

## FIȘA DISCIPLINEI

### AFACERI ELECTRONICE-MANAGEMENT SI STRATEGIE

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Managementul Organizațiilor Publice și Private
1.7 Anul universitar	2021-2022

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei	Afaceri electronice - management si strategie						
2.2 Cod disciplină	MOPP2101						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Lazăr Cristina						
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof.univ.dr. Lazăr Cristina						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	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**

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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					92
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					55
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

\*\*\* 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 seminarului/ laboratorului / proiectului*	

\*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei

**6. Competențele specifice acumulate**

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dezvoltarea abilităților de a aborda problemele economice prin prisma comerțului electronic;</li> <li>Însușirea de cunoștințe necesare lucrului în medii interactive și distribuite.</li> <li>Utilizarea Internet-ului în procese de afaceri.</li> <li>Înțelegerea tehnicilor de comunicare în rețea de calculatoare.</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitatea de a identifica și implementa principalele funcțiuni ale unei afaceri electronice.</li> <li>Capacitatea de conducere și planificare a afacerilor în mediul electronic</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și înțelegerea teoretică și practică a modului de desfășurare a afacerilor electronice
7.2 Obiective specifice	Cunoașterea și înțelegerea comportamentului economic al agenților economici și consumatorilor din mediul electronic

**8. Conținuturi**

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și mijloace tehnice	Număr ore alocate
Cap. I – INTRODUCERE ÎN COMERȚUL ELECTRONIC 1.1 Istoricul Internet-ului 1.2 Contribuții la dezvoltarea internet-ului Analiza literaturii de specialitate	PRELEGERE	Instruire online / Predare în direct prin video-conferință / Platformă informatică de video-conferință	2
Cap.2 - SERVICII INTERNET ȘI DE COMUNICAȚII 2.1. Serviciul DNS și serviciul de poșta electronică 2.2. Serviciul FTP și WWW			1
Cap. 3 - PROVIDERI, INTRANET ȘI EXTRANET 3.1. Providerii internet 3.2. Intranet versus internet 3.3. Internet versus extranet			1
Cap.4 - NIVELURILE ECONOMIEI DIGITALE 4.1. Infrastructura economiei digitale 4.2. Activitățile economice ale economiei digitale 4.3. Planul E-Europa, obiective			1

Cap. 5 - GLOBALIZAREA ȘI EFECTELE SALE ECONOMICE 5.1. Conceptul de globalizare 5.2. Globalizarea și legăturile cu e-commerce			1
Cap. 6- CARACTERISTICILE AFACERILOR ELECTRONICE 6.1. Caracteristicile afacerilor electronice 6.2. Avantaje afacerilor electronice 6.3. Limitele afacerilor electronice			2
Cap. 7 - MODELE SI TIPURI DE AFACERI IN MEDIUL ELECTRONIC 7.1. Modele de e-commerce Derularea afacerilor in mediul electronic			2
Cap. 8 – PROMOVAREA SI MARKETINGUL IN MEDIUL ELECTRONIC 8.1. Promovarea si relatiile publice in mediul electronic 8.2. Strategii de marketing in mediul electronic 8.3. Design-ul site-urilor de afaceri electronice			2
Cap.9 - SISTEME DE PLATI IN MEDIUL ELECTRONIC 9.1. Clasificarea sistemelor electronice de plati. 9.2. Tipuri si sisteme de plati 9.3. Plati bazate pe protocolul SET			2
Cap. 10 - TRANSFERURI ELECTRONICE DE FONDURI 10.1. Procedeuul swift 10.2. Procedeuul target 10.3. Procedeuul western union si money gram			2
Cap. 11 – SISTEMUL DE INFORMATIILE SI VIRUSII INFORMATICI 11.1. Sistemul de informatii 11.2 Virusii informatici			2
Cap. 12 - SECURITATEA ÎN MEDIUL ELECTRONIC 12.1. Asigurarea securitatii datelor 12.2. Analiza vulnerabilitatilor 12.3 Protocoale de securitate			2
Cap. 13 – SEMNATURA ELECTRONICA IN E-COMMERCE 13.1. Semnatura olograf si semnatura digitala 13.2. Securitatea semnaturii digitale 13.3. Suportul tehnic al semnaturii digitale			1

Cap. 14 - COMERTUL ELECTRONIC IN ROMANIA			
14.1. Generalitati privind comertul electronic romanesc			1
14.2. Comertul electronic romanesc in ultimul deceniu			
<b>Bibliografie</b> [1]. Bucur C. M. – Comerț electronic, Ed. ASE București, 2002; [2]. Bob C. – Sisteme informatice în comerț, Editura ASE București, 2003; [3]. Cioată M, - Plăți electronice, NET Raport, feb, 2001; [4]. Integrarea digitala – ghid pentru tarile in curs de dezvoltare, <a href="http://www.ezinearticle.com">www.ezinearticle.com</a> ; [5]. Freeland S.– E-commerce basics – how to take advantage of e-commerce; [6]. Glazier C.S. - Patent Strategies for Software, e-Commerce, the Internet, Telecom Services, Financial Services, and Business Methods (with Case Studies and Forecasts) BI Law & Business Institute; ISBN: 0966143779; [7]. Kuckno R – Electronic commerce: Gold Rush on the Digital Frontier Lobonțiu M. - Managementul afacerii. <i>Note de curs</i> . Alba Iulia: AISTEDA; București, Facultatea de Management, 2001; [8]. Lucking D -Reileym D. Spulber - „Business_to_Business Electronic Commerce”, Jurnal of Economic Perspectives, Illinois, 2000; [9]. Manole B – 10 sfaruti juridice despre comertul pe Internet, <a href="http://www.apti.ro">www.apti.ro</a> ; [10]. Yokoo M., Ito T, - Electronic Commerce. Theory and Practice -, Ed. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008 [11]. Richard Scott -1 0 Strategii-de-cash-flow-pentru-un-Business-de-Succes 2010			
<b>8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*</b> <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	<b>Metode de predare</b>	<b>Mod de realizare și Mijloace tehnice</b>	<b>Număr ore alocate</b>
Internetul – suport al comertului electronic		Instruire online /	2
Serviciile internet		Învățare online prin activități collaborative în grup	2
Nivelurile economiei digitale, Planul E-Europa		Platformă/e de învățare colaborativă online	2
Avantajele si dezavantajele comertului electronic			2
Derularea afacerilor in mediul electronic			2
Masuri de securitate in mediul electronic			1
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Completitudinea și corectitudinea cunostintelor acumulate;</li> <li>- Capacitatea de analiza și interpretare a cunostintelor;</li> <li>- Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate;</li> </ul>	EXAMEN	70%
10.5 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* *Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Completitudinea și corectitudinea cunostintelor acumulate;</li> <li>- Participarea activa la seminarii;</li> <li>- Creativitatea;</li> <li>- Conștiințiozitatea;</li> <li>- Interesul pentru studiu individual;</li> <li>- Originalitatea.</li> </ul>	PROIECTE, STUDII, TESTE	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Minim nota 5 la examenul scris			

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. Ionel Marian



## FIȘA DISCIPLINEI

### ANALIZĂ ECONOMICO-FINANCIARĂ APROFUNDATĂ

#### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Managementul Organizațiilor Publice și Private
1.7 Anul universitar	2021-2022

#### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Analiză economico-financiară aprofundată						
2.2 Cod disciplină	MOPP2102						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela						
2.4 Titularul activităților aplicative	Ec.dr. Lipară Daniel						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					92
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutorial					0
Examinări					2
Alte activități					0
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

\*\*\* 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	Laptop, conexiune internet funcțională, aplicația Webex Meetings instalată
5.2. de desfășurare a seminarului	Laptop, conexiune internet funcțională, aplicația Webex Meetings instalată

**6. Competențele specifice acumulate**

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea rezultatelor și fenomenelor economice și a interdependențelor dintre ele;</li> <li>• Cunoașterea categoriilor instrumentelor de analiză diagnostic a întreprinderii;</li> <li>• Înțelegerea și interpretarea concluziilor rezultate din analiza diagnostic a întreprinderii;</li> <li>• Explicarea mecanismelor de lucru cu instrumentele specifice analizei diagnostic a întreprinderii;</li> <li>• Explicarea desfășurării rezultatelor și fenomenelor economice;</li> <li>• Exemplificarea metodelor de analiză pe date concrete.</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asumarea responsabilității realizării unui anumit proiect;</li> <li>• Capacitatea de a lucra în echipă;</li> <li>• Formarea unor capacități de analiză și sinteză;</li> <li>• Participarea activă la dezbateri și discuții.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea unor concepte, teorii, modele specifice de analiză diagnostic a întreprinderii.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea și interpretarea rezultatelor și fenomenelor economice și a interdependențelor dintre ele cu ajutorul instrumentelor specifice analizei diagnostic.</li> </ul>

**8. Conținuturi**

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Capitolul I - NOȚIUNI TEORETICE PRIVIND MEDIUL CONCURENȚIAL AL FIRMEI 1.1. Mediul concurențial al firmei 1.2. Poziționarea unei firme în sectorul de activitate	Prelegere	Predare în direct prin video-conferință cu ajutorul aplicației Webex Meetings	3
Capitolul II - MODELE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A MEDIULUI CONCURENȚIAL 2.1 Modelul BCG (Boston Consulting Group) 2.2 Modelul societății Arthur D. Little 2.3 Modelul McKinsey 2.4 Metoda PIMS (Profit Impact of Market Strategy)			3

Capitolul III – ANALIZA POTENȚIALULUI UMAN AL FIRMEI 3.1. Analiza asigurării cantitative cu forță de muncă 3.2. Analiza mișcării personalului 3.3. Analiza calificării forței de muncă 3.4. Analiza eficienței utilizării resurselor umane și a posibilității de sporire a acestora			3
Capitolul IV – ANALIZA POTENȚIALULUI MATERIAL AL FIRMEI 4.1. Analiza gestiunii mijloacelor fixe 4.2. Analiza gestiunii activelor circulante			3
Capitolul V – ELEMENTE DE ANALIZĂ FINANCIARĂ A FIRMEI 5.1. Diagnosticul financiar 5.2. Analiza bilanțului contabil 5.3. Analiza structurii bilanțiere			3
Capitolul VI – ANALIZA SITUAȚIEI FINANCIARE A FIRMEI 6.1. Utilizarea altor tipuri de rate în analiza financiară 6.2. Analiza situației financiare prin metoda scorurilor			4
Capitolul VII – ANALIZA PERFORMANȚEI FIRMEI ÎN CONDIȚII DE RISC ȘI INCERTITUDINE 7.1. Diagnosticul riscului. Tipologia riscului 7.2. Identificarea surselor riscului 7.3. Modalități de măsurare a riscului 7.4. Influența riscului economic și financiar asupra performanței firmei			3



**Bibliografie**

- [1]. Anghel, I. (coord.) - Analiza si evaluare economico-financiara. Studii de caz, Ed. ASE, 2016
- [2]. Brezeanu, P. (coord.) – Analiză financiară, Ed Meteor Press, București, 2007;
- [3]. Ceocea, C. – Riscul în activitatea de management, Ed. Economică, București, 2010;
- [4]. Doltu, D. – Abordări în economia riscului și incertitudinii, Ed. Economică, București, 2006;
- [5]. Hristea, A. M. - Analiza economică și financiară a activității întreprinderii. De la intuiție la știință, volumul 2 (editia a doua), Ed. Economică, București, 2015;
- [6]. Păvăloaia, W., Păvăloaia, D. – Diagnosticul și evaluarea întreprinderii, Ed. Tehnopress, Iași, 2006
- [7]. Păvăloaia, W., Paraschivescu, M.D., Olaru, G.D., Radu, F. Analiza financiară. Studii de caz, Ed. Economică, București, 2006;
- [8]. Păvăloaia, W., Bordeianu, G.D. - Analiză economico-financiară. Studii de caz, Ed. Tehnopress, Iași, 2011;
- [9]. Petrescu, S. – Diagnostic economic financiar. Metodologie. Studii de caz, Ed. Sedcom Libris, Iași, 2004;
- [10]. Popescu, A.M. – Analiza și evaluarea întreprinderii, Ed. Economică, București, 2015;
- [11]. Prunea, P. – Riscul în activitatea economică. Ipoteze. Factori. Modalități de reducere, Ed. Economică, București, 2003;
- [12]. Robu, V., Anghel, I., Șerban, E.C. - Analiză economico-financiară a firmei, Ed. Economică, București, 2014;
- [13]. Sobolesvchi-David, M.I., Robu, V, Petcu, M.A., Cureau, S.C. - Ghid practic de analiza economico-financiara, Ed. ASE, Bucureti, 2020
- [14]. Spătaru, E.C. - Noțiuni de analiză economico-financiară la nivel microeconomic. Teorie, teste grilă și probleme, Ed. Ex Ponto, Constanța, 2007;
- [15]. Spătaru, L. – Analiza economico-financiară, instrument al managementului întreprinderilor, Ed. Economică, București, 2011;
- [16]. Valceanu, Ghe. - Analiză economico-financiară, Editia a II-a, Ed. Economică, 2010.

8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
• ELEMENTELE MEDIULUI CONCURENȚIAL AL FIRMEI	Studii de caz, aplicații	Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic în direct prin video–conferință cu ajutorul aplicației Webex Meetings	1
• MODELE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A MEDIULUI CONCURENȚIAL			1
• ANALIZA ASIGURĂRII FIRMEI CU RESURSE UMANE			1
• ANALIZA GESTIUNII MIJLOACELOR FIXE ȘI CIRCULANTE			2
• ANALIZA SITUAȚIEI PATRIMONIALE A FIRMEI			2
• ANALIZA SITUAȚIEI FINANCIARE A FIRMEI			1
• ANALIZA RISCULUI LA NIVEL DE FIRMĂ			2

**Bibliografie**

Idem bibliografie curs

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

- Temele abordate la curs și seminar sunt adaptate în permanență la nevoile reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului de studii, pe baza consultărilor periodice desfășurate împreună cu aceștia.

### 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"> <li>• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor teoretice acumulate;</li> <li>• Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor teoretice acumulate.</li> </ul>	Examen final oral sub formă de discuții libere pe subiecte din tematica cursului, susținut cu ajutorul platformei Webex Meetings	60%
10.5. Aplicații (seminar)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea practică a cunoștințelor teoretice acumulate.</li> </ul>	Evaluare pe parcurs pe bază de proiect realizat individual din tematica cursului și transmis prin intermediul poștei electronice	40%
10.6 Standard minim de performanță			
Cerințe minime pentru nota 5 (sau cum se acordă nota 5)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minim nota 5 la examenul final oral.</li> </ul>			
Cerințe minime pentru nota 10 (sau cum se acordă nota 10)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nota 10 la examenul final oral și evaluarea pe parcurs pe bază de proiect.</li> </ul>			

Data completării,

 Titular activităților de curs,  
 Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela

 Titular aplicații,  
 Eq.dr. Lipară Daniel

11.10.2021

Data avizării în Departament,

 Director de Departament,  
 Conf.univ.dr. Ionel Marian

18.10.2021



## FIȘA DISCIPLINEI

### STRATEGII DE DEZVOLTARE A ORGANIZAȚIILOR

#### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	<b>Management</b>
1.5 Ciclu de studii	Master
1.6 Programul de studii	<b>Managementul Organizațiilor Publice și Private</b>
1.7 Anul universitar	<b>2021-2022</b>

#### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Strategii de dezvoltarea a organizațiilor						
2.2 Cod disciplină	MOPP2103						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Micu Angela-Eliza						
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof. univ. dr. Micu Angela-Eliza						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	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

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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					92
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

\*\*\* 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	• Platformă informatică de video-conferință
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	• Platformă de învățare colaborativă online
---	---

\*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrierea și explicarea conceptelor de bază și a strategiilor de firmă</li> <li>• Evaluarea critic-constructivă a funcționării unei strategii</li> <li>• Aplicarea principiilor și metodelor de bază strategiilor de dezvoltare a firmei</li> <li>• Efectuarea de studii/lucrări privind realizarea unei strategii</li> <li>• Interpretarea fenomenelor, situațiilor și proceselor organizaționale din perspectiva strategiilor</li> <li>• Aptitudinea de a participa la discuții pe probleme de strategii de dezvoltare</li> <li>• Abilitatea de a analiza și interpreta problemele de strategii cu care se confruntă firmele</li> <li>• Capacitatea de a lua și fundamenta decizii strategice</li> </ul>
Competențe transver sale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea principiilor, normelor și valorilor proprii unei strategii de dezvoltare</li> <li>• Culegere, prelucrare și analiză de informații privind interacțiunea mediu extern-organizație</li> <li>• Asistența pentru administrarea activității ansamblului organizației</li> <li>• Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizarea masteranzilor cu limbajul specific strategiilor de firmă</li> <li>• Însușirea de către masteranzi a strategiilor de dezvoltare cu care operează organizațiile</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formarea unei viziuni de ansamblu asupra strategiilor de dezvoltare a firmei</li> <li>• Însușirea fundamentelor, mijloacelor operaționale și instrumentelor concrete pentru a înțelege și a pune în operă demersul strategic, a concepției globale privind funcționarea activităților firmei în mediul de afaceri</li> <li>• În urma parcurgerii acestui curs, masteranzii vor fi capabili să identifice, analizeze și planifice activitatea strategică a unei firme</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Mod de realizare și Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Capitolul I Introducere în strategia firmei 1.1. Conceptul de strategie și caracteristicile acesteia 1.2. Clasificarea strategiilor după diferite criterii 1.3. Concepte de bază privind strategia firmei	Prelegere	Instruire online / Predare în direct prin video-conferință /	2



<p>Capitolul II Procesul de formulare a strategiei firmei</p> <p>2.1. Planificarea strategică</p> <p>2.1.1. Procesul rațional și analitic de formulare a strategiei – dimensiunea economică</p> <p>2.1.2. Procesul birocratic de formulare a strategiei – dimensiunea organizațională</p> <p>2.1.3. Strategia mixtă</p> <p>2.2. Diagnosticarea strategică</p> <p>2.2.1. Considerații generale</p> <p>2.2.2. Modelul de diagnosticare strategică SWOT</p> <p>2.2.3. Evaluarea (analiza) potențialului firmei</p> <p>2.2.4. Analiza mediului ambiant</p>		Platformă informatică de video-conferință	4
<p>Capitolul III Modele clasice de formulare a strategiei</p> <p>3.1. Modelul „Grila de diagnostic a Școlii Harvard”</p> <p>3.2. Abordarea lui I. Ansoff de formulare a strategiei firmei</p> <p>3.2.1. Evaluarea internă</p> <p>3.2.2. Evaluarea externă</p> <p>3.2.3. Stabilirea strategiei</p> <p>3.2.4. Aprecierea modelului lui I. Ansoff</p>			2

<p>Capitolul IV Modele de portofoliu de activități</p> <p>4.1. Modelul de portofoliu al lui Boston Consulting Group (B.C.G.)</p> <p>4.1.1. Determinarea segmentelor strategice</p> <p>4.1.2. Poziționarea firmei pe segmente</p> <p>4.1.2.1. Evaluarea interesului segmentului</p> <p>4.1.2.2. Aprecierea poziției concurențiale</p> <p>4.2. Noțiunea de curbă de experiență și implicațiile sale strategice</p> <p>4.3. Fenomenul de experiență și strategiile de preț</p> <p>4.4. Poziționarea propriu-zisă a firmei pe diferitele sale segmente</p> <p>4.4.1. Formularea strategiei de portofoliu</p> <p>4.4.2. Avantajele și limitele modelului B.C.G.</p> <p>4.4.3. Modelul lui Arthur D. Little (matricea A.D.L.)</p> <p>4.4.4. Modelul lui Mc. Kinsey de abordare strategică multicriterială a portofoliului de afaceri</p> <p>4.4.5. Metoda „Profit Impact of Marketing Strategy” (PIMS)</p> <p>4.5. Modele strategice derivate din teoria financiară</p> <p>4.6. Metoda postmodernă STRADIN (strategia dinamică interrelațională)</p>			4
<p>Capitolul V Abordarea strategică a lui M. Porter</p> <p>5.1. Tehnici de analiză ale sectoarelor strategice și concurenței</p> <p>5.2. Studiul forțelor jocului concurențial</p>			2
<p>Capitolul VI Strategii și surse de creare a avantajului concurențial</p> <p>6.1. Clasificarea strategiilor și opțiunilor strategice</p> <p>6.2. Strategiile generice la nivel microeconomic</p> <p>6.2.1. Dominația prin costuri</p> <p>6.2.2. Diferențierea</p> <p>6.3. Surse de creare a avantajului concurențial</p> <p>6.3.1. Inovarea</p> <p>6.3.2. Integrarea</p> <p>6.4. “Singura cale de a-ți depăși concurența este aceea de a nu mai încerca să o depășești”</p> <p>6.5. Strategia Oceanului Roșu vs Strategia Oceanului Albastru</p> <p>6.6. Strategii de evitare a eșecului</p>			4

<p>Capitolul VII Evaluarea orientărilor strategice și a modalităților de dezvoltare a organizațiilor</p> <p>7.1. Orientările dezvoltării strategice</p> <p>7.1.1. Confortul asigurat de poziția actuală</p> <p>7.1.2. Potențialul de dezvoltare a produselor și serviciilor</p> <p>7.1.3. Potențialul de dezvoltare a piețelor</p> <p>7.1.4. Diversificarea și potențialul său de realizare</p> <p>7.2. Modalitățile de dezvoltare aferente orientărilor strategice ale organizațiilor</p> <p>7.2.1. Dezvoltarea strategică prin creștere internă</p> <p>7.2.2. Achizițiile și fuziunile în sistemul dezvoltării strategice a organizațiilor (creștere externă)</p> <p>7.2.3. Înțelegerile, alianțele și parteneriatele ca expresii ale colaborării</p> <p>7.3. Evaluarea unei strategii cu ajutorul criteriilor succesului</p> <p>7.3.1. Evaluarea pertinentei unei strategii</p> <p>7.3.2. Estimarea acceptabilității strategiei</p> <p>7.3.3. Fezabilitatea strategiei</p>			4
---	--	--	---

**Bibliografie**

- [1]. Butler David - „Dezvoltarea afacerii – Strategia pentru mica întreprindere”, Editura BIC ALL, 2005;
- [2]. Chan K., Renee M. - „Strategia oceanului albastru”, Editura Curtea Veche, 2007;
- [3]. Chatterjee Sazan - „Strategii de evitare a eșecului”, Editura All, 2005;
- [4]. Ciobanu Ioan, Ciulu Ruxandra- „Strategiile competitive ale firmei”, Editura Polirom, 2002;
- [5]. Criveanu Ion, Tumbăr Constantin - „Strategia întreprinderii”, Editura Universitaria, 2002;
- [6]. Dalton Chris - „Brilliant Strategy for Bussiness. How to plan, implement and evaluate strategy at any level of management”, Editura Pearson Education Limited, 2016;
- [7]. Dan Vasile, Isaic-Maniu Ruxanda, Mitran Daniela, Stan Emil - „Strategii și structuri industriale competitive”, Editura ALL, 1997;
- [8]. Dinu Eduard - „Strategia firmei – Teorie și practica”, Editura Economică, 2000;
- [9]. Dumitrescu Mihail - „Strategii și management strategic”, Editura Economică, 2002;
- [10]. Falkner D., Bowman C. - „Elemente de strategie concurențială”, Editura Teora, 1995;
- [11]. Fung V., Fung W., Wind J. - „Concurența într-o lume plată”, Editura Publică, 2009;
- [12]. Hussez David - „Strategic Management from Theory to Implementation”, Editura Butterworth Heinemann, 1998;
- [13]. Ioan Petrișor- „Management strategic”, Editura Universității de Vest, 2009;
- [14]. Magretta Joan - „Să-l înțelegem pe Michael Porter – Ghid esențial despre concurență și strategie”, Editura Howard Business Press Books, 2011;
- [15]. Micu Angela-Eliza - „Strategii de dezvoltare a firmei - abordări practice”, Editura Galați University Press, Galați, 2021;
- [16]. Micu Angela-Eliza, Bleoju Gianita - „Corporate Development Strategy Modeling”, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2017;
- [17]. Nagle Thomas, Hogan John - „Strategia și tactica stabilirii prețurilor – un ghid pentru creșterea profiturilor”, Editura Brandbuilders, 2006;
- [18]. Nicolescu Ovidiu - „Strategii manageriale de firmă”, Editura Economică, 1998;
- [19]. Niculescu Maria, Lavalette Georges - „Strategii de creștere”, Editura Economică, 1999;
- [20]. Porter Michael - „Despre concurență”, Editura Meteor Business, 2008;
- [21]. Vizjak Andrej, Iuga Vasile- „Formule de succes pentru următorul deceniu – companii care au învins criza”, Editura Economică, 2010.

<b>8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*</b> <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	<b>Metode de predare</b>	<b>Mod de realizare și Mijloace tehnice</b>	<b>Număr ore alocate</b>
1. Caracteristici generale ale mediului de afaceri - tendințe ale economiei mondiale la început de mileniu; Mediul de afaceri din Romania 1.1. Tendințe ale economiei mondiale la început de mileniu 1.2. Mediul actual de afaceri din Romania	Dezbateri tematică interactivă, Exemple, studii de caz	Instruire online / Învățare online prin activități colaborative în grup	1
2. Strategia firmei 2.1. Aspecte generale ale strategiei firmei 2.2. Misiunea strategică și obiectivele firmei 2.3. Procesul strategic		Platformă/e de învățare colaborativă online	2

3. Studii de caz privind componentele strategiei 3.1. Viziune 3.2. Misiune 3.3. Obiective			1
4. Concurența și avantajul competitiv 4.1. Concurența 4.2. Avantajul competitiv			1
5. Modele de analiză a mediului extern 5.1. Modelul Kotler de analiză a nivelelor de mediu 5.2. Modelul STEP (PEST) de analiză a mediului 5.3. Modelul Fahey și Narayanan de analiză a macromediului 5.4. Modelul „Celor 5 forțe”, propus de Porter 5.5. Analiza ciclului de viață a industriei 5.6. Analiza industriei prin segmentare 5.7. Analiza grupurilor strategice 5.8. Analiza competitorului			2
6. Modele de analiză a mediului intern 6.1. Resursele și capacitățile firmei: Grant 6.2. Analiza competențelor funcționale 6.3. Analiza V.R.I.O. 6.4. Analiza lanțului valorii 6.5. Analiza SWOT: relația mediu intern – mediu extern 6.6. Analiza structurii, culturii și puterii organizaționale			1
7. Analiza pieței 7.1. Cota relativă de piață 7.2. Gradul de saturație al pieței 7.3. Căile de extindere a pieței			1
8. Strategii de firmă în mediul concurențial 8.1. Strategii generale (la nivelul conducerii centrale a firmei) 8.2. Strategii de afaceri (de activitate) 8.3. Strategii funcționale 8.4. Strategii operaționale 8.5. Strategii ofensive 8.6. Strategii defensive 8.7. Strategia de dominare prin costuri 8.8. Strategia de diferențiere 8.9. Strategia de concentrare			2



**Bibliografie**

- [1]. Butler David - „Dezvoltarea afacerii – Strategia pentru mica întreprindere”, Editura BIC ALL, 2005;
- [2]. Chan K., Renee M. - „Strategia oceanului albastru”, Editura Curtea Veche, 2007;
- [3]. Chatterjee Sazan - „Strategii de evitare a eșecului”, Editura All, 2005;
- [4]. Ciobanu Ioan, Ciulu Ruxandra- „Strategiile competitive ale firmei”, Editura Polirom, 2002;
- [5]. Dalton Chris - „Brilliant Strategy for Bussiness. How to plan, implement and evaluate strategy at any level of management”, Editura Pearson Education Limited, 2016;
- [6]. Dinu Eduard - „Strategia firmei – Teorie și practica”, Editura Economică, 2000;
- [7]. Dumitrescu Mihail - „Strategii și management strategic”, Editura Economică, 2002;
- [8]. Fung V., Fung W., Wind J. - „Concurența într-o lume plată”, Editura Publică, 2009;
- [9]. Hussez David - „Strategic Management from Theory to Implementation”, Editura Butterworth Heinemann, 1998;
- [10]. Magretta Joan - „Să-l înțelegem pe Michael Porter – Ghid esențial despre concurență și strategie”, Editura Howard Business Press Books, 2011;
- [11]. Micu Angela-Eliza - „Strategii de dezvoltare a firmei - abordări practice”, Editura Galați University Press, Galați, 2021;
- [12]. Nicolescu Ovidiu - „Strategii manageriale de firmă”, Editura Economică, 1998;
- [13]. Niculescu Maria, Lavalette Georges - „Strategii de creștere”, Editura Economică, 1999;
- [14]. Porter Michael - „Despre concurență”, Editura Meteor Business, 2008;
- [15]. Vizjak Andrej, Iuga Vasile- „Formule de succes pentru următorul deceniu – companii care au învins criza”, Editura Economică, 2010.

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

Facultatea de Științe Economice are încheiate protocoale de colaborare cu diverse organizații publice și private din județul Constanța. Reprezentanții acestor organizații au fost consultați în vederea adaptării conținutului disciplinei la așteptările acestora.

**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"> <li>• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate;</li> <li>• Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor;</li> <li>• Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate;</li> <li>• Frecvența la cursuri.</li> </ul>	Examen față în față sau pe platforma Webex (discuții libere pe seama notelor de curs și a temelor /proiectelor trimise pe cale electronică)	70%

10.5 Aplicații(seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate;</li> <li>• Participarea activă la seminar;</li> <li>• Creativitatea;</li> <li>• Conștiinciozitatea;</li> <li>• Interesul pentru studiu individual;</li> <li>• Originalitatea.</li> </ul>	Observația sistematică, proiecte, studii, teme (susținute la întâlnirile online)	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Minim nota 5 la examen			

Data completării,

Titular activități de curs,  
Prof. univ. dr. Micu Angela-ElizaTitular aplicații,  
Prof. univ. dr. Micu Angela-Eliza

11.10.2021

Data avizării în Departament,  
18.10.2021Director de Departament,  
Conf. univ. dr. Ionel Marian



## FIȘA DISCIPLINEI

### COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

#### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	<b>Management</b>
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	<b>MOPP</b>
1.7 Anul universitar	<b>2021-2022</b>

#### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare și relații publice						
2.2 Cod disciplină	MOPP2104						
2.3 Titularul activităților de curs	<b>Lect. univ. dr. Șerban Comănescu Adrian</b>						
2.4 Titularul activităților aplicative	<b>Lect. univ. dr. Șerban Comănescu Adrian</b>						
2.5 Anul de studii	<b>II</b>	2.6 Semestrul	<b>3</b>	2.7 Tipul de evaluare	<b>Ex</b>	2.8 Regimul disciplinei */**	<b>DI</b>

\* 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	1	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					117
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
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	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

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

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
--------------------------------	---------------

5.2. de desfășurare a laboratorului/proiectului	Nu este cazul
---	---------------

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoasterea și înțelegerea noțiunilor fundamentale și metodelor teoriei caracteristice comunicării și relațiilor publice în mediul economic</li> <li>Utilizarea instrumentelor de lucru specifice comunicării și relațiilor publice</li> <li>Cunoasterea mijloacelor de obținere și valorificarea a tuturor tipurilor de informații necesare de marketing pentru a interpreta și înțelege cât mai bine activitatea de comunicare și de relații publice</li> <li>Capacitatea de a obține și opera cu informații necesare desfășurării activităților ce aparțin comunicării și relațiilor publice</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asumarea responsabilității realizării unui anumit proiect</li> <li>Capacitatea de a lucra în echipă</li> <li>Participarea activă la dezbateri și discuții</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adoptarea unei viziuni strategice, dezvoltarea gândirii analitice și abordarea unei viziuni sistemice asupra abordării conceptului de comunicare și relații publice</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea unui demers specific de marketing, mai exact instrumentarul specific comunicării și relațiilor publice, utilizat în sfera activității economice a unei firme sau instituții publice</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
1. Conceptul de relații publice	Prelegere	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	2
2. Activitatea de relații publice			2
3. Relațiile publice în cadrul comunicării			2
4. Un posibil model global al comunicării			2
5. Un model autohton al comunicării			2
6. “Celălalt” sau despre problema alterității în comunicare			2
7. Comunicarea și semiotica			2
8. Construirea și analiza activității de RP			2
9. Strategii de relații publice			2
10. Tipuri de strategii de relații publice			2
11. Specialistul în relații publice			2



**Bibliografie**

- [1]. Stoica, Dan, Comunicare publica si Relatii publice, Note de curs, Iasi 2004, Universitatea "Al. I. Cuza"
- [2]. Anghel, Laurențiu-Dan, Modalități de măsurare a eficienței activității promoționale, București, Editura ASE, 1999
- [3]. Bacali, Laura, Marketing-Mix, Cluj-Napoca, Universitatea Tehnică din Cluj, 1997
- [4]. Baudrillard, Jean, Strategii fatale, Iași, Polirom, 1996
- [5]. Bird, Polly, Cum să te vinzi. Tactici persuasive pentru a vă promova imaginea, București, Editura Alternative, 1997
- [6]. Blythe, Jim, Comportamentul consumatorului: Strategii și tactici. Atragerea clientele. Reacția consumatorului. (Biblioteca omului de afaceri, 6.), București, Teora, 1998
- [7]. Bochenski, J. M., Ce este autoritatea? Introducere în logica autorității, București, Humanitas, 1992
- [8]. Borțun, Dumitru, Bazele epistemologice ale comunicării, București, editura Ars Docendi a Universității din București, 2002
- [9]. Brune, François, Fericirea ca obligație. Psihologia și sociologia publicității, București, Editura Trei, 1996
- [10]. Calbris, Geneviève, "Gestuelle implicative de Lionel Jospin", in La Linguistique 35(1) 1999, pp. 113-131
- [11]. Călinescu, Matei, A citi, a reciti. Către o poetică a (re)lecturii; cu un capitol românesc inedit despre Mateiu I. Caragiale (2002); trad. din lb. engleză de Virgil Stanciu, Iași, Polirom, 2003
- [12]. Coman, Cristina, Relații publice: tehnici de comunicare cu presa, București, All Educational, 1999 Cuilenburg, J. J. van et al., Știința comunicării, București, Humanitas, 1998 Dagenais, Bernard, Campania de relații publice, Iași, Polirom, 2003
- [13]. Ducrot, Oswald, "L'argumentation par autorité", Chp. 1. in: L'argumentation, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1981 Galbraith, John Kenneth, Știința economică și interesul public, București, Editura Politică, 1982
- [14]. Gavrilu, Leonard, Mic tratat de sofistică, București, Ed. IRI, 1996
- [15]. Genette, Gérard, Figuri, București, Editura Univers, 1978

**8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)**

\*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

	<b>Metode de predare</b>	<b>Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice</b>	<b>Număr ore alocate</b>
1. Modelul Shannon-Weaver	Aplicatii Discutii Dezbateri	Predare în direct prin video–conferință/ platforma online	1
2. Modelul Jakobson			1
3. Contractul de lectura			1
4. Clasele de conținut			1

5. Argumentarea discursivă			1
6. Etică în comunicare			1
7. Public/publicuri			1
8. Comunicarea eficientă cu diferitele categorii de public			1
9. Semiotica după Charles Morris			1
10. Semiotica după Foucault			1
11. Semiotica aplicată a lui Constantin Sălăvăstru sau „logica, un alt nume pentru semiotică”			1
<b>Bibliografie-Idem Bibliografie curs</b>			

**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 cunoștințelor acumulate; - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor; - Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate; - Frecvența la cursuri.	Examen scris grila Microsoft Forms Platforma Online	70%

10.5 Aplicații	- Completitudinea și corectitudinea cunostintelor acumulate; - Participarea activa la seminarii; - Creativitatea; - Conștiinciozitatea; - Interesul pentru studiu individual; - Originalitatea.	Observația sistematică, proiecte, studii, teste	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Minim nota 5 la examenul scris			

Data completării,

Titularul activităților de curs,

Titular aplicații,

11.10.2021

Lector univ. dr. Serban Comanescu  
AdrianLector univ. dr. Serban Comanescu  
Adrian

Semnătura

Data avizării în Departament,

Director de Departament,

18.10.2021

Conf univ dr. Ionel Marian  
Semnătura



## FIȘA DISCIPLINEI

### ORGANIZATIA ȘI MANAGEMENTUL BAZATE PE CUNOȘTINȚE

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Științe Economice
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	<b>Management</b>
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	<b>Managementul Organizațiilor Publice și Private</b>
1.7 Anul universitar	<b>2021-2022</b>

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei	Organizația și managementul bazate pe cunoștințe						
2.2 Cod disciplină	MOPP2105						
2.3 Titularul activităților de curs	<b>Lect. univ. dr. Nancu Dorinela</b>						
2.4 Titularul activităților aplicative	<b>Lect. univ. dr. Nancu Dorinela</b>						
2.5 Anul de studii	<b>II</b>	2.6 Semestrul	<b>3</b>	2.7 Tipul de evaluare	<b>Ex</b>	2.8 Regimul disciplinei */**	<b>DI</b>

\* 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	33	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	11
3.7 Total ore de studiu individual					117
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					27
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					43
Tutorial					0
Examinări					2
Alte activități					0
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	Laptop, tableta, platforme informatice, conexiune internet
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	Laptop, tableta, platforme informatice, conexiune internet

## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Abilități analitice.</b> Evaluarea și diagnosticarea mediului intern și extern al organizației bazate pe cunoștințe, relaționarea eficientă cu diferite categorii de instituții și organizații din mediul economico-social;</li> <li>• <b>Creativitate.</b> Elaborarea și implementarea unui sistem de management modern la nivelul organizațiilor bazate pe cunoștințe;</li> <li>• <b>Aptitudini interpersonale.</b> Deținerea capacității de a comunica și de a interacționa în vederea gestionării problemelor ce intervin în administrarea unei organizații bazate pe cunoștințe.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a colabora/lucra în echipă.</li> <li>• Comunicare efektivă. Participarea activă la dezbateri și discuții.</li> <li>• Gândirea complexă și critică.</li> <li>• Capacitatea de sinteză a informațiilor acumulate.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea noțiunilor de economie, organizație și management bazate pe cunoștințe.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea principiilor de funcționare a organizațiilor cunoștințe și însușirea strategiilor specifice managementului bazat pe cunoștințe.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice	Număr ore alocate
Capitolul I – DELIMITĂRI CONCEPTUALE PRIVIND ECONOMIA BAZATĂ PE CUNOȘTINȚE 1.1.Delimitări conceptuale privind economia bazata pe cunoștințe. Caracteristici și deosebiri față de de economia capitalistă. 1.2.Transformări care au prefigurat conturarea economiei bazate pe cunoștințe. 1.3.Tehnologiile informatice și de comunicație – vector de dezvoltare a noii economii			4

<p>Capitolul II – ORGANIZAȚIA BAZATĂ PE CUNOȘTINȚE</p> <p>2.1. Organizația bazată pe cunoștințe – delimitări conceptuale</p> <p>2.2. Caracteristicile organizației bazate pe cunoștințe</p> <p>2.3. Resursele organizației bazate pe cunoștințe.</p>	<p>Prelegere participativă, dezbateri, expunere, problematizare</p>	<p>Instruire online / Predare în direct prin video-conferință / Platformă informatică de video-conferință</p>	4
<p>Capitolul III – Noi configurații funcționale în cadrul organizației bazate pe cunoștințe</p> <p>3.1 Noi forme structurale – organizaționale specifice economiei bazate pe cunoștințe</p> <p>3.2 Configurația specifică a funcțiilor organizației bazate pe cunoștințe</p> <p>3.3 IMM-urile-principalele promotoare ale economiei bazate pe cunoștințe</p>			4
<p>Capitolul IV – MANAGEMENTUL BAZAT PE CUNOȘTINȚE</p> <p>4.1 Principii de funcționare a managementului bazat pe cunoștințe</p> <p>4.2 Strategii specifice managementului bazat pe cunoștințe.</p> <p>4.3 Specialiștii bazați pe cunoștințe</p>			5
<p>Capitolul V – MODALITĂȚI DE APLICARE A CARACTERISTICILOR ORGANIZAȚIEI ȘI MANAGEMENTULUI BAZATE PE CUNOȘTINȚE ÎN PLAN AUTOHTON.</p> <p>5.1 Importanța culturii organizaționale în cadrul organizației bazate pe cunoștințe</p> <p>5.2 Rolul și importanța motivării și a muncii în echipă în cadrul organizației bazate pe cunoștințe</p> <p>5.3 Procesele de învățare în cadrul organizației bazate pe cunoștințe.</p> <p>5.4 Activitățile inovative în cadrul organizației bazate pe cunoștințe</p>			5



**Bibliografie**

- [1]. Igor Munteanu, Veaceslav Ioniță, Managementul cunoștințelor. Un ghid pentru comunitățile de practicieni, Editura Cartier, Chișinău, 2005
- [2]. Jeffrey Pfeffer, Resursele umane în ecuația profitului, Ed. ALL, București, 2010
- [3]. Jim Collins, Excelența în afaceri, Editura Curtea Veche, București, 2007
- [4]. Jim Collins, Jerrz I. Porras, Afaceri clădite să dureze, Editura Curtea Veche, București, 2006
- [5]. Dorinela Nancu, Abordări teoretice și practice privind gestiunea performanțelor întreprinderii în economia bazată pe cunoștințe, ISBN 978-606-14-0989-1, Editura Universitaria, Craiova, 2016, 245 pp..
- [6]. Ovidiu Nicolescu, Luminița Nicolescu, Economia, firma și managementul bazat pe cunoștințe, Editura Economică, București, 2005
- [7]. Ovidiu Nicolescu, Ciprian Nicolescu, Organizația și managementul bazate pe cunoștințe. Teorie, metodologie, studii de caz și baterii de teste, Editura Pro Universitaria, București, 2011
- [8]. Ovidiu Nicolescu, Ciprian Nicolescu, Intreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Editura Economică, București, 2008
- [9]. Paraschiv Vagu, Ion Stegăroiu, Motivarea în muncă de la teorie la practică, Editura Biblioteca, Târgoviște, 2007
- [10]. Vasile Mazilescu, Modelarea proceselor de afaceri bazate pe managementul de cunoștințe, Partea a II-a, Capitolul I, Rolul și importanța gestionării cunoștințelor într-o întreprindere, Editura Europlus, Galați, 2006

<b>8.2 Aplicații (seminar)</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Tip de realizare/ Mod de realizare/Mijloace tehnice</b>	<b>Număr ore alocate</b>
1. Analiza impactului sectorului TIC asupra conturării economiei bazate pe cunoștințe.	Aplicații Studii de caz Discuții și dezbateri	Instruire online / Învățare online prin activități colaborative în grup coordonată de cadru didactic / Platforme utilizate- Webex, Zoom MicroSoft Forms	1
2. Probleme privind relevanța economiei bazate pe cunoștințe pentru România.			1
3. Capitalul intelectual și proprietatea intelectuală - resurse de bază ale organizației bazate pe cunoștințe			1
4. IMM-urile principalele promotoare ale economiei și managementului bazate pe cunoștințe			1
5. Coordonatele managementului bazat pe cunoștințe și implicațiile acestora în gestiunea performanțelor organizației bazate pe cunoștințe			1
6. Importanța culturii organizaționale în sporirea performanțelor organizației bazate pe cunoștințe			1
7. Rolul și importanța motivării în sporirea performanțelor organizației bazate pe cunoștințe			1
8. Rolul și importanța muncii în echipă în sporirea performanțelor organizației bazate pe cunoștințe			1
9. Procesele de învățare și implicațiile acestora în gestiunea performanțelor organizației bazate pe cunoștințe			1

10. Activitățile inovative în cadrul organizației bazate pe cunoștințe și implicațiile acestora în gestiunea performanțelor organizației bazate pe cunoștințe			1
11. Proiectarea unui model de lucru pentru organizațiile din plan autohton axat pe aplicarea managementului bazat pe cunoștințe în vederea atingerii performanței.			1
<b>Bibliografie</b> [1]. Igor Munteanu, Veaceslav Ioniță, Managementul cunoștințelor. Un ghid pentru comunitățile de practicing, Editura Cartier, Chișinău, 2005 [2]. Jeffrey Pfeffer, Resursele umane în ecuația profitului, Ed. ALL, București, 2010 [3]. Jim Collins, Excelența în afaceri, Editura Curtea Veche, București, 2007 [4]. Jim Collins, Jerrz I. Porras, Afaceri clădite să dureze, Editura Curtea Veche, București, 2006 [5]. Dorinel Nancu, Abordări teoretice și practice privind gestiunea performanțelor întreprinderii în economia bazată pe cunoștințe, ISBN 978-606-14-0989-1, Editura Universitaria, Craiova, 2016, 245 pp.. [6]. Ovidiu Nicolescu, Luminița Nicolescu, Economia, firma și managementul bazat pe cunoștințe, Editura Economică, București, 2005 [7]. Ovidiu Nicolescu, Ciprian Nicolescu, Organizația și managementul bazate pe cunoștințe. Teorie, metodologie, studii de caz și baterii de teste, Editura Pro Universitaria, București, 2011 [8]. Ovidiu Nicolescu, Ciprian Nicolescu, Intreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii, Editura Economică, București, 2008 [9]. Paraschiv Vagu, Ion Stegăroiu, Motivarea în muncă de la teorie la practică, Editura Biblioteca, Târgoviște, 2007 [10]. Vasile Mazilescu, Modelarea proceselor de afaceri bazate pe managementul de cunoștințe, Partea a II-a, Capitolul I, Rolul și importanța gestionării cunoștințelor într-o întreprindere, Editura Europlus, Galați, 2006			

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

Facultatea de Științe Economice are încheiate protocoale de colaborare cu diversi reprezentanți din mediul de afaceri autohton. Acești reprezentanți au fost consultați în vederea adaptării programei de la această disciplină cu cerințele actuale din domeniu.

#### 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"> <li>– Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate;</li> <li>– Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate;</li> <li>– Frecvența la cursuri.</li> </ul>	<b>Evaluare finală:</b> Test grila prin intermediul platformelor informatice: ex. Microsoft Forms	<b>60%</b>

10.5 Aplicații (seminar)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Participarea activa la seminarii;</li> <li>– Creativitatea;</li> <li>– Conștiinciozitatea;</li> <li>– Interesul pentru studiu;</li> <li>– Originalitatea.</li> </ul>	<b>Evaluare pe parcurs:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– teme de control efectuate prin intermediul platformelor informatice;</li> <li>– referate susținute în format PPT prin intermediul platformelor informatice.</li> </ul>	<b>40%</b>
10.6 Standard minim de performanță			
Cerințe minime pentru nota: acumularea a minim 5 puncte din activitățile de la seminar și din evaluarea finală sub forma testului grilă susținut prin intermediul platformei informatice în sistem on-line.			

Data completării,

Titular activităților de curs,

Titular aplicații,

11.10.2021

Lect. univ. dr. Nancu Dorinela

Lect. univ. dr. Nancu Dorinela

Data avizării în Departament,

Director de Departament,  
Conf.univ.dr. Ionel Marian

\_\_\_\_\_18.10.2021\_\_\_\_\_