

FIȘA DISCIPLINEI COMUNICARE, NEGOCIERE ȘI PARTENERIAT ÎN AFACERI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	ECONOMIE GENERALĂ
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclu de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	ADMINISTRAREA CALITĂȚII ÎN AFACERI
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE, NEGOCIERE ȘI PARTENERIAT ÎN AFACERI						
2.2 Cod disciplină	MACA 2405						
2.3 Titularul activităților de curs	PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA						
2.4 Titularul activităților aplicative	PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	II	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */DI	

* DF – disciplină fundamentală, DD – disciplină în domeniu, DS – disciplină de specialitate, DC – disciplină complementară, DAP – disciplină de aprofundare, DSI – disciplină de sinteză, DCA – disciplină de cunoaștere avansată

** DI – disciplină impusă; DO – disciplină opțională

3. Timpul total estimat (ore pe semestru alocate disciplinei)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					114
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutorial					20
Examinări					4
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Ascultare activă; sala dotată cu laptop și videoproiector
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a laboratorului /proiectului	Sala dotata cu laptop și videoproiector, amenajari spatiale si mobilier adecvat negocierilor
--	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Cunoasterea si intelegerea din punct de vedere stiintific a conceptelor si ideilor ce tin de diferenta specifica a comunicarii, negocierii, a termenilor cheie specifici domeniului si a notiunii de parteneriat in afaceri si a modelului Parteneriatului total. Explicarea si interpretarea strategiilor de comunicare, a principiilor fundamentale si a elementelor componente procesului de negociere, a notiunii inteligenta parteneriala. Evaluarea modalitatilor de implementare a actiunilor ce privesc comunicarea si negocierea, precum si evaluarea strategiilor si tehnicilor utilizate in negociere in mediul de afaceri; evaluarea riscului parteneriatului in afaceri ca strategie de afaceri. Dezvoltarea abilitatilor de analiza critic-constructiva a situatiilor, teoriilor, modelelor si metodelor de comunicare si negociere cu scopul dezvoltarii unor abordari creative in formularea de solutii
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Asumarea responsabilitatii realizarii unui anumit proiect Capacitatea de a lucra in echipa Participarea activa la dezbateri si discutii Toleranță față de opinii adverse, persuasiune, argumentație, spontaneitate, gândire critică, onestitate, integritate, flexibilitate

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Cunoasterea si intelegerea de catre masteranzi a importantei si rolului negocierii ca o modalitate de echivalare a intereselor in lumea contemporana Formarea de deprinderi, abilitati si componente de comunicare si negociere eficienta Cunoasterea conceptului de parteneriat in afaceri si a riscului pe care il reprezinta intr-o strategie de afaceri
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea de abilitati de comunicare si negociere, prin aplicatii practice la temele de seminar Intelegerea deosebirii dintre persuasiune (specifica actului de comunicare) si manipulare (cu diferitele ei forme) in cadrul negocierii si a notiunii de inteligenta parteneriala.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Capitol 1. Afacerea ca și noțiune	Prelegere Interactiv, cu implicarea studenților	Instruire online/ Predare în direct prin video-conferință/ Platforma informatică de video-conferință	1 h
1.1. Scurte clasificări conceptuale			
1.2. Afacerea și lumea afacerilor			1h
Capitol 2. Administrarea afacerilor			
2.1. Elemente ale activității de conducere a unei afaceri			
2.2. Viziunea modernă a conducerii			

Capitol 3. Comunicarea modernă 3.1. Comunicarea în cadrul organizațiilor 3.2. Comunicarea pe circuit ierarhic			1 h
Capitol 4. Comunicarea organizațională 4.1. Aspecte ale comunicării manageriale 4.2. Comunicarea și eficiența 4.3. Piața comunicării 4.4. Globalizarea comunicației			1h
Capitol 5. Comunicarea de afaceri 5.1. Specificul comunicării de afaceri 5.2. Canalele de comunicare în organizație 5.3. Mijloace de comunicare 5.4. Procesul de comunicare			2h
Capitol 6. Tehnici de comunicare scrisă 6.1. Specificul scrierii de afaceri 6.2. Raportul în activitatea de afaceri 6.3. Pregătirea scrierii rapoartelor 6.4. Compoziția rapoartelor 6.5. Lectura eficace			2h
Capitol 7. Tehnici de comunicare orală 7.1. Contextul general al comunicării orale de afaceri 7.2. Interviu 7.3. Ședința			2 h
Capitol 8. Cuplul comunicare - negociere 8.1. Relația comunicare –negociere 8.2. Comunicare - motivație - negociere 8.3. Comunicarea cheie succesului sau insuccesului într-o afacere			2h
Capitol 9. Negocierea în afaceri 9.1. De ce se negociază 9.2. Profesionalism în negociere 9.3. Conversația în negociere 9.4. Elementele constitutive ale negocierii 9.5. Procesul de negociere			2 h

Capitol 10. Negocierea comercială			
10.1. Trăsături specifice ale negocierii comerciale			
10.2. Contextul negocierii comerciale: Procesele de vânzare și de cumpărare			2 h
10.3. Pregătirea negocierii comerciale			
10.4. Desfășurarea negocierii comerciale			
Capitol 11. Etica negocierilor în afaceri			
11.1. Ce este etica și de ce se aplică ea în negociere?			
11.2. Ce motivează comportamentul neetic?			
11.3. Consecințele comportamentului neetic			2 h
11.4. Factori ce creează o predispoziție pentru alegerea tacticilor neetice			
11.5. Influența eticii asupra comunicării și negocierii în afaceri			
Capitol 12. Redescoperirea parteneriatului			
			3 h
Capitol 13. Parteneriatul total			
			3 h
Bibliografie <ul style="list-style-type: none"> [1]. Dent, S. – Parteneriat în afaceri, Editura Curtea Veche, București, 2004 [2]. Marinescu, V. – <i>Introducere în teoria comunicării – modele și aplicații</i>, Editura C.H. Beck, București, 2011 [3]. Nicodim, L., Nistoreanu, P., Vasile, D. – <i>Tehnici de comunicare și negociere în afaceri</i>, Editura Universitaria, Craiova, 2007. [4]. Plaiaș, I. – <i>Negocierea afacerilor</i>, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2003. [5]. Popescu, D., Chivu, I. – <i>Managementul afacerilor – teste și studii de caz</i>, Editura Economica, București, 2001. [6]. Popescu, D. (coord.) – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i>, Editura Economica, Buc., 2001 [7]. Popescu, M. – <i>Comunicarea și negocierea în afaceri</i>, Edit. Pro Universitaria, Buc., 2016. [8]. Prutianu, S. – <i>Tratat de comunicare și negociere în afaceri</i>, Editura Polirom, Iasi, 2008. [9]. Vasile, D. – <i>Comunicare și negociere în afaceri</i>, Editura ASE, București, 2011. 			
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Tip de realizare/Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Comunicarea în afaceri	Studii de caz, teste de autodiagnosticare, modele și aplicații, teste grile Interactiv, cu implicarea studenților	Instruire online/Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic/Platforme de învățare colaborativă online	1 h
2. Dezvoltarea personală: - Analiza tranzacțională - Programarea neurolingvistică			2 h
3. Tactici de comunicare			2 h
4. Stil și strategii de negociere			1 h
5. Tehnici și tactici de negociere			2 h
6. Procesul de vânzare			1 h
7. Procesul de cumpărare			1 h
8. Clientul într-o afacere			1 h
9. Comportamentul în afaceri			1 h

	Bibliografie Idem Bibliografie curs
--	---

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

- Conținutul disciplinei este analizat periodic în discuții cu reprezentanți ai mediului de afaceri. De asemenea, absolvenții specializării sunt invitați periodic să dea un feed-back cu privire la conținutul disciplinei în vederea adaptării permanente la cerințele pieței.

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"> - Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor; - Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - Frecvența la cursuri. 	Examen scris	70%
10.5 Aplicații	<ul style="list-style-type: none"> - Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Participarea activă la seminarii; - Creativitatea; - Conștiințiozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea. 	Observația sistematică, studii de caz, teste grila și exerciții, aplicații	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Cerințe minime pentru nota 5: minim nota 5 la examenul scris.			
Cerințe minime pentru nota 10: minim 7 la examenul scris și activitate la seminar 3 puncte.			

Data completării,
11.10.2021

Titular activităților de curs,
PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA

Titular aplicații,
PROF. UNIV. DR. NICODIM LILIANA

Data avizării în Departament,
18.10.2021

Director de Departament,
PROF. UNIV. DR. COSMA SORIN

FIȘA DISCIPLINEI

PROTECTIA CONSUMATORULUI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	ECONOMIE GENERALA
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	ASIGURAREA CALITATII IN AFACERI
1.7 Anul universitar	2021 2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Protectia consumatorului						
2.2 Cod disciplină	MACA2406						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Lazar Cristina						
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof.univ.dr. Lazar Cristina						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	4	2.7 Tipul de evaluare	EX	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DD – disciplină în domeniu, DS – disciplină de specialitate, DC – disciplină complementară, DAP – disciplină de aprofundare, DSI – disciplină de sinteză, DCA – disciplină de cunoaștere avansată

** DI – disciplină impusă; DO – disciplină opțională

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					114
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					60
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					22
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Cursul este interactiv, studenții pot adresa întrebări la conținutul expunerii. Disciplina universitară impune respectarea condițiilor de desfășurare a cursurilor
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Pentru lucrările practice este obligatorie respectarea consultării îndrumătorului practic, fiecare student va desfășura o activitate individuală prin realizarea lucrărilor practice

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea reglementărilor privind protecția consumatorilor pe plan intern și comunitar • Cunoașterea drepturilor principale ale consumatorilor • Cunoașterea rolului și rolului consumatorului informat
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Să poată elabora politici și strategii funcționale privind respectarea protecției consumatorului • Dezvoltarea de activități științifice referitoare la respectarea protecției consumatorului

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Asigurarea cunoașterii conceptului și a câmpului de acțiune a protecției consumatorului • Stabilirea rolului protecției consumatorului în cadrul programelor de protecție socială
7.2 Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Prezentarea obiectivelor posibile ale programelor de protecție a consumatorilor <p>Conturarea direcțiilor de acțiune care stau la baza protecției consumatorilor</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și mijloace tehnice	Număr ore alocate
Cap. I – INTRODUCERE ÎN PROTECȚIA CONSUMATORULUI 1.1 Istoricul drepturilor consumatorilor 1.2 Contribuții la dezvoltarea protecției consumatorilor Analiza literaturii de specialitate	PRELEGERE	Înstruire online / Predare în direct prin video-conferință / Platformă informatică de video-conferință	6

Cap.2 – ROLUL SI LOCUL CONSUMATORILOR IN ECONOMIA DE PIATA 2.1. Rolul și locul consumatorului în economia de piață 2.2. Conceptul de consumator. 2.3. Structura consumatorilor 2.4. Drepturile consumatorilor			4
Cap. 3 - PROTECȚIA CONSUMATORILOR PE PLAN REGIONAL 3.1. Politica U.E. în domeniul protecției consumatorului. 3.2. Cadrul legislativ european în domeniul protecției consumatorului. 3.3. Principiile directe O.N.U. cu privire la protecția consumatorilor			4
Cap.4 - PROTECȚIA CONSUMATORILOR ÎN ROMÂNIA 4.1. Ordonanța guvernului nr.21/1992 4.2. Cadrul legislativ al protecției consumatorilor în România. 4.3. Cadrul instituțional al protecției consumatorilor în România			4
Cap. 5 - PROTECȚIA INTERESELOR CONSUMATORILOR 5.1. Protecția consumatorilor în contractele încheiate în afara spațiilor comerciale. 5.2. Protecția consumatorilor în contractele la distanță. 5.3. Protecția consumatorilor împotriva clauzelor abuzive din contracte			4
Cap. 6 - PROTECȚIA CONSUMATORILOR DE SERVICII 6.1. Protecția turiștilor 6.2. Regimul juridic al publicității 6.3. Servicii de alimentație publică- încadrarea pe tipuri a unităților			6

Bibliografie

- Bihi, L.: Le consommateur et le cont de la justice, vol. “Les moyens judiciaires et para judiciaires de la protection des consommateurs” Ed. Copyright CECA-CEE-CEEA, Bruxelles-Luxembourg, 1976
- Caluwe, A.De: Procédures de protection du consommateur en droit Belge, în volumul Les moyens judiciaires et para judiciaires de la protection des consommateurs, Ed. Copyright CECA-CEE-CEEA, Bruxelles-Luxembourg, 1976
- Mangard, N.: Les solutions suédoises, vol. “Les moyens judiciaires et para judiciaires de la protection des consommateurs” Ed. Copyright CECA-CEECEEA, Bruxelles-Luxembourg, 1976
- Patriche, D.: Protecția consumatorilor, rev. “Tribuna economică”, nr.33/1990
- Patriche, D.; Pistol, Gh. (coordonatori): Protecția consumatorilor, Ed. Monitorul Oficial, București, 1998
- Rezoluția ONU 39/248 privind Protecția consumatorilor, New-York, 1985
- Sedivec, P.: Concepția referitoare la protecția consumatorului în condițiile mecanismului de piață și trecerea la acest mecanism în Republica Cehă
- Directiva CEE 90/496 privind modelele de etichetare nutrițională”
- “Ordonanța Guvernului nr.42/29 august 1995 privind producția de produse alimentare destinate comercializării”, publicată în M.O., partea I, din 1 septembrie.
- “Ordonanța Guvernului nr.113/31 august 1999 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor”, publicată în M.O., partea I, nr.430/31 august.
- Sistemul legislativ de protecție a consumatorilor în România, Ed. Eurografica, București.

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Drepturile consumatorilor		Instruire online /	6
Programele si obiectivele protecției consumatorilor		Învățare online	4
Organizațiile neguvernamentale		prin activități colaborative în grup	6
Informarea consumatorilor		Platformă/e de	4
Pachetele de acțiuni protectioniste		învățare colaborativă online	4
Principii promovate de ONU			4

Bibliografie

- Bihi, L.: Le consommateur et le cont de la justice, vol. “Les moyens judiciaires et para judiciaires de la protection des consommateurs” Ed. Copyright CECA-CEE-CEEA, Bruxelles-Luxembourg, 1976
- Caluwe, A.De: Procédures de protection du consommateur en droit Belge, în volumul Les moyens judiciaires et para judiciaires de la protection des consommateurs, Ed. Copyright CECA-CEE-CEEA, Bruxelles-Luxembourg, 1976
- Mangard, N.: Les solutions suédoises, vol. “Les moyens judiciaires et para judiciaires de la protection des consommateurs” Ed. Copyright CECA-CEECEEA, Bruxelles-Luxembourg, 1976
- Patriche, D.: Protecția consumatorilor, rev. “Tribuna economică”, nr.33/1990
- Patriche, D.; Pistol, Gh. (coordonatori): Protecția consumatorilor, Ed. Monitorul Oficial, București, 1998
- Rezoluția ONU 39/248 privind Protecția consumatorilor, New-York, 1985
- Sedivec, P.: Concepția referitoare la protecția consumatorului în condițiile mecanismului de piață și trecerea la acest mecanism în Republica Cehă
- Directiva CEE 90/496 privind modelele de etichetare nutrițională”
- “Ordonanța Guvernului nr.42/29 august 1995 privind producția de produse alimentare destinate comercializării”, publicată în M.O., partea I, din 1 septembrie.
- “Ordonanța Guvernului nr.113/31 august 1999 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor”, publicată în M.O., partea I, nr.430/31 august.
- Sistemul legislativ de protecție a consumatorilor în România, Ed. Eurografica, București.

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

--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- - Completitudinea și corectitudinea cunostintelor acumulate; - Capacitatea de analiza și interpretare a cunostintelor; - Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate; - Frecvența la cursuri	EXAMEN SCRIS	70%

10.5 Aplicații(seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	- - Completitudinea si corectitudinea cunostintelor acumulate; - Capacitatea de analiza si interpretare a cunostintelor; - Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate; -Frecventa la cursuri	PROIECTE, STUDII, TESTE	30%
10.6 Standard minim de performanță			

Data completării,

11.10.2021

Titular activități de curs,

prof. univ. dr. Lazar Cristina Mihaela

Titular aplicații,

prof. univ. dr. Lazar Cristina Mihaela

Data avizării în Departament,

18.10.2021

Director de Departament,

Conf.Univ.Dr. Cosma Sorinel

FIȘA DISCIPLINEI

Comunicare în marketing

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Fac. de Științe Economice
1.3 Departamentul	Economie generală
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Asigurarea calității în afaceri
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare în marketing						
2.2 Cod disciplină	MACA2407						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Jugănar Mariana						
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof.univ.dr. Jugănar Mariana						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	4	2.7 Tipul de evaluare	Ex	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DD – disciplină în domeniu, DS – disciplină de specialitate, DC – disciplină complementară, DAP – disciplină de aprofundare, DSI – disciplină de sinteză, DCA – disciplină de cunoaștere avansată

** DI – disciplină impusă (obligatorie); DO – disciplină opțională (la alegere)

3. Timpul total estimat (ore pe semestru alocate disciplinei)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					114
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					32
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7 (nr. credite x 25 ore)				150
3.9 Numărul de credite	6				

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe de macroeconomie, microeconomie, marketing, comportamentul consumatorului, cunoștințe de IT
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Capacitatea de a selecta și combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior pentru a înțelege și aplica elementele de comunicare de marketing

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Dotare cu CP/laptop, conexiune internet
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a seminarului	<ul style="list-style-type: none"> • Dotare cu CP/laptop,conexiune internet
-----------------------------------	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de baza specifice comunicării de marketing. • Utilizarea cunoștințelor de baza pentru explicarea și interpretarea unor diferitelor tipuri de procese, situații și proiecte specifice comunicării de natura promoțională și continua în marketing. • Aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice domeniului de comunicare și promovare în marketing . • Analiza și evaluarea tehnicilor de natura promoțională în vederea elaborării campaniei promoționale. • Proiectarea programelor de comunicare în marketing.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Executarea sarcinilor profesionale în mod responsabil. • Capacitatea de a asuma și îndeplini rolurile și activitățile ce revin în procesul de realizare a unor lucrări și proiecte care necesită lucrul în echipe plurispecializate. • Conștientizarea, identificarea și valorificarea oportunităților de formare continuă, în scopul dezvoltării personale și profesionale. <p>Respectarea și dezvoltarea valorilor și eticii profesionale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • -Capacitatea de a selecta cunoștințe din alte discipline economice studiate și de a le combina cu cele din comunicarea de marketing.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice necesare pentru înțelegerea și aplicarea elementelor specifice comunicării de marketing în scopul creșterii competitivității și eficienței activității societății/companiei.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea corespunzătoare a conceptelor, metodelor, instrumentelor și tehnicilor specifice activității de comunicare de natură promoțională și continua în marketing. • Formarea deprinderilor de a lucra în echipă ca o condiție pentru organizarea activității de marketing în cadrul unei societăți. • Dezvoltarea potențialului creativ. • Înțelegerea și explicarea tehnicilor utilizate în activitatea de comunicare în marketing a organizațiilor. • Utilizarea criteriilor și metodelor specifice demersului de planificare a programelor de comunicare in marketing.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1.Semnificația și conținutul activității de comunicare și promovare în cadrul organizației	Prelegere, demonstrație,	Instruire	2

2. Rolul agenției de publicitate în cadrul activității de comunicare în marketing a organizației	simulare, dezbateri interactive, aplicații	online / Platformă informatică de video-conferință Zoom	2
3. Elaborarea strategiei de comunicare în marketing a organizației			4
4. Publicitate			2
5. Promovarea vânzărilor			2
6. Relațiile publice			2
7. Evenimentele de marketing			2
8. Forțele de vânzare			2
9. Marketingul direct			2
10. Utilizarea mărcilor. Comunicarea prin design și ambalaj.			2
11. Cercetarea în domeniul comunicațiilor de marketing.			2

Bibliografie

1. Balaure V. (coord.)- Marketing, Ed. Uranus, București, 2000
2. Balaure, V., Popescu, I.C., Șerbănică, D.- Tehnici promoționale, ED. Metropol, București, 1994
3. Cătoiu, I., Teodorescu, N.- Comportamentul consumatorului. Teorie și practică, Ed. Economică, București, 1997
4. Coman, C.- Relațiile publice și mass-media, ED. Polirom, Iași, 2000
5. Cruceru, A.F.-Tehnici promoționale, Ed. Uranus, București, 2009
6. Kotler Ph-Managementul marketingului, Editura Teora ,București 2009;
7. Kotler, Ph.;Armstrong, G.-Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011 Pearson Education(traducere Moise, D.;Plăiaș.I.)
8. Malcomete, P.(coord.)- Marketig. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003
9. Popescu, I.C., „Comunicarea în marketing”, Ed. A II-a, Ed. Uranus, București, 2003

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Rolul și importanța activității de comunicare promoțională și continuă în marketing	Dezbateri interactive, studiu de caz, proiect	Instruire online / Platformă informatică de video-conferință Zoom	2
2. Elaborarea programului promoțional			2
3. Planificarea și derularea campaniei publicitare			2
4. Instrumente specifice activității de promovare a vânzărilor			1
5. Tehnici utilizate în activitatea de relații publice			2
6. Evaluarea activității forțelor de vânzare.			1
7. Campania de marketing direct. Analiza unui brand. Elaborare și susținere proiect.			2

Bibliografie

1. Balaure V. (coord.)- Marketing, Ed. Uranus, București, 2000
2. Balaure, V., Popescu, I.C., Șerbănică, D.- Tehnici promoționale, ED. Metropol, București, 1994
3. Cătoi, I., Teodorescu, N.- Comportamentul consumatorului. Teorie și practică, Ed. Economică, București, 1997
4. Coman, C.- Relațiile publice și mass-media, ED. Polirom, Iași, 2000
5. Cruceru, A.F.-Tehnici promoționale, Ed. Uranus, București, 2009
6. Kotler Ph-Managementul marketingului, Editura Teora ,București 2009;
7. Kotler, Ph.;Armstrong, G.-Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011 Pearson Education(traducere Moise, D.;Plăiaș.I.)
8. Malcomete, P.(coord.)- Marketig. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003
9. Popescu, I.C., „Comunicarea în marketing”, Ed. A II-a, Ed. Uranus, București, 2003

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

Absolventul trebuie să-și însușească noțiunile de comunicare în marketing deoarece îi sunt necesare pentru ocuparea unui post în departamentele de marketing ale societăților/ companiilor .

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Verificarea cunoștințelor teoretice și practice	Test grilă desfășurat online	50%
10.5 Aplicații	-Prezentarea de studii de caz, participarea la dezbateri. -Inițiativă în formularea de propuneri de diversificare a activității de seminar în funcție de interesul studenților.	Evaluare prin observare online a activității studentului pe parcursul semestrului. Evaluarea conținutului științific și modul de susținere a referatului.	50%

10.6 Standard minim de performanță

Participarea la min. 50% din activitățile de curs și de seminar; obținerea notei 5 la testul grilă, susținerea referatului.

Data

Titular activitate

aplicații,

completării,
11.10.2021

Prof.univ.dr. Juganaru Mariana

Prof.univ.dr. Juganaru Mariana

Data avizării în Departament,
18.10.2021Director de Departament,
Conf. univ. dr. Cosma Sorinel

FIȘA DISCIPLINEI CONCURENȚĂ ȘI COMPETITIVITATE

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Economie Generală
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Concurență și competitivitate
1.6 Programul de studii	Asigurarea Calității în Afaceri
1.7 Anul universitar	2021-2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Concurență și competitivitate						
2.2 Cod disciplină	MACA2408						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Utureanu Simona-Luize						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf.univ.dr. Utureanu Simona-Luize						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare	Ex	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DD – disciplină în domeniu, DS – disciplină de specialitate, DC – disciplină complementară, DAP – disciplină de aprofundare, DSI – disciplină de sinteză, DCA – disciplină de cunoaștere avansată

** DI – disciplină impusă; DO – disciplină opțională

3. Timpul total estimat (ore pe semestru alocate disciplinei)

3.7 Total ore de studiu individual						114
Distribuția fondului de timp						
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						48
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						34
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						30
Tutorial						
Examinări						2
Alte activități						
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7 (nr. credite x 25 ore)					150
3.9 Numărul de credite						6

*** S - seminar; L - laborator; P - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea aprofundată a regulilor comunitare de concurență, având în vedere exigențele impuse de calitatea de membru al U.E. Cunoașterea reglementărilor concurenței în politica europeană Cunoașterea manifestărilor comportamentale ale firmelor determinate de concurență și performanțele acestora realizate în diferite medii concurențiale Utilizarea cunoștințelor și instrumentelor de lucru specifice ariilor de activitate studiate
-------------------------	--

Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Abilități decizionale în tranzacțiile internaționale • Capacitatea de a lucra în echipă • Participarea activă la dezbateri și discuții
--------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • însușirea sistematică a tuturor problemelor legate de cunoașterea aprofundată a regulilor comunitare de concurență, având în vedere exigențele impuse de calitatea de membru al U.E
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • aprofundarea cunoștințelor privitoare legăturile de cauzalitate între nivelul de concurență de pe piață, politica în domeniul concurenței și rezultatele macroeconomice.

8. Conținuturi

8.1 Curs		Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Capitolul I - Mecanismele competiției și competitivitatea		prelegere	Instruire online/ Predare în direct prin video–conferință/ Platformă informatică de video-conferință	4
Capitolul II - Cadrul legal și instituțional al politicii de concurență în Uniunea Europeană		prelegere		2
Capitolul III - Politica UE privind practicile anticoncurențiale		prelegere		4
Capitolul IV - Politica anti-trust a Uniunii Europene		prelegere		2
Capitolul V- Politica UE în domeniul ajutoarelor de stat		prelegere		2
Capitolul VI - Avantajul competitiv – element de specializare în context internațional		prelegere		2
Capitolul VII - Competitivitatea produselor în cadrul întreprinderilor Industriale		prelegere		4
Capitolul VIII - Indicatori (indici) folosiți pentru măsurarea competitivității țărilor și pentru ierarhizarea lor		prelegere		4
Bibliografie [1]. MIRON, D., (coord.), <i>Economia Uniunii Europene</i> , Editura Luceafărul, București 2002 [2]. MOȘTEANU T., <i>Concurența; abordări teoretice și practice</i> , Editura Economică, București 2000 [3]. OPRESCU, G., <i>Politica de protecție a concurenței</i> , Editura IRLI, București 2003 [4]. PELKMANS, J., <i>Integrare Europeană. Metode și analiză economică</i> , Institutul European din România, București 2003 [5]. POPESCU, D., <i>Competitivitatea întreprinderilor mici și mijlocii</i> , Ed. Economică, București, 2001 [6]. PORTER, M.E., <i>Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i> , The Free Press, New York, 1980				
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)		Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Mecanisme specifice competiției și competitivității		Dezbateri	Instruire online/ Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic/	2
2. Principii și obiective ale politicii concurenței în UE. Cadrul legal al politicii concurenței.		Dezbateri		2
3. Teoria economică privind practicile anticoncurențiale. Reglementările legale privind practicile anticoncurențiale		Studiu de caz		2

4. Teoria economică a poziției dominante. Reglementările legale privind politica antitrust. Determinarea abuzului de poziție dominantă. Reglementarea fuziunilor și achizițiilor. Fuziuni și achiziții versus alianțe strategice.	Studiu de caz	Platforme de învățare colaborativă online	2
5. Avantajul competitiv – definire. Factorii de competitivitate	Studiu de caz		2
6. Principalii indicatori de măsurare a competitivității	Dezbateri		2
Bibliografie - idem bibliografie curs			

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Nivelul cunoștințelor teoretice - Calitatea aplicării practice a cunoștințelor teoretice - Frecvența la cursuri	Examen (test gilă – online)	70%
10.5 Aplicații	- Participarea activă la seminarii - Interesul pentru studiu individual - Creativitatea	Observația sistematică, teste, aplicații	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Nota 5 la examen			

Data completării,
11.10.2021

Titular activităților de curs,
conf.univ.dr. Simona-Luize Utureanu

Titular aplicații,
conf.univ.dr. Simona-Luize Utureanu

Data avizării în Departament,
18.10.2021

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Sorinel Cosma

FIȘA DISCIPLINEI
STAGIU DE ELABORARE A LUCRĂRII DE DISERTAȚIE

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ovidius” din Constanța
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Economie Generală
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Asigurarea Calității în Afaceri
1.7 Anul universitar	2021 - 2022

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Stagiu de elaborare a lucrării de disertație						
2.2 Cod disciplină	MACA2411						
2.3 Titularul activităților de curs	Coordonator științific al lucrării de disertație						
2.4 Titularul activităților aplicative							
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	4	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* *DF* – disciplină fundamentală, *DD* – disciplină în domeniu, *DS* – disciplină de specialitate, *DC* – disciplină complementară, *DAP* – disciplină de aprofundare, *DSI* – disciplină de sinteză, *DCA* – disciplină de cunoaștere avansată

** *DI* – disciplină impusă; *DO* – disciplină opțională

3. Timpul total estimat (ore pe semestru alocate disciplinei)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	30	din care: 3.2 curs		3.3 aplicații***	30
3.4 Total ore activități directe pe semestru	60	din care: 3.5 curs		3.6 aplicații	60
3.7 Total ore de studiu individual					
<i>Distribuția fondului de timp</i>					<i>[ore]</i>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	60				
3.9 Numărul de credite	2				

*** *S* - seminar; *L* - laborator; *P* - proiect

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Însușirea corectă a cunoștințelor predate la disciplinele de specialitate aferente programului de masterat urmat.
4.2 de competențe	Abilități de analiză și sinteză a cunoștințelor din domeniul studiilor de masterat.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a laboratorului /proiectului	Sediul entității aleasă ca bază de practică

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea oportunităților și riscurilor mediului de afaceri specific unei firme; • Utilizarea proceselor de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în activitatea unei firme; • Proiectarea și implementarea sistemului de management al calității într-o întreprindere; • Proiectarea și implementarea sistemului de management al siguranței alimentelor într-o firmă din sectorul industriei alimentare și/sau serviciilor de alimentație/restaurație; • Proiectarea și implementarea sistemului integrat calitate-mediul-sănătate și securitate ocupațională într-o întreprindere; • Auditul și certificarea sistemelor integrate de management.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Coordonarea de echipe profesionale, asumarea, atribuirea și urmărirea îndeplinirii responsabilităților specifice în domeniul economic; • Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, diagnoza și autocontrolul învățării; • Fundamentarea și asumarea de strategii economice, în condiții de responsabilitate și autonomie; • Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii și deontologiei profesionale în cadrul propriei activități; • Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă; • Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare; • Utilizarea tehnologiei, a resurselor informatice și a instrumentelor moderne pentru procesarea de informații și gestionarea de baze de date specifice activității. • Realizarea unor analize economice complexe și interdisciplinare.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Pregătirea superioară a absolvenților, din punct de vedere conceptual, practic și al capacității de cercetare-proiectare, în vederea prestării de activități, asumării de responsabilități și adoptării de decizii în domeniul administrării afacerilor.
7.2 Obiectivele specifice	<p>➤ Disertația trebuie să :</p> <ul style="list-style-type: none"> • demonstreze cunoașterea științifică avansată a temei abordate, • să conțină elemente de originalitate în dezvoltarea sau soluționarea temei, precum și modalități de validare științifică a acestora. <p>➤ Prin conținutul său tematic, obiective, metodologie și conținut aplicativ lucrarea de disertație trebuie să reprezinte un progres semnificativ în raport cu cerințele normale existente față de o lucrare de licență;</p> <p>➤ Suportul bibliografic al disertației trebuie să facă dovada că autorul acesteia a parcurs principalele lucrări de referință ale domeniului, din ultimii ani, atât din literatura de specialitate internațională cât și din cea autohtonă;</p> <p>➤ În cazul disertației un absolvent de master de cercetare trebuie să:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aibă în vedere o rezolvare a unei teme de cercetare propriuzisă; • probeze capacitatea de a desfășura independent o cercetare de birou și /sau o cercetare de teren; • probeze capacitatea de implementare practică a soluțiilor proprii, rezultate din cercetarea întreprinsă; • cuprindă două componente finale legate de limitele cercetării și, respectiv direcții viitoare de cercetare.

8. Conținuturi

8.1 CURS	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate

8.2. Seminar			
Stabilirea și discutarea conținutului tematic propus al lucrărilor de disertație	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice; Prezentarea metodelor de cercetare/documentare generale	Discuții prin video conferință	5
Stabilirea literaturii de specialitate recomandate de către coordonatorul științific și identificarea acestora de către student în funcție de tema aleasă	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții pe tema bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice, seminarii aplicative în bibliotecă		10
Identificarea entității economice unde urmează să se realizeze studiul de caz al lucrării în funcție de tema și de disciplina aleasă de către student	Recomandări și sugestii ale coordonatorului științific în strânsă corelație cu cele venite din partea studenților		10
Culegerea setului de date/informații necesare din teren, la societatea comercială, unde urmează să fie realizată analiza/studiul de caz	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții privind sursele de date, utilizarea bibliografiei, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice		10
Realizarea primelor monografii/analize/studii de caz pe baza datelor/informațiilor colectate de la entitatea ce reprezintă studiul de caz	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții despre problemele punctuale întâmpinate în derivarea rezultatelor și normele de redactare.	Discuții prin video conferință	10
Discutarea principalelor analize și rezultate ale cercetării. Redactarea propriu-zisă a lucrărilor științifice.	Recomandări și sugestii ale coordonatorului științific cu privire la completitudinea și corectitudinea analizelor și rezultatelor		5
Pregătirea prezentărilor pentru susținerea publică a lucrărilor de disertație	Discuții ale coordonatorului științific cu studenții despre conținutul prezentării și organizarea timpului de prezentare. Simulări ale susținerii publice a lucrărilor științifice		10

8.2 Bibliografie

Aceasta va fi specifică temei/disciplinei alese de către masterand, la recomandarea și sugestia coordonatorului științific. Pe lângă această bibliografie specifică temei alese, masterandul trebuie să consulte și o bibliografie specifică Metodologiei cercetării pentru o corectă elaborare și prezentare a unei lucrări științifice cu respectarea tuturor normelor de etică și deontologie.

- [1]. Chelcea, S., Cum redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane, București, comunicare.ro, 2007
- [2]. Dragomir(Ștefănescu), C., Metodologia cercetării științifice economice în management, Ed. Fundației România de Măine, București, 2009
- [3]. Rădulescu Mihaela – Metodologia cercetării științifice – Elaborarea lucrărilor de licență, masterat, doctorat, ediția a II-a, revăzută și adăugită, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2011
- [4]. Vataman D, Metodologia cercetării științifice, Editura Pro Universitaria, 2019.
- [5]. <http://www.stec.univ-ovidius.ro/images/2020/regulamente/Pt%20site%20Metodologie%20examen%20finalizare%20licență%202019-2020.pdf>
- [6]. <http://www.stec.univ-ovidius.ro/images/2020/regulamente/Procedura%20antiplagiat%20FSE.pdf>

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

Disciplina asigură suportul metodologic pentru studenți în vederea pregătirii și susținerii lucrărilor de Disertație. În perspectivă reprezintă punctul de pornire pentru cei care doresc să se implice în studiile doctorale, în cercetarea științifică avansată, în cunoașterea literaturii metodologice pentru elaborarea unor studii, rapoarte, lucrări, sinteze științifice. Reprezintă un prim pas pentru cercetarea științifică individuală și în echipă, pentru formarea și implicarea capitalului uman în proiecte științifice viitoare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Nu este cazul		
10.5 Aplicații	<ul style="list-style-type: none"> • Completitudinea și sinteza rezultatelor din literatura relevantă studiată pentru tema aleasă; • Abilitatea de a identifica, colecta și analiza date și informații necesare pentru a răspunde temei alese în lucrarea de disertație; • Capacitatea de a concluziona și de a lua decizii pe baza rezultatelor analizelor efectuate • Creativitatea și originalitatea. 	Colocviu oral on-line pe platforme electronice – Sustținere la date fixate de coordonatorul științific a unor capitole și versiuni intermediare ale lucrărilor de disertație	100%
10.6 Standard minim de performanță			
Minim nota 5 la susținerea lucrării/capitolelor din lucrarea de disertație.			
Studenții trebuie să realizeze cel puțin următoarele activități: elaborarea unei fundamentări teoretice, pe baza literaturii pertinente, a temei cercetării; derularea unei cercetări autentice și/sau dezvoltarea unui studiu de caz, pornind de la informațiile culese; delimitarea unor concluzii și definirea unor propuneri coerente în raport cu cercetarea desfășurată			

Data completării,
11.10.2021

Titular activităților de curs,

Titular aplicații,

Semnătura

Semnătura

Data avizării în Departament,
18.10.2021Director de Departament,
Conf.univ. dr. Yosina Sorinel