – *Exploring Strategy* (11th edition). Pearson, 2017
11. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016;
12. Mauborgne Renee – *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015;
13. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – *Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010;
14. Mihai Daniela, Drăghici Constantin – *Curs de analiză strategică și simulări decizionale* – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009;
15. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J. – *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. Free Press, 2014
16. Popescu Dumitru Dan – *Practical guide to company analysis*, Editura A.S.E., București, 2011;
17. Porter, M.E. – *Strategie competitivă. Tehnici de analiză a sectoarelor de activitate și a concurenților*. București: Editura Curtea Veche, 2015
18. Toma, Marin, Corpul Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România – *Inițiere în evaluarea întreprinderilor*, Editura CECCAR, București, 2011;
19. Urbain Caroline, Le Gall-Ely Marine – *Pretul și strategia de marketing*, Editura CH Beck, București, 2011.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Proiect / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar/proiect – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de proiect.• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.• Testare• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	<div>20%</div> <div>20%</div> <div>40%</div>



10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea principalelor metode de diagnosticare strategică a afacerii în contextul mediului concurențial în cadrul căruia evoluează și elaborarea proiectului individual;– Capacitatea de a comunica informațiile utilizând corect limbajul științific referitor la mediul concurențial și analiza sa strategică.
----------------------------	---

Data completării
15.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan

Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Inițierea afacerii			
2.2	Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Ionela Cristina MICU			
2.3	Titularul activităților de seminar / proiect	Lect. univ. dr. Ionela Cristina MICU			
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2
2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă	DS	2.9	Codul disciplinei	P.L.21.AA.1.IV.Ob.5

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	1
3.4	Total ore din planul de învățământ	42	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								14
Pregătire seminarii/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	58						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de Management, Marketing, Bazele economiei întreprinderii.
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor despre piață, competitivitate, tipuri de întreprinderi, etapele ciclului de viață pentru o afacere, întocmirea unui plan de afaceri, etc.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului / proiectului	- Seminarul (proiectul) se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii / proiecte - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Această disciplină își propune să familiarizeze studenții cu principalele fundamente teoretice privind inițierea unei afaceri. Principalele obiective cognitive vizează: cunoașterea conceptelor în domeniul antreprenoriatului, identificarea ideilor de afaceri și de oportunități, cunoașterea proceselor și activităților necesare desfășurării unei afaceri, cunoașterea structurii generale a unui plan de afaceri, identificarea tipurilor de resurse necesare derulării unei afaceri, precum și a strategiilor de dezvoltare și a surselor de finanțare în afaceri.



Disciplina vizează formarea unei viziuni antreprenoriale moderne, permițând studenților să înțeleagă și să opereze cu conceptele specifice inițierii și dezvoltării unei afaceri, să dezvolte capacitatea de a identifica oportunitățile de afaceri și de a elabora un plan de afaceri.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C3.1. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.- C4.1. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată.- C4.2. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.- C6.1. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale.- C6.4. Studentul/Absolventul deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.- C7.3. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.- C11.1. Studentul/Absolventul utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii.- C18.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe solide în domeniul antreprenoriatului.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A4.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice.- A4.2. Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate.- A4.3. Studentul/Absolventul aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele.- A4.4. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile economice la nivel micro/macroeconomic.- A..1. Studentul/Absolventul recunoaște datele financiare relevante.- A7.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale.- A7.2. Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.- A7.3. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.- A8.1. Studentul/Absolventul modelează un proces economic și a factorilor determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile.- A8.2. Studentul/Absolventul utilizează algoritmi matematici pentru determinarea soluției optime a unei probleme de maximizare sau minimizare a unei funcții care modelează un indicator de rezultat.- A8.3. Studentul/Absolventul modelează probabilist scenariile de evoluție a unui fenomen economic, evaluează rezultatul asociat fiecărui scenariu și estimează a rezultatul așteptat pe baza scenariilor identificate, utilizând caracteristici numerice ale variabilelor aleatoare (valoare medie, dispersie, coeficient de corelație).- A8.4. Studentul/Absolventul analizează date, estimează parametrii unui model statistic și fundamentează decizia managerială pe baza acestora.- A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.



Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA1.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare.- RA1.2. Studentul/Absolventul lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile.- RA3.2. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing.- RA4.1. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice.- RA4.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației.- RA4.5. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.- RA4.6. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.- RA6.1. Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc.- RA6.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară.- RA6.4. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.- RA7.3. Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației.- RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a conștientize și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.- RA11.1. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale studiate la soluționarea unor situații practice cu care se confruntă participanții în mediul de afaceri.- RA11.2. Studentul/Absolventul adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic.- RA11.3. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri.- RA18.1. Studentul/Absolventul dezvoltă o mentalitate adaptabilă, rezilientă și antreprenorială, motivând și influențând echipa pentru a crea un mediu de lucru pozitiv și productiv.
-------------------------------	---

8. Metode de predare

Procesul de predare este centrat pe student, pornind de la analiza profilului de învățare al grupei pentru a adapta tacticile pedagogice. Se utilizează o combinație de metode expositive (prelegeri dinamice susținute prin suporturi vizuale Power Point) și metode activ-participative (învățare prin descoperire și modelare). Fiecare curs va debuta cu recapitularea capitolelor deja parcurse, cu accent asupra noțiunilor parcurse la ultimul curs.

Studentii sunt implicați în stabilirea parcursului prin alegerea unor teme de studiu de caz relevante pentru interesele lor profesionale. Se va avea în vedere exersarea abilităților de ascultare activă și de comunicare asertivă, precum și a mecanismelor de construcție a feedback-ului, ca modalități de reglare comportamentală în situații diverse și de adaptare a demersului pedagogic la nevoile de învățare ale studenților. În cazul identificării unor rămăneri în urmă, se vor aplica măsuri remediale precum: sesiuni de consultanță personalizate, materiale suport suplimentare (tutoriale video, sinteze) și activități de mentorat între studenți (peer-tutoring), asigurând astfel sprijinirea fiecărui cursant în atingerea obiectivelor disciplinei.

Se va dezvolta lucrul în echipă, utilizat ca mecanism de reglare a feedback-ului și de dezvoltare a abilităților de conducere.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	<u>ABORDĂRI CONCEPTUALE PRIVIND ANTREPRENORIATUL</u> 1.1. Antreprenoriatul – definire și tipologie (1 oră) 1.2. Antreprenorul – concept, funcții și caracteristici (2 ore) 1.2. Tipologii de antreprenori și motivațiile inițierii unei afaceri (1 oră)	4
II	<u>CUM SA INCEPI O AFACERE</u> 2.1. De la idea de afaceri la oportunitate (1 oră) 2.2. Reglementări privind inițierea unei afaceri (2 ore) 2.3. Metode pentru generarea ideilor de afaceri (2 ore) 2.3. Modalități de lansare a unei afaceri (1 oră)	6
III	<u>DIGITALIZAREA ȘI INOVAREA ÎN ÎNȚIEREA UNEI AFACERI</u> 3.1. Transformarea digitală și impactul tehnologiei asupra afacerilor (2 ore) 3.2. Inovarea – proces al schimbării și dezvoltării (2 ore)	4
IV	<u>PLANUL DE AFACERI - INSTRUMENT STRATEGIC PENTRU START-UP-URI</u> 4.1. Rolul și importanța planului de afaceri (1 oră) 4.2. Planul de afaceri – concept și funcții (1 oră) 4.3. Structura generală a planului de afaceri (2 ore)	4
V	<u>STRATEGII PENTRU DEZVOLTAREA AFACERII</u> 5.1. Ciclul de viață al afacerii (2 ore) 5.2. Matricea strategiilor de dezvoltare a afacerilor (1 oră) 5.3. Strategia de marketing (1 oră)	4
VI	<u>DIMENSIONAREA RESURSELOR ÎN AFACERI</u> 6.1. Necesarul de resurse materiale (2 ore) 6.2. Necesarul de resurse umane (1 oră) 6.3. Necesarul de resurse financiare (1 oră)	4
VII	<u>FINANȚAREA AFACERII</u> 7.1. Surse de finanțare (1 oră) 7.2. Particularitățile financiare ale unei afaceri în etapa de inițiere (1 oră)	2
Total:		28

Bibliografie:

1. Micu, Ionela-Cristina (2026), *Inițierea afacerii* [Suport de curs în format electronic]. Pitești: disponibil la: <https://learn.upit.ro/>;
2. Baiu, C., *Antreprenor în dificultate, caut finanțare!*, Editura Evrika Publishing, 2021.
3. Diaconu, M., Micu, I.C., Mihai, D.M., *Manual de antreprenoriat. Cum să dezvolt și să inovezi*, Editura Universității din Pitești, 2021
4. Florea, NV., Croitoru, G., *Antreprenoriat și gestiunea afacerilor*, Editura Bibliotheca, 2022.
5. Ghenea, M., *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011.
6. Gheorghe, I. R., Purcărea, I. M. – *Inovație și schimbare în managementul organizațiilor*, Editura Universitară, București, 2022.
7. Heyne, P., Boettke, P., *Modul de gândire economic, teste și aplicații*, Bizzkit, 2017
8. Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I., 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*, NY, USA: Wiley., 2017
9. Lammenett, E., *Praxiswissen Online-Marketing*, Springer Gabler, 2014
10. Mihai, D., Micu, C., Antoniu, E., *Tehnici promoționale. Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, 2017.
11. Năstase G.I.– *Managementul afacerilor*, Ediția a IV-a, revăzută și adăugită, Editura Pro Universitaria, București, 2021;
12. Rădulescu, C., Toader, R., Rădulescu, M., Ighian, D., Hahn, F., Marian, M., *Planificarea și conducerea proiectelor*, Editura U.T. Press, Cluj-Napoca, 2017
13. Steve, M., Glakin, C., *Antreprenoriat- Lansarea și administrarea unei afaceri*, Editura Bizzkit, 2012.
14. Văduva, S., Buric, D., Bruhlmann, M., Benchiș, M. , Prisac, I., *Management antreprenorial*, Editura Economică, 2024.
15. Verboncu, I., Zalman, M. – *Management și performanțe*. Editura Universitară, București, 2020.



SEMINAR / PROIECT		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	1
2.	Identificarea ideilor de afaceri și evaluarea oportunităților	1
3.	Aspecte legislative privind inițierea unei afaceri	1
4.	Metode pentru generarea ideilor de afaceri	1
5.	Modalități de lansare a unei afaceri	2
6.	Harta inovării – instrument de vizualizare a posibilităților de inovare. Exemplificarea și interpretarea celor patru tipuri de inovare	2
7.	Particularități privind transformarea digitală a afacerilor	1
8.	Elaborarea unui plan de afaceri	3
9.	Matricea strategiilor de dezvoltare a afacerilor	1
10.	Finanțarea afacerii și managementul financiar al afacerii	1
	Total:	14
Bibliografie:		
1. Micu, Ionela-Cristina (2026), <i>Inițierea afacerii</i> [Suport de curs în format electronic]. Pitești: disponibil la: https://learn.upit.ro/ ;		
2. Baiu, C., <i>Antreprenor în dificultate, caut finanțare!</i> , Editura Evrika Publishing, 2021.		
3. Burduș, E. (coordonator), Verboncu, I., Popa, I., Dobrin, C., <i>Proiect economic, Model simplificat de elaborare a strategiei unei întreprinderi</i> , Editura Pro Universitaria, 2016.		
4. Diaconu, M., Micu, I.C., Mihai, D.M., <i>Manual de antreprenoriat. Cum să dezvolt și să inovezi</i> , Editura Universității din Pitești, 2021		
5. Florea, N.V., Croitoru, G., <i>Antreprenoriat și gestiunea afacerilor</i> , Editura Bibliotheca, 2022.		
6. Ghenea, M., <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i> , Editura Universul Juridic, 2011.		
7. Gheorghe, I. R., Purcărea, I. M. – <i>Inovație și schimbare în managementul organizațiilor</i> , Editura Universitară, București, 2022.		
8. Heyne, P., Boettke, P., <i>Modul de gândire economic, teste și aplicații</i> , Bizzkit, 2017		
9. Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I., 2017. <i>Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital</i> , NY, USA: Wiley., 2017		
10. Lammenett, E., <i>Praxiswissen Online-Marketing</i> , Springer Gabler, 2014		
11. Mihai, D., Micu, C., Antoniu, E., <i>Tehnici promoționale. Fundamente teoretice și teste grilă</i> , Editura Universității din Pitești, 2017.		
12. Năstase G.I., <i>Managementul afacerilor</i> , Ediția a IV-a, revăzută și adăugită, Editura Pro Universitaria, București, 2021;		
13. Nedelea, A.M., (coordonator), <i>Ghid pentru afaceri</i> , Editura Economică, 2025.		
14. Popescu, M., <i>Managementul inovării</i> , Editura Universității Transilvania din Brașov, 2016,		
15. Rădulescu, C., Toader, R., Rădulescu, M., Ighian, D., Hahn, F., Marian, M., <i>Planificarea și conducerea proiectelor</i> , Editura U.T. Press, Cluj-Napoca, 2017		
16. Steve, M., Glakin, C., <i>Antreprenoriat- Lansarea și administrarea unei afaceri</i> , Editura Bizzkit, 2012.		
17. Țuclea, C.E., Vasile, D.C., Bulin, D., <i>Administrarea întreprinderii de comerț, turism și servicii. Culegere de studii de caz, exerciții și teste</i> , Editura ASE, București, 2020.		
18. Văduva, S., Buric, D., Bruhlmann, M., Benchiș, M., Prisac, I., <i>Management antreprenorial</i> , Editura Economică, 2024.		
19. https://economie.gov.ro/		



10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	50 %
10.5 Seminar / Proiect / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de proiect.• Proiect - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Rezolvare studii de caz.• Testare• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	<div>10%</div> <div>10%</div> <div>30%</div>
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea principalelor concepte legate de antreprenoriat, metode de generare a ideilor de afaceri, modalități de demarare a unei afaceri, finanțarea unei afaceri.– Capacitatea de a comunica informațiile utilizând corect limbajul științific cu privire la inișierea unei afaceri.– Capacitatea de a elabora un plan de afaceri.		

Data completării
18.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Ionela-Cristina MICU

Lect. univ. dr. Ionela-Cristina MICU

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Practica de specialitate					
2.2	Titularul activităților de curs					-					
2.3	Titularul activităților de seminar / proiect					Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu					
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Ob
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei			P.L.21.AA.1.IV.Ob.6	

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	7	3.2	din care curs	-	3.3	seminar/laborator/proiect	7
3.4	Total ore din planul de învățământ	98	3.5	din care curs	-	3.6	seminar/laborator/proiect	98
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								-
Pregătire proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri								-
Tutorat								-
Examinări								-
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	2						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de Microeconomic, Management, Cultură antreprenorială, Economia întreprinderii și Marketing, studiate în anul I
4.2	De rezultate ale învățării	Abilități de comunicare profesională, lucru în echipă și utilizare a instrumentelor digitale (MS Office, email profesional, platforme colaborative); capacitate de observare, analiză și redactare a unui raport de activitate.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	-
5.2	De desfășurare a seminarului /proiectului	<ul style="list-style-type: none">- Convenția cadru de desfășurare a stagiului de practică- Respectarea orarului de practică și a termenului de predare proiectului- Studentul completează jurnalul de practică (caietul de practică) zilnic, consemnând activitățile desfășurate, observațiile și concluziile proprii- Coordonatorul de practică din facultate efectuează cel puțin o vizită de monitorizare la organizația-gazdă pe durata stagiului

6. Obiectiv general

Stagiul de practică reprezintă o experiență de învățare experiențială în cadrul unei organizații reale (companie privată, instituție publică sau ONG), pe o durată de 14 săptămâni × 6 ore/săptămână (84 ore). Obiectivele principale sunt: familiarizarea cu mediul organizațional real, aplicarea instrumentelor de management, marketing, finanțe și administrarea afacerilor în situații concrete, dezvoltarea competențelor profesionale și transversale (comunicare, lucru în echipă, rezolvarea problemelor, managementul timpului) și redactarea unui raport de practică structurat.



Organizațiile-gazdă sunt selectate din lista partenerilor POLITEHNICA București sau propuse de studenți, cu aprobarea coordonatorului de practică. Stagiul este monitorizat printr-un jurnal de practică zilnic și o vizită de supervizare din partea facultății. Justificarea includerii practicii în planul de învățământ rezidă în cerința ARACIS și a standardelor profesionale de a asigura conexiunea dintre formarea academică și piața muncii.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C1.1. Studentul/Absolventul identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.- C3.1. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.- C4.1. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată.- C4.2. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.- C4.3. Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni.- C5.1. Studentul/Absolventul identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale/.- C5.2. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea tehnicilor și instrumentelor economice pentru realizarea analizelor și predicțiilor economico-financiare, și privind aplicarea metodelor cantitative pentru analiza datelor prin testarea și interpretarea modelelor econometrice.- C7.1. Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.- C7.2. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale.- C7.3. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor..- C8.1. Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.- C8.2. Studentul/Absolventul utilizează elemente de matematici financiare, optimizarea funcțiilor de mai multe variabile, prognoza evoluției în timp a indicatorilor economici, modelarea probabilistă a fenomenelor economice care se desfășoară în condiții de risc și incertitudine, evaluarea indicatorilor statistici care caracterizează un fenomen economic, estimarea parametrilor unui model.- C8.3. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și analizează coerent în privința definirii conceptelor, modelelor și metodelor cantitative necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.- C10.1. Studentul/Absolventul utilizează constructe teoretice privind: conceptul de dezvoltare durabilă și dimensiunile acestuia; obiectivele de dezvoltare durabilă ale Agendei 2030; modalitățile de aplicare a obiectivelor de dezvoltare durabilă la nivel local, național și global, precum și la relațiile de interdependență dintre acestea; principalii indicatori utilizați pentru măsurarea dezvoltării durabile.- C11.1. Studentul/Absolventul utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii.- C14.1. Studentul/Absolventul definește conceptele privind cererea și oferta de bunuri și servicii, a comportamentului consumatorilor și a normelor de protecție a acestora.- C15.1. Studentul/Absolventul explică dimensiunile economice, structurile, dinamica și performanța firmelor pentru consumator, demografia și tipologia întreprinderilor, fenomenele specifice fazelor ciclului de viață al întreprinderilor din diferite sectoare.- C16.1. Studentul/Absolventul definește conceptele și principiile specifice coordonării și gestiunii activităților de servicii și a noțiunilor conexe.- C17.1. Studentul/Absolventul definește conceptele și principiile asigurării și evaluării calității produselor.- C18.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe solide în domeniul antreprenoriatului.
------------	--



Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A1.1. Studentul/Absolventul calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.- A1.2. Studentul/Absolventul interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.- A3.1. Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.- A3.3. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.- A6.1. Studentul/Absolventul recunoaște datele financiare relevante.- A7.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale.- A7.2. Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.- A7.3. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.- A10.1. Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.- A12.1. Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe.- A12.2. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.- A14.1. Studentul/Absolventul identifică și selectează fluxurile și tehnicile de comercializare diferențiate după natura produselor și serviciilor.- A15.1. Studentul/Absolventul alege metode de gestionare a relațiilor cu clienții și furnizorii.- A16.1. Studentul/Absolventul rezolvă probleme simple, bine definite, asociate coordonării și gestiunii activităților de servicii.- A17.1. Studentul/Absolventul analizează probleme, situații, studii de caz specifice evaluării calității produselor.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA1.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare.- RA2.2. Studentul/Absolventul operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor.- RA2.3. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate de mediul informațional în contextul smart development.- RA3.1. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funcțiilor de execuție în domeniul marketing.- RA3.3. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.- RA4.1. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice.- RA4.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației.- RA4.3. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic.- RA4.5. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.- RA6.1. Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc.- RA6.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară.- RA6.4. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.- RA7.1. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor.- RA7.2. Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific.- RA7.3. Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației.



	<ul style="list-style-type: none">- RA7.4. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.- RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.- RA11.3. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri.- RA13.1. Studentul/Absolventul utilizează coerent conceptele în vederea: adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în situații complexe și imprevizibile; monitorizării și evaluării impactului politicilor implementate; asumării responsabilității pentru calitatea și acuratețea informațiilor comunicate, precum și pentru impactul deciziilor asupra mediului; adaptării strategiilor economice la evoluția mediului economic extern.- RA17.1. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a adapta procesele care se desfășoară în cadrul firmei, metodele de implementare a managementului calității, precum și reglementările legislative.
--	--

8. Metode de predare

Predarea disciplinei este centrată pe dezvoltarea gândirii strategice prin metode de explorare a realității economice. Procesul educațional integrează prelegerea cu metoda proiectului (project-based learning), unde studentul devine actor principal în diagnosticarea unei organizații. Se utilizează metode bazate pe acțiune, precum analiza matriceală (BCG, GE-McKinsey) și studiul de caz complex, care necesită modelarea unor situații reale de piață. Studenții au autonomia de a-și selecta domeniile de analiză strategică (DAS), permițând personalizarea demersului didactic în funcție de interesele lor profesionale.

Monitorizarea progresului se realizează prin etape intermediare de prezentare a proiectului, facilitând intervenția imediată în caz de dificultăți. Măsurile remediale includ sesiuni de "debriefing" post-curs, clarificarea conceptelor prin analogii practice și accesul la baze de date simplificate. Feedback-ul de tip "peer-review" în cadrul echipelor de proiect este utilizat ca instrument de reglare comportamentală și de creștere a responsabilității individuale, asigurând un climat favorabil învățării prin descoperire.

Practica de specialitate utilizează metoda învățării prin experiență (experiential learning), conform modelului Kolb: experiență concretă (activitate în organizație) → reflecție (jurnal de practică) → conceptualizare (conectarea cu teoria) → experimentare activă (proponeri de îmbunătățiri).

Tutorele din organizația-gazdă ghidează studentul, atribuie sarcini și oferă feedback continuu. Coordonatorul din facultate monitorizează progresul prin vizite și consultații periodice. Activitățile practice includ: observarea și participarea la procesele organizaționale, realizarea de sarcini concrete (analiză, raportare, asistență în proiecte), întâlniri de reflecție cu tutorele și redactarea jurnalului de practică. Eventualele dificultăți de adaptare sunt gestionate prin consultații individuale cu coordonatorul de practică.

Se va exersa abilitatea de lucru în echipă pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore

SEMINAR / ACTIVITĂȚI PRACTICE		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Prezentarea, descrierea și caracterizarea firmei și a activității curente: <ul style="list-style-type: none">- elementele de identificare a firmei, cadrul legislativ, statutul juridic, capitalul social al firmei;- scurt istoric al firmei;- obiectul de activitate al firmei;- descrierea serviciilor prestate- modul de organizare și conducere a firmei;- analiza activităților curente desfășurate de firmă;- sistemul de organizare și coordonare a activităților.	8



2.	Analiza modului de organizare a activității firmei: <ul style="list-style-type: none">- structura organizatorică de ansamblu a firmei și organigrama unității: număr de angajați (permanenți și sezonieri, nivel de pregătire, funcții deținute, grupe de vârstă), atribuții;- structura organizatorică a principalelor subdiviziuni ale firmei;- relațiile organizatorice implicate;- personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne;- organizarea procesuală a firmei;- funcțiunile firmei – modul de manifestare și exercitare (cercetare-dezvoltare, producție – dacă este cazul, comercială, financiar-contabilă și de personal)- contribuția principalelor componente ale organizării procesuale la realizarea obiectivelor firmei.	10
3.	Analiza stării actuale a sistemului de management al firmei: <ul style="list-style-type: none">- studiul actualului sistem de management – procesele de conducere și de execuție, exercitarea funcțiilor managementului (previziune, organizare, coordonare, antrenare, control-evaluare);- analiza subsistemului organizatoric al entității – organigrama, personalul de conducere și execuție, fișe de post, Regulament de organizare și funcționare, alte regulamente interne;- analiza subsistemului informațional al entității – sistemul informațional, sistemul informatic, fluxuri și circuite informaționale, modalități de stocare și vehiculare a datelor;- analiza subsistemului decizional al entității – respectarea cerințelor de raționalitate privind decizia și a metodologiei de fundamentare, adoptare și implementare;- analiza subsistemului metodologic al sistemului de management – sisteme, metode și tehnici de conducere utilizate în cadrul entității studiate.	10
4.	Analiza mediului intern al firmei: <ul style="list-style-type: none">- generalități referitoare la situația financiară a firmei;- descrierea produselor/serviciilor;- pragul de rentabilitate la nivelul firmei, precum și pragul de rentabilitate pentru un produs sau serviciu prestat de firmă;- analiza performanțelor strategiei comerciale;- resursele umane implicate;- descrierea climatului și culturii organizaționale;- procesarea documentelor din cadrul companiei;- interpretarea dinamicii mediului intern.	10
5.	Analiza micromediului firmei: <ul style="list-style-type: none">- furnizorii, prestatorii de servicii și intermediarii – modul de organizare a relațiilor firmei cu furnizorii (relații precontractuale, relații contractuale și relații postcontractuale);- concurenții – structura pieței vizate;- clienții unității: numărul acestora pe ultimii 5 ani (un grafic sugestiv în acest sens); structura acestora după caracteristicile sociale (vârstă, sex, venituri, pregătire, domiciliu etc.);- organismele publice (atitudinea publicului, mass-media, instituții locale, organizații cetățenești, ONG-uri ș.a.).	8
6.	Analiza macromediului firmei: <ul style="list-style-type: none">- analiza STEP;- contextul legislativ și ecologic și impactul său asupra firmei;- oportunități și amenințări cu care se confruntă firma;	8
7.	Analiza indicatorilor economico-financiar pentru perioada 2023-2025: <ul style="list-style-type: none">- cifră de afaceri, venituri, cheltuieli, rezultatul exercițiului;- determinarea ratelor de rentabilitate.	8
8.	Identificarea și fundamentarea strategiilor firmei prin prisma mediului ambiant: <ul style="list-style-type: none">- viziunea și misiunea firmei;- prezentarea obiectivelor fundamentale;- opțiunile strategice ale firmei (mijloace de realizare a obiectivelor);- resurse necesare;- termene intermediare și finale de realizare a obiectivelor;- avantajul competitiv al organizației.	8
9.	Strategii și politici implementate în cadrul firmei: <ul style="list-style-type: none">- tacticile adoptate și politicile aferente principalelor domenii ale activității firmei;- tipul de strategie managerială abordată;- politica sistemului informațional;- politica de personal;	8



	<ul style="list-style-type: none">- managementul creanțelor și disponibilităților bănești la nivelul firmei;- dezvoltarea / diversificarea producției și/sau a activităților.	
10.	Elaborarea planului de marketing al firmei: <ul style="list-style-type: none">- politica de produs;- politica de distribuție;- politica de preț: nivelul și modul de stabilire a comisioanelor, prețurilor, tarifelor practicate de societate;- politica de comunicare: fundamentarea bugetului, modalități de promovare a ofertei; structura mixului de comunicare;- politica forței de vânzare.	8
11.	Propuneri de îmbunătățire a activității firmei: <ul style="list-style-type: none">- comunicare și orientare către clienți;- atribuțiile profesionale ale consultanților vânzări, agenților de vânzări și lucrători comerciali;- strategia de promovare a produselor/serviciilor; materiale și modalități de promovare a ofertei/ produselor comercializate (exemplificare cu pliante și alte materiale, acțiuni de promovare a vânzărilor-oferte speciale și altele);- oportunități de dezvoltare.	12
Total:		98

Bibliografie:

1. *Regulamentul privind organizarea și desfășurarea practicii de specialitate* – POLITEHNICA București (2024). [disponibil pe site-ul facultății]
2. Kolb, D.A. (2015). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson FT Press.
3. *Convenția-cadru de practică de specialitate* (model POLITEHNICA București) și *Caietul/Jurnalul de practică* (formular tipizat, disponibil pe Moodle).
4. *Legea nr. 258/2007 privind practica elevilor și studenților*, cu modificările și completările ulterioare. Monitorul Oficial al României.
5. Ordinul MECTȘ nr. 3955/2008 pentru aprobarea *Cadrului general de organizare a stagiilor de practică în cadrul programelor de studii universitare de licență și de masterat*. Ministerul Educației.
6. Ciocoiu Carmen Nadia, *Managementul riscului. O abordare integrată*, Editura A.S.E., București, 2014
7. Coros, Monica Maria, *Managementul cererii și ofertei turistice*, Editura C.H. Beck, 2015.
8. Dalota Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016
9. Diaconu Mihaela- *Managementul calității în comerț, turism, servicii*, Editura Universității din Pitești, 2017
10. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014
11. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014
12. Ghenea Marius - *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011
13. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016
14. Lupu, Nicolae, *Hotelul. Economie și management. Ediția a VI a*, Editura C.H. Beck, București, 2010.
15. Maniu Laura Cristina, Zaharia Marian, Stan Roxana Elena, *Economia serviciilor și globalizarea*, Editura Universitară, București, 2013
16. Meghișan Flaviu - *Economie Comercială*, Editura Universitaria Craiova, 2013
17. Mihai D., Brutu M., *Managementul aprovizionării și vânzării – Fundamente teoretice și teste grilă*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
18. Mihai Daniela, Brutu Mădălina, *Management – Fundamente teoretice. Teste grilă. Aplicații*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2014
19. Militaru, Gh. – *Managementul serviciilor*, Editura C.H. Beck, București, 2010
20. Popescu Dumitru Dan, *Practical guide to company analysis*, Editura A.S.E., București, 2011
21. Secară Carmen - *Tendințe și practică în domeniul managementului resurselor umane*, Editura Sitech, Craiova, 2014
22. Sergiu Rusu, *Antreprenoriat în turism și industria ospitalității*, Editura C.H. Beck, București, 2014.



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



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 Proiect / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">- analiza caietului de practică prezentat de către student;- relevanța activităților desfășurate în formarea profesională;- forma de prezentare, conținutul și valoarea rezultatelor obținute prin efectuarea temei de studiu aleasă sau a proiectului de cercetare elaborat;- deprinderile și cunoștințele dobândite;- evaluarea modului de susținere a raportului de practică în fața comisiei de evaluare.	<ul style="list-style-type: none">- Evaluare finală (oral)- Caiet de practică- Proiect de practică	<ul style="list-style-type: none">20%40%40%
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Prezența la activitățile planificate pe parcursul perioadei de practică– Elaborarea și susținerea proiectului de practică– Întocmirea și prezentarea caietului de practică <p>Notă: Practica se finalizează cu susținerea colocviului de practică, la care studenții vor prezenta:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Adeverința eliberată de unitatea la care au efectuat practică;b) Caietul de practică - completat pe parcursul perioadei de practică;c) Proiectul de practică, întocmit în conformitate cu structura stabilită.		

Data completării
18.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Maria-Nicoleta Dascălu

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba engleză pentru afaceri IV					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Nicoleta Florina MINCĂ					
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			C		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.IV.Op.7		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs		3.3	seminar	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs		3.6	seminar	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								
Tutorat								2
Examinări								4
Alte activități (dacă există)								
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	
4.2	De rezultate ale învățării	Nivel de competență lingvistică A1-A2 conform Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker, casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții - Participarea studenților la seminarii; - Susținerea testelor de verificare; - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul va stăpâni un limbaj economic care să îi ofere capacitatea de a comunica în scris și verbal în limba română și într-o limbă de circulație internațională. De asemenea, el va putea să înțeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete și abstracte și să comunice cu un anumit grad de spontaneitate și de fluentă cu un vorbitor nativ. Studentul va avea abilitatea să acționeze și să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. El va utiliza limba engleză cu eficacitate în viața socială, profesională sau academică.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C12.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.- C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A12.1. Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe.- A12.2. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.- A12.3. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA12.1. Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere etc).- RA12.2. Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină.- RA12.3. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

8. Metode de predare

Procesul didactic va valorifica o varietate de metode: atât metode expositive, cât și metode conversative și interactive, care încurajează învățarea prin descoperire. Acestea vor include explorarea directă și indirectă a tehnologiilor informatice, precum și metode centrate pe acțiune, cum ar fi exercițiile, activitățile practice și gestiunea de situații complexe în autonomie și în grup.

Activitatea de predare va include prelegeri susținute cu ajutorul prezentărilor PowerPoint și al materialelor video, instrucțiuni de folosire aplicații informatice specifice domeniului care vor fi puse la dispoziția studenților. Fiecare seminar va începe cu o scurtă recapitulare a capitolelor anterioare, punându-se accent pe conceptele discutate în sesiunea precedentă.

9. Conținuturi

SEMINAR		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
1	Travel and Tourism	2
2	Insurance	2
3	Business Letters	4
4	The Employment File	4
5	The Interview Strategy	4
6	Giving Presentations and Conducting Meetings	4
7	Presentation Tools	4
8	Interpreting Visuals.	2
9	Describing Graphs and Charts	2
Total		28
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none">1. Mincă Nicoleta Florina, 2026, <i>English for Business II</i>, suport electronic, disponibilă online2. Ashley, A., 2003, <i>Oxford Handbook of Commercial Correspondence</i> (New Edition), Oxford University Press3. Bantaș, A. & Năstăsescu Violeta, 2000, <i>Dicționar economic</i>, Editura Niculescu, București4. Barghiel, V., 2003, <i>English for Business Administration</i>, Editura Economică, București5. Chiriacescu, Adriana, 2002, <i>Correspondență de afaceri în limbile română și engleză</i>, Editura Teora, București6. Costeleanu Mirela, <i>Business English</i>, 2022, Editura Sitech, Craiova7. Duckworth, M., 2003, <i>Business Grammar and Practice</i>, Oxford University Press8. Gibson, R., 2002, <i>Intercultural Business Communication</i>, Oxford University Press9. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, <i>Business Result. Intermediate</i>. (B1) Student's Book. Oxford University Press		



10. Grant, David, Jane Hudson & Robert McLarty, 2014, *Business Result. Intermediate*. (B1) Audio CDs (2). Oxford University Press
11. Iarovici, Edith & Mareș, Liliana, 1993, *Lecții de limba engleză pentru nivel avansat și mediu*, Editura Teora
12. Ilinca, Cristina, 2017, *English for Business Communication*, Editura Universității din Pitești
13. Lewis-Schätz, Sarah & Süchting, Dorte, 2006, *Engleza de afaceri*, Editura Niculescu, București
14. Littlejohn, A., 2005, *Business Correspondence*, Fourth Edition, Cambridge University Press
15. Mackenzie, Ian, 2011, *Professional English in Use Management*. Cambridge University Press
16. Mincă Nicoleta, 2004, *English for Business*, Editura Universității din Pitești
17. Mincă, Nicoleta, 2005, *Economic Matters in English*, Editura Universității din Pitești
18. Mincă, Nicoleta, Simoni, Smaranda & Maciu, Andreea, 2017, *Business English*, Editura Universității din Pitești, Editia a II-a
19. Prelipceanu, Cristina et al., 2004, *English for Tourism and Hospitality Industry*, Editura Universitară, București.
20. Prodromou, Luke & Bellini, Lucia, 2012, *Flash on English for commerce*, ELI, ESP Series
21. Ștefan, Rodica, Pricope, Mihaela & Beldea, Elena, 2001, *Go Ahead-English Course for Business Studies*, Editura Fundației "România de Măine", București

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	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la seminar.• Test de verificare – rezolvarea unor exercitii asemănătoare celor de la seminar.• Capacitatea de asimilare și aplicare a cunoștințelor învățate;• Evaluare	<ul style="list-style-type: none">• Activitate interactivă• Evaluare periodică• Referat• Evaluare finală – probă scrisă	<p>20%</p> <p>20%</p> <p>40%</p> <p>20%</p>
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total;– Însușirea noțiunilor fundamentale abordate;– Capacitatea de a comunica în limba engleză utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul administrarea afacerilor.		

Data completării
20.IX.2026

Titular de seminar

Lect. univ. dr. Nicoleta Florina MINCĂ

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament

Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan

Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Limba franceză pentru afaceri IV					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Carmen Elena BÎZU					
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			C		2.9	Codul disciplinei			P.L.21.AA.1.IV.Op.8	

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs		3.3	seminar	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	28	3.5	din care curs		3.6	seminar	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								
Tutorat								2
Examinări								4
Alte activități (dacă există)								
3.7	Total ore studiu individual	22						
3.8	Total ore pe semestru	50						
3.9	Număr de credite	2						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	
4.2	De rezultate ale învățării	Nivel de competență lingvistică A1-A2 conform Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker, casetofon/ laptop/ mp3 player pentru audiții - Participarea studenților la seminarii; - Susținerea testelor de verificare; - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Prin nivelul de limbă dobândit la finalul cursului, studentul poate să înțeleagă ideile principale din texte complexe pe teme concrete și abstracte. Poate să comunice cu un anumit grad de spontaneitate și de fluentă cu un vorbitor nativ. Poate să acționeze și să execute sarcini profesionale, în mediul din specialitatea sa, pe baza comunicării lingvistice. Poate să utilizeze limba cu eficacitate în viața socială, profesională sau academică.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C12.1. Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.- C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A12.1. Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe.- A12.2. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.- A12.3. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA12.1. Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere etc).- RA12.2. Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină.- RA12.3. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

8. Metode de predare

Cursul de limba franceză se axează pe vorbirea orală și pe dobândirea fluentei în limba franceză. Temele sunt alese în funcție de utilitate și de necesitățile studenților. Astfel, studenții își pot pune în practică cunoștințele deja acumulate și pot asimila cunoștințe noi. Metodele și atmosfera de lucru sunt gândite să sporească interesul și curiozitatea, să dezvolte gândirea critică și gândirea creativă. Se pune accent pe învățarea teoretică, dar și pe punerea în practică a celor învățate. Se folosesc materiale variate, actualizate și interactive.

Cadrul didactic titular va prezenta încă de la primul curs modul cum vor fi obținute punctajele care dau nota finală și condițiile minime de promovare.

9. Conținuturi

SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1	L'assurance-vie	3
2	La rémunération des fonds en euros	3
3	Les transports (maritime et aérien) en France	2
4	L'agriculture française	2
5	Test	2
6	Le tourisme en Europe	4
7	La situation économique de l'Algérie	2
8	Le Canada en train : des chutes du Niagara à la côte Pacifique	2
9	L'économie en Outre-mer	3
10	La lettre commerciale	3
11	Evaluation finale	2
Total		28

Bibliografie:

- ICONARU A., BÎZU C.E., *Limba franceză pentru afaceri – note de curs*, format electronic, Pitești, 2026
- BASSI, C, CHAPSAL, A-M., 2015, *Diplomatie.com*, CLE International
- BLOOMFIELD, A., TAUZIN, B., 2011, *Affaires à suivre*, Hachette, Paris
- CAILLAUD, C., 2013, *Modèles de lettres indispensables pour l'entreprise*, Éd. Nathan Prometis
- CHERIFI, S., GIRARDEAU, B., MISTICHELLI, B., 2014, *Travailler en français «en entreprise» A2/B1 livre + CD audio rom*, Didier
- CLOOSE, Éliane, 2014, *Le français du monde du travail - Approche spécifique de l'économie et du monde des affaires*, Presses Universitaires de Grenoble
- CONSTANTINESCU, I., 2014, *Le français des affaires*, București, Ed. Milena Press
- DUBOIS, A-L., 2014, *Objectif express 2*, Hachette, Paris



- IVAN, Mirela, *Savoir rediger. Techniques d'expression écrite*, Editura Universitaria Craiova, 2019
- IVAN, Mirela, *Franceza de azi si de ieri. Dictionar francez-român, român-francez*, Editura Universitaria, Craiova, 2018
- LORENTZ, M.A., 2013, *Le français du management. Créer une entreprise*, București, Ed. ASE
- PENFORNIS, J.-L., 2011, *Français.com*, Paris, CLE International
- PERRAT, P., 2014, *Les règles d'or de l'écriture en entreprise. Réussir vos mails, newsletters, comptes rendus, rapports, communiqués de presse*, L'Etudiant
- TOMESCU, M., 2017, *Le Français du monde du travail et des affaires*, Editura Universității din Pitești (suport electronic)

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	Organizarea și prezentarea temei/proiectului de casă Originalitate și creativitate în efectuarea temei/proiectului Capacitatea de a lucra în echipă Respectarea termenelor de predare	Tema de casă	40%
	Corectitudinea răspunsurilor	Lucrarea semestrială	20%
	Participarea activă și implicarea în discuții Fluența și coerența comunicării orale Capacitatea de a exprima idei clare, structurate	Activitatea la seminar	20%
	Corectitudinea răspunsurilor	Aplicații	20%
10.6 Condiții de promovare	– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total; – Standard minim de performanță: Studentul este capabil să recunoască și să folosească structuri specifice limbii franceze în rezolvarea sarcinilor care simulează situații reale din viața profesională.		

Data completării
19.IX.2026

Titular de seminar

Lect. univ. dr. Carmen Elena BÎZU

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Marketing internațional					
2.2	Titularul activităților de curs					Lect. univ. dr. Olimpia Elena Mihaela OANCEA					
2.3	Titularul activităților de seminar					Lect. univ. dr. Olimpia Elena Mihaela OANCEA					
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei			P.L.21.AA.1.IV.Op.9	

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de marketing, comportamentul consumatorului și cercetări de marketing
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor despre conceptele, principiile și strategiile marketingului internațional, precum și înțelegerea factorilor economici, culturali și competitivi care influențează activitatea organizațiilor pe piețele externe.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Această disciplină urmărește dezvoltarea cunoștințelor și competențelor necesare studenților pentru a înțelege aplicarea conceptelor, principiilor și strategiilor de marketing în context internațional. Prin studierea acestei discipline, studenții vor dobândi o perspectivă integrată asupra mediului global de afaceri, a proceselor de internaționalizare a organizațiilor și a particularităților piețelor externe. Disciplina are în vedere aprofundarea metodelor de analiză a mediului economic, politic, juridic, social, cultural și tehnologic internațional, în vederea identificării oportunităților și riscurilor asociate activităților de marketing. De asemenea, urmărește formarea capacității de elaborare, implementare și evaluare a strategiilor de marketing internațional, prin adaptarea mixului de



marketing la specificul diferitelor piețe și categorii de consumatori, contribuind astfel la creșterea competitivității și performanței organizațiilor în mediul global.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C3.1. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.- C3.2. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora.- C3.3. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.- C9.1. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.- C9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.- C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.- C13.1. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; înțelegerea impactului politicilor guvernamentale asupra mediului economic; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor; analiza modului în care localizarea și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A3.1. Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.- A3.2. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific.- A3.3. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.- A9.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.- A9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.- A12.3. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA3.1. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.- RA9.1. Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.- RA9.2. Studentul/Absolventul își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării.- RA9.3. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.- RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.



8. Metode de predare

Procesul didactic aferent disciplinei **Marketing internațional** are un caracter centrat pe student și este conceput pentru a asigura îmbinarea armonioasă dintre fundamentarea teoretică și aplicarea practică a cunoștințelor specifice domeniului. Activitățile de predare și învățare urmăresc dezvoltarea competențelor necesare înțelegerii mecanismelor și strategiilor de marketing utilizate pe piețele internaționale, prin abordarea unor teme precum analiza mediului internațional de afaceri, cercetarea piețelor externe, segmentarea și selectarea piețelor-țintă, strategiile de intrare pe piețele externe, adaptarea și standardizarea mixului de marketing, managementul brandurilor globale și comunicarea interculturală. Procesul educațional valorifică metode moderne și interactive de predare, inclusiv studii de caz, proiecte individuale și de grup, dezbateri, prezentări și analize ale strategiilor implementate de companii internaționale, stimulând participarea activă, gândirea critică și capacitatea de rezolvare a problemelor. Totodată, studenții sunt încurajați să utilizeze surse de informare actuale, baze de date și rapoarte de specialitate pentru fundamentarea deciziilor de marketing și elaborarea unor soluții adaptate contextului global. Prin această abordare, disciplina contribuie la formarea unei perspective integrate asupra activităților de marketing internațional și la dezvoltarea competențelor profesionale necesare proiectării, implementării și evaluării strategiilor de marketing în organizații care operează pe piețe externe.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Introducere în marketingul internațional - concepte fundamentale, evoluția și rolul marketingului în economia globală	2
II	Mediul de marketing internațional	4
III	Cercetarea și analiza piețelor internaționale	4
IV	Comportamentul consumatorului pe piețele internaționale	4
V	Strategii de intrare și dezvoltare pe piețele externe	4
VI	Mixul de marketing în context internațional	6
VII	Planificarea strategică și tendințe actuale în marketingul internațional	4
Total:		28
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none">Oancea, E.M.O. – <i>Marketing internațional</i>, suport de curs în format electronic, Pitești, 2026Sasu, Constantin (2021), <i>Marketing internațional</i>, ediția a III-a revăzută și adăugită, Editura Polirom, IașiPop, Nicolae Al. (2011), <i>Marketing internațional. Teorie și practică</i>, Editura Uranus, BucureștiBarbu, Cătălin Mihail (2016), <i>Marketing internațional</i>, Editura Universitaria, CraiovaGherasim, Daniel (2020), <i>Marketing internațional</i>, Editura Pro Universitaria, BucureștiDanciu, Victor; Murea, Maria Mirona (2018), <i>Marketing internațional. Cazuri, analize, probleme</i>, Editura ASE, BucureștiCateora, Philip R.; Money, R. Bruce; Gilly, Mary C.; Graham, John L. (2023), <i>International Marketing</i>, 19th Edition, McGraw-HillKeegan, Warren J.; Green, Mark C. (2024), <i>Global Marketing</i>, 10th Edition, Pearson.Kotabe, Masaaki; Helsen, Kristiaan (2022), <i>Global Marketing Management</i>, 9th Edition, WileyCzinkota, Michael R.; Ronkainen, Ilkka A.; Cui, Annie (2023), <i>International Marketing</i>, 11th Edition, CengageDoole, Isobel; Lowe, Robin; Kenyon, Alexandra (2025), <i>International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation</i>, 10th Edition, Cengage		



SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2
2.	Analiza mediului internațional de afaceri - identificarea factorilor care influențează activitatea unei companii pe piețele externe	4
3.	Analiza comportamentului consumatorului în diferite contexte culturale - comparații între piețe și adaptarea strategiilor de marketing	4
4.	Evaluarea strategiilor de intrare pe piețele externe - aplicații și studii de caz privind exportul, franciza, licențierea și investițiile directe	4
5.	Adaptarea produsului și a politicii de preț pe piețele internaționale - exerciții practice și exemple din mediul de afaceri	4
6.	Strategii de promovare și comunicare internațională - analiza campaniilor de marketing ale companiilor globale	4
7.	Elaborarea unui program de marketing internațional - proiect aplicativ privind lansarea unui produs sau serviciu pe o piață externă	6
Total:		28
Bibliografie: <ol style="list-style-type: none">Oancea, E.M.O. – <i>Marketing internațional</i>, suport de curs în format electronic, Pitești, 2026Sasu, Constantin (2021), <i>Marketing internațional</i>, ediția a III-a revăzută și adăugită, Editura Polirom, IașiPop, Nicolae Al. (2011), <i>Marketing internațional. Teorie și practică</i>, Editura Uranus, BucureștiGherasim, Daniel (2020), <i>Marketing internațional</i>, Editura Pro Universitaria, BucureștiDanciu, Victor; Murea, Maria Mirona (2018), <i>Marketing internațional. Cazuri, analize, probleme</i>, Editura ASE, BucureștiCateora, Philip R.; Money, R. Bruce; Gilly, Mary C.; Graham, John L. (2023), <i>International Marketing</i>, 19th Edition, McGraw-HillKeegan, Warren J.; Green, Mark C. (2024), <i>Global Marketing</i>, 10th Edition, PearsonKotabe, Masaaki; Helsen, Kristiaan (2022), <i>Global Marketing Management</i>, 9th Edition, Wiley		

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	• Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea principalelor concepte, metode și instrumente specifice marketingului internațional, a caracteristicilor mediului global de afaceri, a factorilor economici, politici, juridici și culturali care influențează activitatea organizațiilor, precum și a strategiilor utilizate pentru analiza, selectarea și dezvoltarea piețelor externe;– Capacitatea de a comunica informațiile utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul marketing.
----------------------------	---

Data completării
15.IX.2026

Titular de curs

Lect. univ. dr. Olimpia Elena Mihaela
OANCEA

Titular de aplicații

Lect. univ. dr. Olimpia Elena Mihaela
OANCEA

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Investițiile și economia UE					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.IV.Op.10		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de Economie europeană, Macroeconomie, Finanțe și Comerț internațional
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor privind conceptele, principiile și politicile economiei europene, pentru înțelegerea contextului instituțional și politic al UE.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Disciplina urmărește integrarea viziunii macroeconomice europene cu managementul practic al investițiilor și al fluxurilor logistice. Obiectivul este ca studentul să înțeleagă cum politicile UE (Green Deal, Digitalizare) condiționează decizia de investiție și cum eficientizarea transporturilor și asigurărilor devine un avantaj competitiv esențial pentru companiile europene în contextul global actual.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<p>C9.1. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.</p> <p>C9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.</p> <p>C13.1. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; înțelegerea impactului politicilor guvernamentale asupra mediului economic; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor; analiza modului în care localizarea și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.</p>
Abilități	<p>A3.1. Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.</p> <p>A3.3. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.</p> <p>A9.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.</p> <p>A9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.</p> <p>A12.3. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.</p> <p>A18.1. Studentul/Absolventul conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale.</p>
Responsabilitate și autonomie	<p>RA9.1. Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.</p> <p>RA9.2. Studentul/Absolventul își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării.</p> <p>RA9.3. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.</p> <p>RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.</p>

8. Metode de predare

Procesul didactic aferent disciplinei **Investițiile și economia UE** are un caracter centrat pe student și este conceput pentru a asigura îmbinarea armonioasă dintre fundamentarea teoretică și aplicarea practică a cunoștințelor specifice domeniului. Activitățile de predare și învățare urmăresc dezvoltarea competențelor necesare înțelegerii mecanismelor și strategiilor UE: se analizează legătura directă dintre strategiile europene (macro) și deciziile operaționale ale firmelor (micro); profesorul folosește studii de caz despre impactul politicilor UE asupra fluxurilor de mărfuri și investiții. Totodată, studenții sunt încurajați să utilizeze surse de informare actuale (Eurostat, DG ECFIN), baze de date și rapoarte de specialitate pentru fundamentarea deciziilor și elaborarea unor soluții adaptate contextului global. Prin această abordare, disciplina contribuie la formarea unei perspective integrate asupra economiei UE și la dezvoltarea competențelor profesionale necesare proiectării, implementării și evaluării strategiilor de internaționalizare ale unor firme care operează pe piețe externe.

Măsurile remediale prevăzute includ: suport de curs structurat pentru calculele de rentabilitate, template-uri de monitorizare a proiectelor și sesiuni de consultanță personalizată.



9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Geneza, evoluția și perspectivele economiei UE 1.1. Economia europeană ca pol de putere în sistemul economic mondial. 1.2. De la Strategia Europa 2020 la Pactul Verde European (Green Deal) și Planurile de redresare Next Generation EU. 1.3. Provocările dezvoltării durabile și mizele unei lumi sustenabile.	4
II	Investiții, internaționalizare și ISD 2.1. Marketingul întreprinderilor și rolul său în strategia de internaționalizare. 2.2. Investițiile Străine Directe (ISD): motoare ale creșterii și integrării economice. 2.3. Modele de investiții în condiții de incertitudine și restricții economice.	6
III	Managementul operațional al investițiilor 3.1. Implementarea, derularea și adaptarea permanentă a proiectelor investiționale. 3.2. Mecanisme de monitorizare și control al eficienței în context european.	6
IV	Logistica și transporturile internaționale de mărfuri 4.1. Rețelele de transport europene și digitalizarea proceselor logistice. 4.2. Expediții și transporturi fluviale: rolul coridoarelor navigabile. 4.3. Transportul feroviar: eficiență și sustenabilitate în rețelele europene. 4.4. Transporturi aeriene internaționale: specificul mărfurilor de valoare.	6
V	Siguranța, eficiența și rentabilitatea fluxurilor comerciale 5.1. Asigurarea mărfurilor de comerț exterior: tipologii și acoperirea riscurilor. 5.2. Indicatori de eficiență și rentabilitate în expediții și transporturi. 5.3. Optimizarea costurilor logistice ca pârgă de competitivitate pe piața unică.	6
Total:		28

Bibliografie

1. Dinu, M. - *Investiții și dezvoltare economică în UE*. Editura Economică, București, 2020.
2. Păunescu, C. - *Managementul investițiilor*. Editura ASE, București, 2021.
3. Tăchiciu, L. - *Logistica și transporturile internaționale*. Editura Universitară, București, 2019.
4. Comisia Europeană - *Annual Report on European Economy and Investment Trends*. 2025 (ec.europa.eu).
5. Laurent Carroué, Didier Collet - „*La mondialisation contemporaine. Rapports de force et enjeux*”, Éditions Bréal, Paris, 2013
6. Paul Krugman, Maurice Obstfeld, Marc Melitz, Gunther Capelle-Blancard, Matthieu Crozet - „*Économie internationale*”, Pearson Education France, 2012
7. George A. Akerlof, Robert J. Shiller - „*Spirite animale. Despre felul în care psihologia umană influențează economia și ce înseamnă asta pentru capitalismul global*”, Editura Publica, București, 2010
8. James Canton - „*Provocările viitorului. Principalele tendințe care vor reconfigura lumea în următorii 5, 10, 20 de ani*”, Editura Polirom, Iași, 2010
9. Ana Bal (coordonator), Sterian Dumitrescu, Rodica Milena Zaharia, Anca Gabriela Ilie, Dan Dumitriu, Camelia Candidatu, Octavian Jora - „*Economie mondială*”, Editura ASE, București, 2006
10. William J. Baumol, Robert E. Litan, Carl J. Schramm - „*Capitalismul bun, capitalismul rău și economia dezvoltării și a prosperității*”, Editura Polirom, Iași, 2009
11. Aurel Burciu (coordonator), Rozalia Iuliana Kicsi, Irina Ștefana Cibotariu, Marcela Cristina Hurjui - „*Tranzacții comerciale internaționale*”, Editura Polirom, Iași, 2010
12. Flaviu Meghișan - „*Comerț Internațional*”, Editura Sitech, Craiova, 2014
13. Sorina Gîrboveanu, Liviu Crăciun, Flaviu Meghișan, Cătălin Barbu - „*Marketing internațional*”, Editura Universitaria, Craiova, 2009



SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar introductiv: Analiza obiectivelor, stabilirea metodologiei de cercetare și distribuirea portofoliilor de studiu.	2
2.	Investiții în era sustenabilității: Analiza impactului Pactului Verde European (Green Deal) asupra deciziilor de ISD (Investiții Străine Directe).	2
3.	Companiile Multinaționale (CMN) în UE: Analiza activității de piață, convergențe, controverse și rolul acestora în reconfigurarea lanțurilor valorice.	4
4.	Etică și Responsabilitate Socială (CSR): Impactul ISD-urilor asupra dezvoltării regionale și standardele etice în afacerile transfrontaliere.	4
5.	Workshop de Logistică Internațională: Simulări privind alegerea modului de transport (feroviar, fluvial, aerian) în funcție de specificul mărfurilor și distanțe.	4
6.	Analiza riscului și asigurărilor: Studii de caz privind eficiența polițelor de asigurare în transporturile internaționale de mărfuri.	2
7.	Sesiune de "Investment Lab": Prezentarea proiectelor de investiții în condiții de restricții bugetare și propuneri de optimizare a fluxurilor logistice.	4
8.	Dezbateri finală: "UE, încotro?" – Perspective privind competitivitatea economică europeană în sistemul global.	4
9.	Evaluare finală	2
Total:		28
Bibliografie:		
<ol style="list-style-type: none">1. Paul Krugman, Maurice Obstfeld, Marc Melitz, Gunther Capelle-Blancard, Matthieu Crozet - „<i>Économie internationale</i>”, Pearson Education France, 20122. Dinu, M. - <i>Investiții și dezvoltare economică în UE</i>. Editura Economică, București, 2020.3. Păunescu, C. - <i>Managementul investițiilor</i>. Editura ASE, București, 2021.4. Tăchiciu, L. - <i>Logistica și transporturile internaționale</i>. Editura Universitară, București, 2019.5. Comisia Europeană - <i>Annual Report on European Economy and Investment Trends. 2025</i> (ec.europa.eu).6. Claire – Agnès Gueutin - „<i>L'essentiel de l'économie internationale</i>”, Ellipses Édition Marketing S.A., 2013, Paris7. Niall Ferguson - „<i>Marele declin. Cum decad instituțiile și mor economiile</i>”, Editura Polirom, Iași, 20148. George A. Akerlof, Robert J. Shiller - „<i>La pescuit de fraieri. Economia manipulării și a minciunii</i>”, Editura Publica, București, 20169. George A. Akerlof - „<i>Cartea de povești a unui economist. Eseuri despre consecințele noilor ipoteze în teoria economică</i>”, Editura Publica, București, 200910. George A. Akerlof, Rachel E. Kranton - „<i>Economia Identității. Cum identitatea ne influențează munca, salariile și bunăstarea</i>”, Editura Publica, București, 201111. Daniel Biró (coordonator) - „<i>Relațiile internaționale contemporane. Teme centrale în politica mondială</i>”, Editura Polirom, Iași, 201312. Chrystia Freeland - „<i>Plutocrații. Ascensiunea noilor superbogați ai lumii și declinul tuturor celorlalți</i>”, Editura Polirom, Iași, 201213. Philipp Löpf, Werner Vontobel - „<i>Multinaționale bogate, cetățeni săraci. Profiturile exorbitante – soluția imorală a marilor companii</i>”, Editura Globo, București, 201314. Hans J. Morgenthau - „<i>Politica între națiuni. Lupta pentru putere și lupta pentru pace</i>”, Editura Polirom, Iași, 201315. Flaviu Meghișan - „<i>Comerț Internațional</i>”, Editura Sitech, Craiova, 201416. Flaviu Meghișan - „<i>Etică în afaceri</i>”, Editura Sitech, Craiova, 2016.		



10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none">- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor;- coerența logică;- gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	<ul style="list-style-type: none">• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	<ul style="list-style-type: none">• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	<ul style="list-style-type: none">• Testare	20%
	<ul style="list-style-type: none">• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%
10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea principalelor obiective și a impactului Pactului Verde (Green Deal) asupra priorităților de investiții ale UE;– Capacitatea de a comunica informațiile utilizând corect limbajul științific referitor la economia UE și piața globală.		

Data completării
16.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.5	Programul de studii universitare	Administrarea Afacerilor
1.6	Ciclul de studii universitare	Licență
1.7	Limba de predare	Română
1.8	Locația geografică de desfășurare a studiilor	Pitești

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Transporturi					
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studiu	II	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Statutul disciplinei	Op
2.8	Categoria formativă			DS		2.9	Codul disciplinei		P.L.21.AA.1.IV.Op.11		

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator/proiect	2
3.4	Total ore din planul de învățământ	56	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate								10
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (dacă există)								2
3.7	Total ore studiu individual	44						
3.8	Total ore pe semestru	100						
3.9	Număr de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoștințe elementare de economie, management, economie europeană, managementul riscului în afaceri și comunicare
4.2	De rezultate ale învățării	Acumularea cunoștințelor despre factorii care influențează activitatea de transport în special pe piețele externe și înțelegerea relației cu beneficiarul serviciului de transport.

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Cursul se va desfășura într-o sală dotată cu videoproiector și computer, tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Seminarul se va desfășura într-o sală cu dotare specifică, care trebuie să includă: tablă / flipchart și cretă / marker - Participarea studenților la seminarii - Susținerea testelor de verificare - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Obiectiv general

Disciplina vizează dobândirea competențelor de operare și management în sistemele de transport internațional. Obiectivul este ca studentul să înțeleagă specificul fiecărui mod de transport, să poată organiza fluxuri logistice eficiente și să utilizeze instrumentele de asigurare și monitorizare pentru a minimiza riscurile și a maximiza rentabilitatea operațiunilor.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">- C9.1. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.- C9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.- C12.2. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.- C13.1. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; înțelegerea impactului politicilor guvernamentale asupra mediului economic; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor; analiza modului în care localizarea și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">- A3.1. Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.- A3.3. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.- A9.1. Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.- A9.2. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">- RA9.1. Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.- RA9.2. Studentul/Absolventul își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării.- RA9.3. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.- RA10.1. Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.

8. Metode de predare

Procesul educațional este conceput ca o tranziție progresivă de la înțelegerea riguroasă a normelor tehnice către dezvoltarea gândirii logistice strategice. Strategia didactică se bazează pe complementaritatea dintre fundamentarea teoretică și exercițiul decizional.

La curs, se utilizează **metoda expunerii problematizate**, care stimulează gândirea critică prin analiza sistemelor de transport nu ca elemente izolate, ci ca piloni interconectați ai economiei europene. Profesorul nu se limitează la prezentarea structurilor și contractelor, ci integrează **studiul de caz comparativ**, punând în contrast eficiența modurilor de transport în funcție de volatilitatea pieței, transformarea digitală și imperativele de mediu. Scopul este ca studentul să înțeleagă "logica din spatele fluxurilor": de ce o anumită marfă circulă pe o anumită rută, care sunt constrângerile tehnice și cum influențează acestea structura tarifară.

La seminar, centrul de greutate se mută pe **metoda simulării decizionale** și **învățarea bazată pe sarcini practice**. Studenții nu rezolvă doar exerciții, ci preiau rolul unor manageri de logistică, confruntându-se cu scenarii reale de contractare și operare. Prin **metoda simulării decizionale**, aceștia sunt puși în situația de a gestiona resurse limitate pentru transportul mărfurilor, trebuind să echilibreze criterii precum costul, timpul și riscul.

De asemenea, se pune un accent major pe **metoda modelării documentare**, în care lucrul cu documentele specifice (contracte, conosamente, scrisori de trăsură) devine un exercițiu de disciplină profesională. Interacțiunea



este susținută prin **dezbatere structurată**, unde studenții analizează eficiența containerizării sau a intermodalității, dezvoltându-și astfel abilitatea de a justifica argumentat soluțiile logistice propuse.

Măsurile de sprijin și remediere vizează transformarea obstacolelor tehnice în oportunități de învățare. Suportul se materializează prin ghiduri metodologice de lucru (template-uri pentru calculul costului total al distribuției) și sesiuni de consultanță axate pe *feedback* formativ, care ajută la corectarea erorilor în raționamentul logistic.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Rolul și importanța transporturilor 1.1. Particularitățile producției în transport. 1.2. Sisteme de transport și intermodalitate. 1.3. Digitalizarea și sustenabilitatea în transporturi.	4
II	Transportul maritim sau naval 2.1. Componentele transportului naval 2.2. Organizarea transportului naval	4
III	Transportul feroviar 3.1. Componentele transportului feroviar 3.2. Organizarea transportului feroviar	4
IV	Transportul rutier 4.1. Componentele transportului rutier 4.2. Organizarea transportului rutier	4
V	Transportul aerian 5.1. Componentele transportului aerian 5.2. Organizarea transportului aerian	4
VI	Expediții și transporturi internaționale de mărfuri 6.1. Expediții și transporturi fluviale 6.2. Expediții și transporturi feroviare de mărfuri 6.3. Expediții și transporturi aeriene internaționale	4
VII	Managementul riscului, asigurări și eficiență 7.1. Managementul riscului în transporturile internaționale 7.2. Eficiența și rentabilitatea expedițiilor și transporturilor internaționale de mărfuri	4
Total:		28
Bibliografie:		
1. Butnaru, Ana, <i>Transporturi și asigurări internaționale de mărfuri</i> , Editura Fundației România de Măine, București, 2002.		
2. Cetină, Iuliana (coord.), <i>Marketingul serviciilor. Fundamente și domenii de specializare</i> , Editura Uranus, București, 2009.		
3. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i> , Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016		
4. Popescu, D., <i>Tehnici și operațiuni în comerțul internațional</i> . Editura Economică, București, 2020		
5. Rushton, A., et al. - <i>The Handbook of Logistics and Distribution Management</i> . Kogan Page, 2021		
6. Stancu, I. - <i>Asigurări și reasigurări. Abordări teoretice și practice</i> . Editura ASE, București, 2019		
7. Tăchiciu, L. - <i>Logistica și transporturile internaționale</i> . Editura Universitară, București, 2019		
8. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., <i>Logistica și subsistemele logistice</i> , Editura Triatonic, București, 2011		
9. Ungureanu, M. - <i>Mediul de afaceri european și internațional</i> . Editura C.H. Beck, București, 2018		
10. Waters, C. D. J.: <i>Logistics: An Introduction To Supply Chain Management</i> , Palgrave Macmillan, 2012		



SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Seminar organizatoric: Prezentarea obiectivelor, metodologiei de evaluare și distribuirea portofoliilor de studiu.	1
2.	Managementul Expedițiilor: Organizarea expedițiilor, rolul Casei de Expediții, Contractul de expediție vs. Contractul de transport.	3
3.	Logistica navală și fluvială: Organizarea navigației, specificul contractelor fluviale și rolul strategic al Dunării în rețeaua europeană.	4
4.	Transportul feroviar: Contractul de transport (CIM/SMGS), principiile de construcție tarifară și avantajele transportului feroviar în contextul Pactului Verde.	4
5.	Transportul aerian și digitalizarea: Documentația standardizată (e-AWB), tarifele aeriene internaționale și contractul de transport aerian.	4
6.	Revoluția Multimodală: Reglementări în transportul multimodal, eficiența containerizării și importanța interoperabilității sistemelor.	4
7.	Analiza performanței (KPIs): Eficiența și rentabilitatea expedițiilor – calculul costului total de transport (TCO) și analiza rentabilității pe ruta aleasă.	4
8.	Studiu de caz complex: "Decizia strategică în Supply Chain" – Optimizarea surselor de aprovizionare și alegerea mixului logistic (transport/asigurare) pentru societatea comercială X	4
	Total:	28
Bibliografie:		
1. Butnaru, Ana, <i>Transporturi și asigurări internaționale de mărfuri</i> , Editura Fundației România de Măine, București, 2002.		
2. Cetină, Iuliana (coord.), <i>Marketingul serviciilor. Fundamente și domenii de specializare</i> , Editura Uranus, București, 2009.		
3. Chira Robert, <i>Logistica marfurilor</i> , Vol. I și Vol. II, Editura Pro Universitaria, 2016		
4. Popescu, D., <i>Tehnici și operațiuni în comerțul internațional</i> . Editura Economică, București, 2020		
5. Rushton, A., et al. - <i>The Handbook of Logistics and Distribution Management</i> . Kogan Page, 2021		
6. Stancu, I. - <i>Asigurări și reasigurări. Abordări teoretice și practice</i> . Editura ASE, București, 2019		
7. Tăchiciu, L. - <i>Logistica și transporturile internaționale</i> . Editura Universitară, București, 2019		
8. Udrescu M., Popescu-Cruceanu A., <i>Logistica și subsistemele logistice</i> , Editura Triatonic, București, 2011		
9. Ungureanu, M. - <i>Mediul de afaceri european și internațional</i> . Editura C.H. Beck, București, 2018		
10. Waters, C. D. J.: <i>Logistics: An Introduction To Supply Chain Management</i> , Palgrave Macmillan, 2012		
11. Ministerul Transporturilor (RO) / DG MOVE (EU) - <i>Green Mobility Strategy</i>		

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	Evaluarea finală - probă scrisă: calitatea și coerența tratării subiectelor	20 %
10.5 Seminar / Tema de casă	• Prezență și activitate la seminar – evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz.	• Prezență; Expunerea liberă a studentului; Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	• Test de verificare – rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la activitatea de seminar.	• Testare	20%
	• Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse.	• Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală	40%



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București
Facultatea de Științe Economice și Drept



10.6 Condiții de promovare	<ul style="list-style-type: none">– Obținerea din activitățile evaluate a minimum 50% din punctajul total.– Cunoașterea fluxului documentar necesar pentru o expediție internațională și a principalelor particularități, avantaje și limite specifice fiecărui mod de transport.
----------------------------	--

Data completării
16.IX.2026

Titular de curs

Titular de aplicații

Data avizării în
departament
23.IX.2026

Director de departament
Conf. univ. dr. Daniela-Melania MIHAI

Data aprobării în
Consiliul Facultății
25.IX.2026

Decan
Conf. univ. dr. Carmen-Constantina NENU