



FIȘA DISCIPLINEI
Calitate, siguranță și securitate alimentară

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	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			Calitate, siguranță și securitate alimentară				
2.2 Cod disciplină			MACA2301				
2.3 Titularul activităților de curs			Prof.univ.dr. Condrea Elena				
2.4 Titularul activităților aplicative			Prof.univ.dr. Condrea Elena				
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 aplicații***	2
3.4 Total ore activități directe pe semestru	44	din care: 3.5 curs	22	3.6 aplicații	22
3.7 Total ore de studiu individual					131
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					36
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					44
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Pregătire pentru prezentări sau verificări					20
Pregătire pentru examinarea finală					6
Alte activități: consultații					5
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite	7				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)



4.1 de curriculum	
4.2 de rezultate ale învățării	Capacitatea de a selecta și combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior pentru a înțelege și aplica noțiunile specifice managementului calității și siguranței alimentare.

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

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu capacitate și dotare conform standarde ARACIS (CP/laptop, conexiune internet etc.)
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului*	Sală de seminar cu capacitate și dotare conform standarde ARACIS (CP/laptop, conexiune internet etc.)

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	• Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific domeniului managementului calității și siguranței alimentare.
6.2 Obiectivele specifice	• Însușirea deprinderilor și competențelor de utilizare a cunoștințelor pentru participare la activitățile de analiză a sistemelor de calitate implementate la nivelul unei firme, în special sistemele bazate pe ISO 22000 sau Planul HACCP.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	• Absolventul explică metodologii de cercetare calitativă. • Absolventul deține cunoștințe privind criteriile și tehnicile utilizate în evaluarea mărfurilor. • Absolventul explică principalele modele de calitate aplicate în afaceri. • Absolventul deține cunoștințe privind funcționarea și implementarea sistemelor de siguranță alimentară. • Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific domeniului managementului calității și siguranței alimentare. • Participare la activitățile de analiză a sistemelor de calitate implementate la nivelul unei firme.
------------	---



Aptitudini	• Absolventul identifică și definește standarde organizaționale. • Absolventul identifică neconformități în procese și activități. • Absolventul stabilește obiective de calitate adecvate cerințelor organizației. • Însușirea deprinderilor și competențelor de utilizare a cunoștințelor pentru participare la activitățile de implementare și/sau aplicare a sistemelor de calitate/de management al calității la nivelul firmelor. • Dobândirea de competențe privind participarea la activități de grup privind asigurarea calității. • Dobândirea de competențe privind coordonarea activităților de implementare a sistemelor de asigurare a calității. • Absolventul identifică obiectivele de calitate adecvate contextului organizațional. • Absolventul alege acțiuni de îmbunătățire în funcție de analiza proceselor și rezultatelor obținute. • Absolventul conduce procesele de dezvoltare a afacerii prin aplicarea unor strategii sustenabile. • Absolventul rezolvă situații problematice prin aplicarea principiilor îmbunătățirii continue. • Absolventul conduce echipe operaționale și multidisciplinare în atingerea obiectivelor organizației • Asumarea responsabilității realizării unei anumite lucrări/analize, a unui anumit proiect. • Capacitatea de a lucra în echipă. • Participarea activă la dezbateri și discuții. • Capacitatea de a învăța, de a selecta informații, de a interpreta legile/reglementările în domeniu, de a pune în practică cele învățate.
------------	--



Responsabilitate și autonomie	• Absolventul demonstrează capacitatea de a superviza respectarea reglementărilor. • Absolventul dezvoltă responsabilitatea pentru siguranța produselor. • Absolventul demonstrează competențe în optimizarea fluxurilor comerciale. • Absolventul dezvoltă capacitatea de a răspunde pentru corectitudinea evaluărilor. • Absolventul demonstrează asumarea responsabilității în definirea și implementarea strategiei de calitate. • Absolventul dezvoltă practici care susțin învățarea organizațională și transferul de cunoștințe. • Absolventul dezvoltă modele de optimizare a structurii manageriale în funcție de obiectivele organizației.. • Absolventul demonstrează responsabilitate în asigurarea respectării standardelor și criteriilor de calitate. • Absolventul dezvoltă abilități de coordonare a proceselor de certificare. • Absolventul demonstrează capacitatea de a superviza respectarea reglementărilor.
-------------------------------	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Capitolul 1. Noțiuni generale privind mărfurile alimentare	Prelegere Dezbateri interactive, aplicații	2
Capitolul 2. Aspecte privind asigurarea calității produselor alimentare		2
Capitolul 3. Securitatea și siguranța alimentară – generalități		2
Capitolul 4. Sistemul HACCP	Cursurile 1-5 în format fizic, în perioada 29.10.2025- 02.11.2025	4
Capitolul 5. Standardele ISO 22000		4
Capitolul 6. Sistemul de Management al Siguranței Alimentare în relație cu sistemul HACCP		4
Capitolul 7. Asigurarea securității alimentare la nivel internațional	Cursurile 6-11 în online, în perioada 03.11.2025 – 14.12.2025	2
Capitolul 8. Legi, norme și reglementări în domeniul asigurării calității și siguranței alimentare		2



Bibliografie

- [1]. Condrea E. – Calitate, siguranță și securitate alimentară, note de curs, 2021
- [2]. Condrea, E., Stanciu, A. - Managementul calității, Colecția Lumina, Editura Libertatea Panciova - Novi Sad, Serbia, Tipărit la SC INFCON SA Constanța, 2008
- [3]. Costache, A. – suport de curs „Implementarea sistemului HACCP în unitățile de procesare a laptelui din România”, Sovata-Mureș, decembrie 2007
- [4]. Crăciunescu, V. – Suport de curs „Sistem de management al siguranței alimentelor. Conceptul HACCP. Standardul SR EN ISO 22000:2005”, Constanța, septembrie 2007
- [5]. Ghiță, E. – Asigurarea și certificarea calității, Ed.Fundației Universitare “Dunărea de Jos” Galați, 2004
- [6]. Ion R.A. – Securitatea și siguranță alimentară, Editura ASE București, 2017
- [7]. Ion, R.A. – Securitate alimentară și nutrițională, Editura ASE București, 2024
- [8]. Pascu, E. - Mărfuri alimentare și securitatea consumatorului de mărfuri alimentare, Editura Universitară, 2022
- [9]. ISO 22000:2018. Sistemele de management al siguranței alimentelor – Cerințe pentru orice organizație din lanțul alimentar
- [10]. Rulebook (CE) nr. 852/2004: Food product hygiene

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Aspecte ale teoriei calității 2. Legi, norme și reglementări în domeniu	Dezbateri interactive, aplicații	2
1. Noțiuni generale privind mărfurile alimentare	Seminarele 1-5 în format fizic, în perioada 29.10.2025-02.11.2025	2
1. Aspecte privind asigurarea calității produselor alimentare		2
1. Securitatea și siguranța alimentară – generalități		2
1. Sistemul HACCP		2
1. Standardele ISO 22000	Seminarele 6 -11 în online, în perioada 03.11.2025 – 14.12.2025	2

Bibliografie

- [1]. Condrea E. – Calitate, siguranță și securitate alimentară, note de curs, 2021
- [2]. Condrea, E., Stanciu, A. - Managementul calității, Colecția Lumina, Editura Libertatea Panciova - Novi Sad, Serbia, Tipărit la SC INFCON SA Constanța, 2008
- [3]. Costache, A. – suport de curs „Implementarea sistemului HACCP în unitățile de procesare a laptelui din România”, Sovata-Mureș, decembrie 2007
- [4]. Crăciunescu, V. – Suport de curs „Sistem de management al siguranței alimentelor. Conceptul HACCP. Standardul SR EN ISO 22000:2005”, Constanța, septembrie 2007



- [5]. Ghiță, E. – Asigurarea și certificarea calității, Ed.Fundației Universitare "Dunărea de Jos" Galați, 2004
- [6]. Ion R.A. – Securitatea și siguranță alimentară, Editura ASE București, 2017
- [7]. Ion, R.A. – Securitate alimentară și nutrițională, Editura ASE București, 2024
- [8]. Pascu, E. - Mărfuri alimentare și securitatea consumatorului de mărfuri alimentare, Editura Universitară, 2022
- [9]. ISO 22000:2018. Sistemele de management al siguranței alimentelor – Cerințe pentru orice organizație din lanțul alimentar
- [10]. Rulebook (CE) nr. 852/2004: Food product hygiene

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	- Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor - Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate - Participarea activă la orele de curs	Examen – Susținere Proiect de cercetare	70%
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	- Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate - Participarea activă la orele de seminar - Conștiinciozitatea	Observația sistematică, proiecte, studii	15%
	- Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă - Originalitatea - Creativitatea	Prezentarea unui referat / studiu de caz	15%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Minim nota 5 la susținerea proiectului.			

Data completării,
26.09.2025

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Condrea Elena

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Condrea Elena



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel./Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

UOC-PO-10 Anexa 2

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Nicodim Liliana

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI (AUDITUL ȘI CERTIFICAREA CALITĂȚII)

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	MASTER
1.6 Programul de studii	ASIGURAREA CALITĂȚII ÎN AFACERI
1.7 Anul universitar	2025 – 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	AUDITUL ȘI CERTIFICAREA CALITĂȚII						
2.2 Cod disciplină	MACA2302						
2.3 Titularul activităților de curs	Ec. dr. Lipara Daniel						
2.4 Titularul activităților aplicative	Ec. dr. Lipara Daniel						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DI

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

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					142
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					70
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Pregătire pentru prezentări sau verificări					3
Pregătire pentru examinarea finală					9
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	175				
3.9 Numărul de credite	7				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Managementul calității, Standardizarea și certificarea mărfurilor
4.2 de rezultate ale învățării	Nu este cazul



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

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2. de desfășurare a seminarului	Atitudine participativă

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea modului de derulare a proceselor de certificare și audit al calității
6.2 Obiectivele specifice	- Însușirea deprinderilor și competențelor de utilizare a cunoștințelor pentru participare la activitățile de auditare și certificare a calității - Însușirea deprinderilor și competențelor de utilizare a cunoștințelor pentru participare la activitățile de implementare și/sau aplicare a sistemului de management integrat la nivelul firmelor

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică rolul și diferențele dintre auditul intern și auditul extern în cadrul organizațiilor. - Absolventul definește conceptele cheie și metodele utilizate în analiza competitivității economice.
Aptitudini	- Absolventul identifică și definește standarde organizaționale. - Absolventul identifică neconformități în procese și activități. - Absolventul stabilește obiective de calitate adecvate cerințelor organizației. - Absolventul alege și include criterii economice relevante în luarea deciziilor. - Absolventul conduce procesul de coordonare a alinierii eforturilor în cadrul echipei.
Responsabilitate si autonomie	- Absolventul dezvoltă abilități de coordonare a proceselor de certificare. - Absolventul demonstrează capacitatea de a superviza respectarea reglementărilor. - Absolventul dezvoltă capacitatea de a răspunde pentru corectitudinea evaluărilor.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Auditul calității – concept, principalele tipuri	Fata in fata, prezenta in Campusul universitar/ Online	4
2. Metodologia programului de audit		2
3. Formarea și înregistrarea auditorilor calității		2
4. Certificarea calității – concept și tipologie		4
5. Etapele procesului de certificare		4
6. Metode de evaluare în vederea certificării		4



7. Aspecte legislative privind certificarea și acreditarea calității la nivel național și internațional		2
Bibliografie		
[1]. Condrea, E., Stanciu, A. – Managementul Calității, Colecția Lumina, Editura Libertatea Panciova – Novi Sad, Serbia, Tipărit la SC INFCON SA Constanța, 2008 [2]. Drăgulănescu, N., Drăgulănescu, M. – Managementul calității serviciilor, Ed. Agir, 2003 [3]. Ghiță, E. – Asigurarea și certificarea calității, Ed. Fundației Universitare "Dunărea de Jos" Galați, 2004 [4]. Juran, J.M. – Planificarea calității, Editura Teora, București, 2000 [5]. Olaru, M. – Managementul calității, Ed.Economică, 1999 [6]. Olaru, M., Isaic-Maniu, Al., Lefter, V., Pop, A.N., Popescu, S., Drăgulănescu, N., Roncea, L., Roncea, C. – Tehnici și instrumente utilizate în managementul calității, Ed. Economică, 2000 [7]. Stanciu, A.– Managementul calității serviciilor, Ovidius University Press, Constanța, 2003 [8]. SR EN ISO 9001:2008 – Sisteme de management al calității. Principii fundamentale și vocabular		
8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Etapele auditului – pregătire și desfășurare	Fata in fata, prezenta in Campusul universitar/ Online	2
2. Standarde privind calificarea auditorilor calității		2
3. Principiile certificării și acreditării în UE		1
4. Organismul de certificare – criterii de selecție		1
5. Metodologia certificării		2
6. Analiza diagnostic a calității		2
7. Aplicarea metodelor și tehnicilor specifice auditului și certificării calității		1
Bibliografie		
[1]. Condrea, E., Stanciu, A. – Managementul Calității, Colecția Lumina, Editura Libertatea Panciova – Novi Sad, Serbia, Tipărit la SC INFCON SA Constanța, 2008 [2]. Drăgulănescu, N., Drăgulănescu, M. – Managementul calității serviciilor, Ed. Agir, 2003 [3]. Ghiță, E. – Asigurarea și certificarea calității, Ed. Fundației Universitare "Dunărea de Jos" Galați, 2004 [4]. Juran, J.M. – Planificarea calității, Editura Teora, București, 2000 [5]. Olaru, M. – Managementul calității, Ed.Economică, 1999 [6]. Olaru, M., Isaic-Maniu, Al., Lefter, V., Pop, A.N., Popescu, S., Drăgulănescu, N., Roncea, L., Roncea, C. – Tehnici și instrumente utilizate în managementul calității, Ed. Economică, 2000 [7]. Stanciu, A.– Managementul calității serviciilor, Ovidius University Press, Constanța, 2003 [8]. SR EN ISO 9001:2008 – Sisteme de management al calității. Principii fundamentale și vocabular		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
----------------	--------------------------	------------------------	-----------------------------



UOC-PO-10 Anexa 2

9.4 Curs	• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate. • Capacitatea de analiza și interpretare a cunoștințelor. • Capacitatea de a opera cu raționamente deductive specifice disciplinei. • Frecvența la cursuri.	Examen scris	60%
9.5 Aplicații (seminar)	• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate. • Participarea activă la seminarii. • Creativitatea. • Conștiinciozitatea. • Interesul pentru studiu individual și în echipă. • Frecvența la seminarii.	Observare sistematică, studii, discuții libere, frecvența la seminarii, proiect	40%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
• Minim nota 5 la examenul scris • Minim 2 intervenții active în cadrul cursului/seminarului (răspuns la întrebări) • Frecvență la cursuri și seminarii (minim 30% dintre cursuri și seminarii)			

Data completării,
29.09.2025

Titular activități de curs,
Nume/Prenume /Semnătura
Ec.dr. Lipara Daniel

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura
Ec.dr. Lipara Daniel

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Nicodim Liliana

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI ECONOMIA DEZVOLTĂRII

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	ADMINSTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	Asigurarea calității în afaceri
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Economia dezvoltării						
2.2 Cod disciplină	MACA2303						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cosma Sorinel						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. Cosma Sorinel						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	2.7 Tipul de evaluare	EX	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

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					
<i>Distribuția fondului de timp</i>					117
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					39
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					26
Pregătire pentru prezentări sau verificări					20
Pregătire pentru examinarea finală					
Alte activități: consultații					2
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 rezultate ale învățării	NU ESTE CAZUL



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

5.1. de desfășurare a cursului	NU ESTE CAZUL
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	NU ESTE CAZUL

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceptului de dezvoltare economică și a rolului acesteia în progresul economic
6.2 Obiectivele specifice	Cunoașterea sistemului de indicatori de măsurare a dezvoltării și a creșterii economice Înțelegerea mecanismelor creșterii economice Analiza și elaborarea modelelor de creștere economică Înțelegerea politicilor de dezvoltare economică Cunoașterea corelației dintre resursele umane și creșterea economică

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică metodele și instrumentele utilizate în evaluarea performanței financiare a unei entități. - Absolventul definește principiile formării prețurilor și analizează mecanismele concurenței pe piață. - Absolventul deține cunoștințe privind indicatorii de dezvoltare economică și capacitatea acestora de a reflecta dinamica macroeconomică.
Aptitudini	- Absolventul analizează criteriile economice relevante în vederea fundamentării deciziilor. - Absolventul analizează obiectivele de afaceri pentru a sprijini deciziile strategice și operaționale. - Absolventul conduce activități de cercetare calitativă în domeniul economic pentru a susține inițiative de dezvoltare și inovare. - Absolventul identifică sursele de date economice relevante și le utilizează în procese de diagnostic financiar. - Absolventul rezolvă probleme economice aplicând concepte și modele specifice analizei financiare și pieței.
Responsabilitate și autonomie	- Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta strategii economice adaptate contextului macroeconomic și organizațional. - Absolventul dezvoltă analize de impact macroeconomic utilizând instrumente și metode specifice evaluării politicilor economice. - Absolventul demonstrează asumarea responsabilității în luarea deciziilor strategice cu efect asupra performanței economice.



8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Introducere în economia dezvoltării	Prelegere În format fizic, față în față și în format online pe platforma webex	1
2. Istoria dezvoltării economice		1
3. Teoriile economice ale dezvoltării		1
4. Dezvoltarea economică în context internațional		1
5. Modele și strategii ale dezvoltării economice		1
6. Ajustarea structurală		1
7. Statul și dezvoltarea economică		2
8. Dezvoltare economică și mondializare		2
9. Dezvoltarea durabilă		2
10. Relația creștere economică-dezvoltare economic		2
11. Populație și dezvoltare economică		2
12. Subdezvoltarea economică		2
13. Paradigma modernă a dezvoltării economice		2
14. Dezvoltarea economică în România		2
Bibliografie Cornel Ionescu, Paradigmele dezvoltării, Ed. Economică, București, 2006 Amartya Sen, Dezvoltarea ca libertate, Ed. Economică, București, 2004 Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus, Economie politică, Ed. Teora, București, 2000 Dwight H. Perkins, Steven Radelet et David L. Lindauer, Economie du developpement, De Boeck, 2008 Douglass North, Le processus du developpement economique, Editions d'Organisation, Paris, 2005 Elsa Assidon, Les theories economiques du developpement, La Decouverte, Paris, 2002 Joseph E. Stiglitz, Mecanisme globalizării, Ed. Polirom, București, 2008 Arcadie Ursul, Ion Rusandu, Arcadie Capcelea, Dezvoltare durabilă: abordări metodologice și de operaționalizare, Ed. ÎEP Știința, Chisinau, 2009 Vladimir Rojanschi, Florina Bran, Florian Grigore, Cuantificarea dezvoltării durabile, Ed. Economică, București, 2006 Ion Pohoăț, Filosofia economică și politica dezvoltării durabile, Ed. Economică, București, 2003 Virginia Câmpăanu, Energia și dezvoltarea durabilă a României, Academia Română, Institutul de Economie Mondială, 2007 National Sustainable Development Strategy of Romania, 2013-2020-2030, Bucharest 2008 Dumitru Porojan, Cristian Iftimoaie, Dezvoltare locală durabilă în contextul globalizării, Ed. IRECSON, 2008 Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus, Economie politică, Ed. Teora, București, 2000 George Teșeleanu, Economia dezvoltării, Ed. Universitas, Iași, 2005 Ailenei D., Iula D Iula N., Gârboveanu A., Economia dezvoltării, Editura Viitorul Românesc, București, 1999 Cornel Ionescu, Paradigmele dezvoltării, Ed. Economică, București, 2006		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*	Metode de predare	Număr ore alocate
<i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>		
1. Sisteme economice	Discuții	4
2. Sărăcia și distribuția venitului	Sinteze tematice	4
3. Tranziția demografică	interactive	1
4. Dimensiuni actuale ale comerțului internațional	Dezbateri tematice	1
5. Planificarea dezvoltării	interactive	1
	Studii de caz	1



	În format fizic, față în față și în format online pe platforma webex	
Bibliografie Jean Beachler, Capitalismul, Institutul European, 2001 Fernand Braudel, Dinamica capitalismului, Ed. Corint, București, 2002 O lecție de istorie cu Fernand Braudel, Ed. Corint, București, 2002 Fernand Braudel, Jocurile schimbului, Ed. Meridiane, București, 1985 Fernand Braudel, Timpul lumii, Ed. Meridiane, București, 1989 Fernand Braudel, Structurile cotidianului, Ed. Meridiane, București, 1984 Fernand Braudel, Mediterana și lumea mediteraneeană în epoca lui Filip al II-lea, Ed. Meridiane, București, 1985 Jean Gimpel, Revoluția industrială în Evul Mediu, Ed. Meridiane, București, 1983 Immanuel Wallerstein, Sistemul mondial modern, Ed. Meridiane, București, 1983 Michael Albert, Capitalism contra capitalism, Ed. Humanitas, București, 1994 Raymond Aron, 18 lecții despre societatea industrială, Ed. All Educațional, București, 2003 Patrick Dunleavy, Brendan O'Leary, Teoriile statului. Politica democrației liberale, Ed. Epigraf, Chișinău, 2002 Celso Furtado, Formarea economică a Braziliei, Ed. Univers, București, 2000 Joseph Love, Făurirea Lumii a treia, Ed. Univers, București, 2002		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Capacitatea de operare cu conceptele fundamentale ale dezvoltării economice	Examen oral	50%
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Întocmirea și prezentarea unui referat/proiect	50%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Minim nota 5 la examen			

Data completării,
26.09.2025

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume /Semnătura

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura

_____ Conf. univ. dr. Cosma Sorinel

_____ Conf. univ.dr. Cosma Sorinel

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof. univ.dr. Nicodim Liliana

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof. univ. dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI
TEHNICI COMERCIALE

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Ovidius" Constanta
1.2 Facultatea	Facultatea de Stiinte Economice
1.3 Departamentul	Economie Generala
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea Calitatii in Afaceri
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Tehnici comerciale						
2.2 Cod disciplină	MACA 2304						
2.3. Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Lazar Cristina						
2.4.Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr. Lazar Cristina						
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	3	2.7. Tipul de evaluare	E	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					142
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					55
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de					50



UOC-PO-10 Anexa 2

specialitate și pe teren	
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri	35
Pregătire pentru prezentări sau verificări	
Pregătire pentru examinarea finală	2
Alte activități: consultații	
3.8 Total ore pe semestru	175
3.9 Numărul de credite	7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	•
4.2. de competențe	•

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (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	Pentru lucrările practice este obligatorie respectarea consultării îndrumatorului practic, fiecare student va desfășura o activitate individuală prin realizarea lucrărilor practice

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	
6.2 Obiectivele specifice	

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Absolventul definește conceptele și principiile specifice coordonării și gestiunii activităților care țin de tehnologiile comerciale
Aptitudini	Absolventul rezolvă probleme simple, bine definite, asociate coordonării și gestiunii activităților care țin de tehnologiile comerciale



UOC-PO-10 Anexa 2

Responsabilitate și autonomie	Absolventul dezvoltă abilități de coordonare a proceselor de certificare. - Absolventul demonstrează capacitatea de a superviza respectarea reglementărilor. Absolventul demonstrează capacitatea de a propune modalitățile tehnicilor de comercializare și a comportamentului operatorilor economici în contextul creat de legislația și regulamentele aferente în vigoare.
--------------------------------------	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Cap. 1 - TEHNOLOGIA COMERCIALA – CONCEPT, ROL, COMPONENTE Obiectivele Unității de învățare Nr. 1 1.1 Accepte conceptuale 1.2. Componente secvențiale	Prelegere Față în față prezență în Campusul universitar	2 ore
Cap.2 – PUNCTUL DE VANZARE Obiectivele Unității de învățare Nr. 2 2.1. Localizarea punctului de vânzare 2.2. Mărimea și structura asortimentului de mărfuri	Prelegere Față în față prezență în Campusul universitar	2 ore
Cap. 3 - PRETURILE IN COMERT Obiectivele Unității de învățare Nr. 3 3.1.Nivelul preturilor practicate in comert 3.2.Preturile INCOTERMS	Față în față prezență în Campusul universitar	2 ore
Cap.4 - TEHNOLOGIA AMENAJARII MAGAZINULUI Obiectivele Unității de învățare Nr. 4 4.1.Categorii fundamentale de magazine 4.2. Planificarea spatiului comercial	Prelegere Față în față prezență în Campusul universitar	2 ore
Cap. 5 - POLITICI COMERCIALE SI DESIGNUL MAGAZINULUI Obiectivele Unității de învățare Nr. 5 5.1. Politici comerciale ale magazinelor 5.2. . Designul interior si exterior	Prelegere Față în față prezență în Campusul universitar	2 ore
Cap. 6 - ETALAREA MARFURILOR IN VITRINA MAGAZINULUI, Obiectivele Unității de învățare Nr. 6	Prelegere Față în față prezență în Campusul	2 ore



UOC-PO-10 Anexa 2

6.1. Continutul si rolul etalarii 6.2 Tehnologia etalarii marfurilor in virtina	universitar	
Cap. 7 - ETALAREAMARFURILOR IN INTERIORUL MAGAZINULUI Obiectivele Unității de învățare Nr. 7 7.1. Tehnologia etalarii marfurilor in interiorul magazinului 7.2 Principii ce guverneaza activitatea de vanzare	Prelegere ONLINE	2 ore
Cap. 8 - TEHNICI DE ETALARE IN CADRUL RAIONULUI Obiectivele Unității de învățare Nr. 8 8.1.Prezentarea marfurilor in cadrul raionului 8.2. Tipuri de prezentare amarfurilor in interiorul raionului	Prelegere ONLINE	2 ore
Cap.9 - ECHIPAMENTE COMERCIALE Obiectivele Unității de învățare Nr. 9 9.1. Clasificarea echipamentelor comerciale 9.2. Tipuri de mobilier comercial	Prelegere ONLINE	2 ore
Cap. 10 - SERVICII COMERCIALE Obiectivele Unității de învățare Nr. 10 10.1. Servicii suplimentare oferite în comerțul modern 10.2. Servicii cu caracter social prestate în favoarea cumpărătorilor	Prelegere ONLINE	2 ore
Cap. 11 - TEHNOLOGIA COMERCIALĂ A UNITĂȚILOR DE ALIMENTAȚIE PUBLICĂ Obiectivele Unității de învățare Nr. 12 11.1. Tipologia unităților de alimentație public 11.2. Organizarea interioară a unităților de alimentație publică	Prelegere ONLINE	2 ore
Bibliografie Grozea C – Elemente de tehnologie comerciale, Ed. Muntenia, Constanta, 2006 Moisă C., Maican S., Bazele comerțului, Seria Didactica a Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015; Hainalka, K., Comerț electronic. Suport de curs electronic, 2014;		



UOC-PO-10 Anexa 2

Patriche D – Comerț și dezvoltare, Ed. Europa Nova, București, 2000 Ristea A – Tehnologie comercială, Ed. Expert, București, 2000 Kotler P. – Management marketing, Ed. Teora, București, 2000 Saseanu S – Economia comerțului intern și internațional, Ed. Uranus, 2009 Chirica L. – Comerț și economie comercială, ed. Economica, 2009		
8.2. Seminar /laborator	Metode de predare	Observații
Calculul ariei de atracție a punctului de vânzare	Aplicații	2 ore
Implantarea raioanelor în cadrul salii de vânzare	Aplicații	2 ore
Tehnologia etalării marfurilor în interiorul magazinului	Studiu de caz	3 ore
Categorii fundamentale de magazine	ONLINE	1 ore
Principii ce guvernează activitatea de vânzare	ONLINE	2 ore
Organizarea interioară a unităților de alimentație publică	ONLINE	1 ora
Bibliografie - Idem Bibliografie curs		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	- - Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor; - Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate	Examen scris	75%
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Prezentarea unui referat (aplicarea unei metode analitice avansate – studiu de caz)	25%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Alteia Universității, n.r., Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel./Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

UOC-PO-10 Anexa 2

Minim nota 5 la examenul scris

Data completării,
25.09.2025

Titular activităților de curs,
Prof.univ.dr. Lazar Cristina Mihaela

Titular aplicații,
Prof.univ. dr.Lazar Cristina Mihaela

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Decan,

Nume/Prenume /Semnătura

Prof. univ. dr. Spătariu Elena Cerasela



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 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	ASIGURAREA CALITĂȚII ÎN AFACERI
1.7 Anul universitar	2025-2026

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	4	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	1	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 cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					
Pregătire pentru prezentări sau verificări					20
Pregătire pentru examinarea finală					14
Alte activități: consultații					
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 rezultate ale învățării	Nu este cazul

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

5.1. de desfășurare a cursului	Ascultare activă; sala dotată cu laptop și videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	Sala dotată cu laptop și videoproiector, amenajări spațiale și mobilier adecvat negocierilor

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	● Cunoașterea și înțelegerea de către masteranzi a importanței și rolului negocierii ca o modalitate de echivalare a intereselor în lumea contemporană ● Formarea de deprinderi, abilități și componente de comunicare și negociere eficientă ● Cunoașterea conceptului de parteneriat în afaceri și a riscului pe care îl reprezintă într-o strategie de afaceri
6.2 Obiectivele specifice	● Dezvoltarea de abilități de comunicare și negociere, prin aplicații practice la temele de seminar ● Înțelegerea deosebirii dintre persuasiune (specifică actului de comunicare) și manipulare (cu diferitele ei forme) în cadrul negocierii și a noțiunii de inteligență partenerială.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	● Absolventul definește strategiile de comunicare în afaceri; ● Absolventul deține competențe în tehnici de negociere.
Aptitudini	● Absolventul conduce coordonarea comunicării organizaționale; ● Absolventul încurajează și conduce colaborarea în cadrul echipei.
Responsabilitate și autonomie	● Absolventul dezvoltă abilități de creare a parteneriatelor durabile; ● Absolventul dezvoltă responsabilitatea pentru impactul comunicării.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Afacerea ca și noțiune		1 h
2. Administrarea afacerilor		1 h
3. Comunicarea modernă		1 h



4. Comunicarea organizațională	Prelegere online/fizic	1 h
5. Comunicarea de afaceri		2 h
6. Tehnici de comunicare scrisă		2 h
7. Tehnici de comunicare orală		2 h
8. Cuplul comunicare - negociere		2 h
9. Negocierea în afaceri		2 h
10. Negocierea comercială		2 h
11. Etica negocierilor în afaceri		2 h
12. Redescoperirea parteneriatului		3 h
13. Parteneriatul total		3 h

Bibliografie

- [1]. Constantinescu D., Gîrboveanu S. – *Comunicare organizațională*, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2021
- [2]. Popescu, M. – *Comunicarea și negocierea în afaceri*, Edit. Pro Universitaria, Buc., 2016.
- [3]. Vasile, D. – *Comunicare si negociere in afaceri*, Editura ASE, Bucuresti, 2011.
- [4]. Marinescu, V. – *Introducere in teoria comunicarii – modele si aplicatii*, Editura C.H. Beck, Bucuresti, 2011

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* *Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Comunicarea în afaceri	Aplicații, studii de caz online/fizic	1 h
2. Dezvoltarea personală: - Analiza tranzacțională - Programarea neurolingvistică		2 h
3. Tactici de comunicare		2 h
4. Stil și strategie 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

- [1]. Constantinescu D., Gîrboveanu S. – *Comunicare organizațională*, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2021
- [2]. Popescu, M. – *Comunicarea și negocierea în afaceri*, Edit. Pro Universitaria, Buc., 2016.
- [3]. Vasile, D. – *Comunicare si negociere in afaceri*, Editura ASE, Bucuresti, 2011.
- [4]. Marinescu, V. – *Introducere in teoria comunicarii – modele si aplicatii*, Editura C.H. Beck, Bucuresti, 2011

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor	Examen final scris	75%
	Gradul de asimilare a limbajului de specialitate		
9.5 Aplicații*	-	-	-



UOC-PO-10 Anexa 2

<i>*Se alege tipul de aplicație afacerent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Prezentarea unui studiu de caz/joc de rol/exerciții	25%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Nota 3 la examenul scris, 1 punct la aplicații și punctul din oficiu, deci nota 5.			

Data completării,
25.09.2025

Titular activităților de curs,
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Titular aplicații,
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Decan,
Prof. univ. dr. Spătaru Elena - Cerasela



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 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	2025 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			PROTECTIA CONSUMATORULUI				
2.2 Cod disciplină			ACA2406				
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	44	2.7 Tipul de evaluare	E	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. 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 cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					60
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					22
Pregătire pentru prezentări sau verificări					
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultații					
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 necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Cursul este interactive, studentii pot adresa intebari la continutul exputerii. Disciplina universitara impune respectarea conditiilor de desfasurare a cursurilor
--------------------------------	--

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	
6.2 Obiectivele specifice	

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Absolventul demonstrează constientizarea critica a conceptelor fundamentale privind consumatorul si protectia consumatorului. Absolventul definește conceptele și etapele unei strategii de îmbunătățire a serviciilor
Aptitudini	Absolventul identifică neconformități în procese și activități. Absolventul demonstrează aptitudini de specialitate pentru rezolvarea problemelor fundamentale privind drepturile consumatorilor si atributiile organelor statului cu atributii in protectia consumatorului.
Responsabilitate si autonomie	- Absolventul dezvoltă abilități de coordonare a proceselor de certificare. - Absolventul demonstrează capacitatea de a superviza respectarea reglementărilor.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Cap. I – INTRODUCERE IN PROTECTIA CONSUMATORULUI 1.1 Istoricul drepturilor consumatorilor 1.2 Contributii la dezvoltarea protectiei consumatorilor Analiza literaturii de specialitate	Prelegere online	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	Prelegere online	2



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	Prelegere online	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	PRELEGERE Față în față prezență în Campusul universitar	2
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	PRELEGERE Față în față prezență în Campusul universitar	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	PRELEGERE Față în față prezență în Campusul universitar	6
Bibliografie 1. Gh. Piperea, Protecția consumatorilor în contractele comerciale, ed. C.H. Beck, București, 2018 2. Zamfir, L, "Protecția consumatorilor pe înțelesul tuturor", Ed. Dacia AS, 2002; 3. Zamfir, L, "Sistemul legislativ și instituțional de protecție a consumatorilor din România", București; Institutul de cercetări și proiectări tehnologice, 2001; 4. * * *, A.N.P.C. „Ghidul consumatorilor”, București, 2001		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicatie aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
Drepturile consumatorilor	On line	2
Programele si obiectivele protectiei consumatorilor	On line	2
Organizatiile neguvernamentale	Față în față prezență în Campusul universitar	2
Informarea consumatorilor	Față în față prezență în Campusul universitar	2
Pachetele de actiuni protectioniste	Față în față prezență în Campusul universitar	1



Principii promovate de ONU	Față în față prezență în Campusul universitar	1
Studii de caz pe categorii de marfuri si servicii	Față în față prezență în Campusul universitar	2
Bibliografie 1.Gh.Piperea, Protecția consumatorilor în contractele comerciale, ed. C.H. Beck, București, 2018 2. Zamfir, L, "Protecția consumatorilor pe înțelesul tuturor", Ed. Dacia AS, 2002; 3. Zamfir, L, "Sistemul legislativ și instituțional de protecție a consumatorilor din România", București; Institutul de cercetări și proiectări tehnologice, 2001; 4. * * *, A.N.P.C. „Ghidul consumatorilor”, București, 2001		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Completitudinea si corectitudinea cunostintelor acumulate; Capacitatea de analiza si interpretare a cunostintelor; Capacitatea de a opera cu cunostintele asimilate;	EXAMEN TIP GRILA	50%
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Prezentarea unui referat	50%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
NOTA 5 LA EXAMEN			

Data completării,
24.09.2025

Titular activității de curs,
Prof. univ. dr.Lazar Cristina Mihaela

Titular aplicații,
Prof. univ. dr.Lazar Cristina Mihaela

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof. univ. dr.Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI (CONCURENȚĂ ȘI COMPETITIVITATE)

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	MASTER
1.6 Programul de studii	ASIGURAREA CALITĂȚII ÎN AFACERI
1.7 Anul universitar	2025 – 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	CONCURENȚĂ ȘI COMPETITIVITATE						
2.2 Cod disciplină	MACA2407						
2.3 Titularul activităților de curs	Ec. dr. Lipara Daniel						
2.4 Titularul activităților aplicative	Ec. dr. Lipara Daniel						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	4	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DI

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

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 cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					48
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					34
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Pregătire pentru prezentări sau verificări					
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultații					
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 rezultate ale învățării	Nu este cazul



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

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2. de desfășurare a seminarului	Nu este cazul

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	• 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
6.2 Obiectivele specifice	• Aprofundarea cunoștințelor privitoare la legăturile de cauzalitate între nivelul de concurență de pe piață, politica în domeniul concurenței și rezultatele macroeconomice.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul definește conceptele-cheie și metodele utilizate în analiza competitivității economice. - Absolventul aplică instrumente specifice pentru măsurarea competitivității și eficienței economice.
Aptitudini	- Absolventul analizează sistemele comerciale pentru optimizarea performanței. - Absolventul alege și include criterii economice relevante în luarea deciziilor. - Absolventul analizează obiectivele de afaceri pentru luarea deciziilor strategice.
Responsabilitate si autonomie	- Absolventul contribuie la dezvoltarea poziționării strategice. - Absolventul dezvoltă abilități de creare a parteneriatelor durabile.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Capitolul I - Concurența – baze conceptuale și metodologice	Online/ față în față, prezență în Campusul universitar	4
Capitolul II – Mediul concurențial; vectorii mediului concurențial		3
Capitolul III – Practici anticoncurențiale; detectarea practicilor anticoncurențiale		4
Capitolul IV- Politica UE în domeniul ajutoarelor de stat		3
Capitolul V - Avantajul competitiv – element de specializare în context internațional		4
Capitolul VI - Piața relevantă și structurile ei		3



Capitolul VII - Politica comunitară în domeniul concurenței		3
Bibliografie [1]. MIRON, D., (coord.), Economia Uniunii Europene, Editura Luceafărul, București 2002 [2]. MOȘTEANU T., Concurența; abordări teoretice și practice, Editura Economică, București 2000 [3]. OPRESCU, G., Politica de protecție a concurenței, Editura IRLI, București 2003 [4]. PELKMANS, J., Integrare Europeană. Metode și analiză economică, Institutul European din România, București 2003 [5]. POPESCU, D., Competitivitatea întreprinderilor mici și mijlocii, Ed. Economică, București, 2001 [6]. PORTER, M.E., Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, The Free Press, New York, 1980		
8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Mecanisme specifice competiției și competitivității	Studii de caz, dezbateri online/ față în față, prezență în Campusul universitar	2
2. Principii și obiective ale politicii concurenței în UE. Cadrul legal al politicii concurenței.		2
3. Teoria economică privind practicile anticoncurențiale. Reglementările legale privind practicile anticoncurențiale		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.		2
5. Avantajul competitiv – definire. Factorii de competitivitate		2
6. Principalii indicatori de măsurare a competitivității		2
Bibliografie [1]. MIRON, D., (coord.), Economia Uniunii Europene, Editura Luceafărul, București 2002 [2]. MOȘTEANU T., Concurența; abordări teoretice și practice, Editura Economică, București 2000 [3]. OPRESCU, G., Politica de protecție a concurenței, Editura IRLI, București 2003 [4]. PELKMANS, J., Integrare Europeană. Metode și analiză economică, Institutul European din România, București 2003 [5]. POPESCU, D., Competitivitatea întreprinderilor mici și mijlocii, Ed. Economică, București, 2001 [6]. PORTER, M.E., Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, The Free Press, New York, 1980		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
----------------	--------------------------	------------------------	-----------------------------



UOC-PO-10 Anexa 2

9.4 Curs	• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate. • Capacitatea de analiza și interpretare a cunoștințelor. • Capacitatea de a opera cu raționamente deductive specifice disciplinei. • Frecvența la cursuri.	Examen	70%
9.5 Aplicații (seminar)	• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate. • Participarea activă la seminarii. • Creativitatea. • Conștiinciozitatea. • Interesul pentru studiu individual si in echipa. • Frecvența la seminarii.	Observare sistematica, studii de caz, discutii libere, intocmire proiect in baza continutului cursului, frecventa la seminarii	30%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
• Minim nota 5 la examen • Minim 2 interventii active in cadrul cursului/seminarului (raspuns la intrebari, studii de caz) • Frecventa la cursuri si seminarii (minim 30% dintre cursuri si seminarii)			

Data completării,

29.09.2025

Titular activități de curs,
Nume/Prenume /Semnătura

Ec.dr. Lipara Daniel

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura

Ec.dr. Lipara Daniel

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI Cercetare științifică

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	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Cercetare științifică					
2.2 Cod disciplină	MACA2408					
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Condrea Elena					
2.4 Titularul activităților aplicative	Ec.dr. Lipară Daniel					
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	4	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**
						DI

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru	24	din care: 3.5 curs	12	3.6 aplicații	12
3.7 Total ore de studiu individual					76
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					22
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Pregătire pentru prezentări sau verificări					12
Pregătire pentru examinarea finală					4
Alte activități: consultații					4
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
-------------------	--



4.2 de rezultate ale învățării	Capacitatea de a selecta și combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior pentru a înțelege și aplica noțiunile specifice cercetării științifice.
--------------------------------	---

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

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu capacitate și dotare conform standarde ARACIS (CP/laptop, conexiune internet etc.)
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului*	Sală de seminar cu capacitate și dotare conform standarde ARACIS (CP/laptop, conexiune internet etc.)

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	• Dobândirea deprinderilor de investigare a fenomenelor economice
6.2 Obiectivele specifice	• Formarea de abilități și deprinderi de utilizare a metodelor și tehnicilor de cercetare • Dezvoltarea competențelor de elaborare a unui proiect de cercetare

7. Rezultatele învățării



Cunoștințe	• Absolventul explică conceptele fundamentale de strategie și planificare în managementul proiectelor. • Absolventul definește instrumentele utilizate pentru evaluarea și dezvoltarea proiectelor. • Absolventul explică structura și rolurile echipelor de proiect. • Absolventul deține competențe în managementul resurselor necesare implementării proiectelor. • Absolventul explică etapele procesului de monitorizare și control al proiectelor. • Absolventul deține cunoștințe despre comunicarea eficientă în echipele de proiect și stakeholderi. • Absolventul deține instrumentele necesare pentru interpretarea datelor economice relevante în managementul proiectelor. • Absolventul definește importanța cercetării în inițierea și dezvoltarea proiectelor. • Absolventul deține competențe în identificarea tipologiilor de nevoi organizaționale și adaptarea soluțiilor la acestea. • Absolventul explică structura și cerințele specifice unei lucrări academice. • Absolventul definește rigorile metodologice necesare elaborării unei cercetări științifice. • Absolventul deține competențe solide de utilizare a limbajului științific, adecvat domeniului studiat. • Absolventul explică etapele procesului de cercetare științifică, de la formularea ipotezelor până la redactarea concluziilor. • Absolventul definește principalele stiluri de citare academică și normele etice privind evitarea plagiatului. • Absolventul deține cunoștințe privind utilizarea surselor bibliografice relevante și evaluarea calității informațiilor științifice. • Absolventul explică principiile fundamentale ale marketingului strategic și operațional în contextul proiectelor de afaceri. • Absolventul definește etapele procesului de elaborare a strategiilor de marketing adaptate la obiectivele proiectelor. • Absolventul deține cunoștințe privind instrumentele și metodele de implementare a campaniilor de marketing pentru proiecte de afaceri.
------------	--



Aptitudini	• Absolventul identifică structura adecvată pentru redactarea documentelor științifice, în funcție de cerințele academice. • Absolventul alege metode de cercetare riguroase și potrivite obiectivelor propuse. • Absolventul rezolvă provocările legate de organizarea și interpretarea datelor în procesul de redactare. • Absolventul analizează sursele academice relevante și evaluează credibilitatea acestora. • Absolventul conduce procesul de redactare a lucrării academice, respectând normele etice și științifice. • Absolventul corelează obiectivele cercetării cu metodologia aplicată pentru a susține validitatea rezultatelor. • Absolventul optimizează conținutul documentului științific în funcție de feedback și standarde academice. • Absolventul identifică oportunități de piață și segmente relevante pentru proiectele de afaceri. • Absolventul alege strategii de marketing adecvate pentru atingerea obiectivelor proiectului. • Asumarea responsabilității realizării unei anumite lucrări/analize, a unui anumit proiect. • Capacitatea de a lucra în echipă. • Participarea activă la dezbateri și discuții. • Capacitatea de a învăța, de a selecta informații, de a interpreta legile/reglementările în domeniu, de a pune în practică cele învățate.
Responsabilitate și autonomie	• Absolventul demonstrează autonomie și responsabilitate în realizarea lucrărilor academice. • Absolventul dezvoltă practici academice riguroase în conformitate cu standardele de etică. • Absolventul demonstrează angajament față de respectarea normelor de integritate academică. • Absolventul dezvoltă contribuții relevante la cunoașterea științifică în domeniul proiectelor. • Absolventul susține inițiative de cercetare aplicată în cadrul echipelor interdisciplinare. • Absolventul valorifică sursele științifice într-un mod responsabil și argumentativ. • Absolventul promovează excelența academică și diseminarea rezultatelor cercetării. • Absolventul demonstrează capacitatea de a dezvolta și implementa planuri strategice de marketing. • Absolventul dezvoltă campanii operaționale eficiente pentru promovarea proiectelor de afaceri.

8. Conținuturi



8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Capitolul 1. Cunoașterea științifică economică	Prelegere	2
Capitolul 2. Sistemul științelor economice	Dezbateri interactive, aplicații	2
Capitolul 3. Etapele procesului de cercetare științifică economică	În modul mixt, fizic 50% și online 50% din totalul activităților de predare.	2
Capitolul 4. Metode de cercetare economică		2
Capitolul 5. Analiza fenomenelor economice	Cursurile 1-6 în online, 23.02.2026-05.04.2026.	2
Capitolul 6. Redactarea și prezentarea unei lucrări de cercetare științifică	Cursurile 7-12 în format fizic 06.04.2026 – 24.05.2025	2
Bibliografie [1]. Constantinescu, N.N., Probleme ale metodologiei de cercetare în știința economică, București, Ed. Economică, 1998 [2]. Florescu, S.M., Managementul cercetării științifice, București, Editura ASE, 2006 [3]. Georgescu-Roegen, N., Metoda statistică, Editura Expert, București, 1998 [4]. Georgescu-Roegen, N., Economie analitică, Ed. Expert, București, 2000 (2 vol) [5]. Iftimiei, A., Ghid practic pentru elaborarea și susținerea lucrării de licență, a lucrării de dizertație sau a tezei de doctorat, Editura Univers Juridic, București, 2016 [6]. Lumperdean, I., Mătiș, D., Mustață, R., Ghid privind elaborarea și prezentarea lucrărilor de licență și disertație, www.econ.ubbcluj.ro/informatii...FSEGA.pdf [7]. Pohoată, Ion, Epistemologie și metodologie în știința economică, Ed. Economică, București, 2011 [8]. Popescu, C., Ciucur, D., Răboacă, G., Iovan, D., Metodologia cercetării științifice economice, București, Editura ASE, 2006 [9]. Ranjit, Kumar. Research Methodology, a step-by-step guide for beginners, SAGE Publications Ltd Los Angeles, 2011 [10]. Zait, D., Spalanžani, A., Cercetarea în economie și management. Repere epistemologice și metodologice, București, Ed. Economică, 2006		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate



1. Știința economică în perioada contemporană	Dezbateri interactive, aplicații în modul mixt, fizic	2
1. Epistemologia științei economice 2. Alegerea temei de cercetare științifică	50% și online	2
1. Documentarea (surse, metode și tehnici) și bazele de date 2. Metode și tehnici de prelucrare a datelor economice	50% din totalul activităților de seminar	2
1. Modelarea și simularea în cercetarea științifică economică 2. Analiza, evaluarea și prezentarea rezultatelor cercetării științifice economice	Seminarele 1-3 în format online,	2
1. Referatul științific 2. Studiul de caz - element central al lucrării de dizertație	23.02.2026-05.04.2026	2
1. Matematica și modelul economic 2. Redactarea și susținerea publică a lucrării de cercetare științifică	Seminarele 4 -6 în format fizic, 06.04.2026 – 24.05.2025	2
Bibliografie [1]. Iftimiei, A., Ghid practic pentru elaborarea și susținerea lucrării de licență, a lucrării de dizertație sau a tezei de doctorat, Editura Univers Juridic, București, 2016 [2]. Lumperdean, I., Mătiș, D., Mustață, R., Ghid privind elaborarea și prezentarea lucrărilor de licență și disertație, www.econ.ubbcluj.ro/informatii...FSEGA.pdf [3]. Ranjit, Kumar, Research Methodology, a step-by-step guide for beginners, SAGE Publications Ltd Los Angeles, 2011		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	- Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor - Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate - Participarea activă la orele de curs	Examen – Susținere Proiect de cercetare	70%



UOC-PO-10 Anexa 2

9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	- Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate - Participarea activă la orele de seminar - Conștiinciozitatea	Observația sistematică, proiecte, studii	15%
	- Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă - Originalitatea - Creativitatea	Prezentarea unui referat / studiu de caz	15%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Minim nota 5 la susținerea proiectului.			

Data completării,
25.09.2025

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume /Semnătura

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura

Prof.univ.dr. Condrea Elena

Ec.dr. Lipară Daniel

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Nicodim Liliana

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI Practică economică

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	Masterat
1.6 Programul de studii	Asigurarea calității în afaceri
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Practică economică						
2.2 Cod disciplină	MACA 2309						
2.3 Titularul activităților de curs							
2.4 Titularul activităților aplicative							
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	3	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**	DI

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână		din care: 3.2 curs		3.3 aplicații***	30
3.4 Total ore activități directe pe semestru	90	din care: 3.5 curs		3.6 aplicații	90
3.7 Total ore de studiu individual					
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					
Pregătire pentru prezentări sau verificări					
Pregătire pentru examinarea finală					
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite	3				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de rezultate ale învățării	Nu este cazul



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

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	Nu este cazul

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Activitatea de practică este o componentă importantă a procesului de învățământ al facultății și are drept obiectiv completarea cunoștințelor teoretice (acumulate în perioada anterioară) cu informații și probleme concrete din realitatea economică a firmelor.
6.2 Obiectivele specifice	➤ Prin efectuarea activității de practică studenții vor avea posibilitatea: ▪ să cunoască activitățile și procesele de muncă din cadrul firmei în care își desfășoară practica; ▪ să-și însușească metodologiile specifice de analiză și fundamentare a deciziilor economice în cadrul diferitelor sectoare de producție sau administrative; ▪ să conștientizeze modul în care se pot aplica în activitățile firmei procedeele și cunoștințele teoretice asimilate în cadrul procesului de învățământ.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	• Absolventul explică structura și funcționalitatea sistemelor de management al calității. • Absolventul explică principalele modele de calitate aplicate în afaceri. • Absolventul deține cunoștințe privind criteriile și tehnicile utilizate în evaluarea mărfurilor. • Absolventul deține competențe în tehnici de negociere. • Absolventul deține cunoștințe privind aplicarea practică a conceptelor învățate.
Aptitudini	• Absolventul identifică obiectivele de calitate adecvate contextului organizațional. • Absolventul conduce procesele de dezvoltare a afacerii prin aplicarea unor strategii sustenabile. • Absolventul stabilește obiective de calitate adecvate cerințelor organizației. • Absolventul conduce coordonarea comunicării organizaționale. • Absolventul identifică soluții de îmbunătățire a proceselor și activităților.



Responsabilitate și autonomie	• Absolventul dezvoltă soluții pentru optimizarea sistemelor de management al calității. • Absolventul demonstrează asumarea responsabilității în definirea și implementarea strategiei de calitate. • Absolventul dezvoltă capacitatea de a răspunde pentru corectitudinea evaluărilor. • Absolventul dezvoltă abilități de creare a parteneriatelor durabile. • Absolventul dezvoltă aplicarea principiilor de integritate în activități.
--------------------------------------	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Bibliografie [1]. [2]. ...		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Prezentarea de ansamblu a unității economice 1.1. Profilul de activitate, statutul juridic, dimensiunea și complexitatea activității (număr de salariați, capacitatea de producție/desfacere, unități proprii, activități desfășurate, venituri realizate) 1.2. Obiectivele de dezvoltare și modernizare a unității economice 1.3. Studiul sistemului actual de management 1.4. Fluxul tehnologic pentru produsele obținute sau comercializate, respectiv serviciile prestate (după caz) 1.5. Tendințele evolutive ale activității de ansamblu a unității economice	Studentul va fi prezent fizic în organizația în care va efectua practica	20
2. Cunoașterea și studiul principalelor activități și unități componente 2.1. Structura organizatorică de ansamblu a unității economice. Organigrama 2.2. Principalele organe și posturi de conducere 2.3. Principalele interdependențe dintre activități, compartimente și posturi 2.4. Rolul funcțional al fiecărui compartiment și post de conducere, obiectivele și limitele sale 2.5. Principalii indicatori de performanță ai unității economice (cifra de afaceri, număr de angajați, productivitatea muncii, rentabilitatea comercială, profit, câștigul salarial mediu) în ultimii 3 ani 2.6. Măsuri propuse pentru îmbunătățirea activității unității economice	Va analiza sub îndrumarea tutorilor toate activitățile desfășurate în compartimentele firmei.	20



3. Studiarea principalelor domenii și problemele de specialitate 3.1. Analiza activității de management în cadrul unității economice (previziunea și planificarea, coordonarea, controlul și adoptarea deciziilor, managementul resurselor umane, managementul calității, strategii specifice unității economice) 3.2. Analiza activității de marketing în cadrul unității economice (analiza mediului de marketing și a mixului de marketing - politica de produs, politica de preț, politica de distribuție și politica promoțională) 3.3. Tehnici de comunicare, negociere și parteneriate strategice dezvoltate în cadrul unității economice 3.4. Aprecierea modului de exercitare a activității privind asigurarea calității în cadrul unității economice: organizare, politica de asigurare a calității, obiective		20
3.5. Prezentarea reglementărilor și uzanțelor pe baza cărora se desfășoară activitatea privind asigurarea calității în cadrul unității economice 3.6. Prezentarea Manualului Calității / Ghidul HACCP, Politica de asigurare a calității, documentele și obiectivele calității; cunoașterea procedurilor de calitate specifice – la unitățile economice în care se aplică, după caz: ✓ Sistem de management al calității (SMC) conform ISO 9000; ✓ Sistem de management al siguranței alimentare conform ISO 22000; ✓ Sistem de management de mediu conform ISO 14000; ✓ Sistem de management al sănătății și securității ocupaționale conform ISO 18000/OHSAS; ✓ Sistem de management integrat calitate-securitate alimentară; calitate-mediu; calitate-securitate ocupațională; calitate-securitate alimentară-mediu; calitate-securitate alimentară-securitate ocupațională; calitate-mediu-securitate ocupațională etc.		10
3.7. Prezentarea modului în care asigurarea calității influențează activitățile din celelalte departamente/structuri ale unității economice 3.8. Prezentarea avantajelor/beneficiilor aduse unității economice de implementarea sistemelor de calitate în vederea asigurării competitivității acesteia		10
3.9. Strategiile utilizate în dezvoltarea activității unității economice 3.10. Analiza altor operațiuni și activități specifice unității economice în care se desfășoară practica de specialitate		10
Bibliografie [1]. [2]. ...		



Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs			
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă Realizarea sarcinilor primite de tutorii de practică	Elaborarea caietului de practică conform structurii, conținutului și normelor de tehnoredactare impuse de facultate	100%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Minim nota 5 la colocviul oral Aprecierea finală asupra activității depuse de studenți în perioada de practică se face prin susținerea colocviului de practică. Promovarea colocviului de practică este condiționată de prezentarea unui caiet de practică în care să se trateze problemele incluse în tematica de practică.			

Data completării,

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume /Semnătura

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura

21.09.2025

Data avizării în Departament,

Director de Departament,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Nicodim Liliana

29.09.2025

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



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	Facultatea de 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	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Stagiu de elaborare a lucrării de disertație						
2.2 Cod disciplină	MTCFGA 2410						
2.3 Titularul activităților de curs							
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, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână		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					
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					
Pregătire pentru prezentări sau verificări					
Pregătire pentru examinarea finală					
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	50				
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.
-------------------	---



	Studentul este înmatriculat în anul II de studiu și are aprobată cererea de elaborare a lucrării de disertație.
4.2 de rezultate ale învățării	Abilități de analiză și sinteză a cunoștințelor din domeniul studiilor de masterat

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

5.1. de desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	Conform planului de învățământ disciplina presupune seminarii, si laboratoare care se desfășoară sub forma întâlnirilor între student și îndrumătorul lucrării de disertație.

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Stagiu de elaborare a lucrării de disertație are ca obiectiv sintetizarea informațiilor acumulate în timpul studiilor și capacitatea de aplicare a acestora în practică sub forma unei lucrări de disertație
6.2 Obiectivele specifice	- familiarizarea studenților cu cerințele de fond în vederea realizării lucrării de disertație; - formarea și dezvoltarea aptitudinilor studenților de a elabora proiecte și lucrări sumative cu caracter teoretic și aplicativ; - oferirea de consultații studenților pe parcursul realizării lucrării de disertație; - îndrumarea studenților spre a realiza lucrări originale, aplicative, inovative, interdisciplinare si să evite plagiatul; - aplicarea corectă a metodelor specifice de analiză în domeniul în care se elaborează lucrarea de disertație; - fundamentarea de concluzii și propuneri la finalul lucrării specifice temei abordate; - identificarea de soluții novative de rezolvare a temei propuse.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică structura și funcționalitatea sistemelor de management al calității. - Absolventul explică principalele modele de calitate aplicate în afaceri. - Absolventul deține cunoștințe privind aplicarea practică a conceptelor învățate.
------------	--



Aptitudini	• Absolventul identifică obiectivele de calitate adecvate contextului organizațional. • Absolventul stabilește obiective de calitate adecvate cerințelor organizației. • Absolventul identifică soluții de îmbunătățire a proceselor și activităților.
Responsabilitate și autonomie	• Absolventul dezvoltă soluții pentru optimizarea sistemelor de management al calității. • Absolventul demonstrează abilități în redactarea studiilor aplicative. • Absolventul dezvoltă aplicarea principiilor de integritate în activități.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Bibliografie [1]. [2]. ...		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
1, Stabilirea universului tematic al lucrărilor științifice	Discutii ale îndrumătorului cu studentii, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice, seminarii aplicative în bibliotecă.	10
2. Studiul literaturii academice de specialitate recomandate de către îndrumătorul științific, în funcție de tema de cercetare aleasă de student. Studiul literaturii academice de specialitate considerate relevante de către student, în funcție de tema de cercetare aleasă.	Discutii ale îndrumătorului cu studentii pe tema textelor și bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice, seminarii aplicative în bibliotecă.	10



3. Identificarea tipurilor de date necesare, de la nivelul organizației studiate sau conform tematicii asumate de către student.	Discutii ale îndrumătorului cu studentii privind sursele de date, utilizarea textelor și a bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice, seminarii aplicative în bibliotecă.	10
4. Derivarea principalelor analize și rezultate ale cercetării. Redactarea propriu-zisă a lucrărilor științifice	Discutii ale îndrumătorului cu studentii despre: - probleme punctuale întâmpinate de cei din urmă în derivarea rezultatelor; - normele de redactare astfel încât să se respecte exigentele europene și internaționale ale cercetării științifice; - maniera de a se pune în evidență caracterul original al unor analize și concluzii	20
5. Pregătirea prezentărilor pentru susținerea publică a lucrării de disertație.	Discutii ale îndrumătorului cu studentii despre: - conținutul prezentării; - organizarea timpului de prezentare. Simulări ale susținerii publice a lucrărilor științifice	10



Bibliografie

Pe lângă bibliografia recomandată de către îndrumătorul sau cea considerată relevantă de către student, în funcție de tema de cercetare aleasă, studentul trebuie să aibă în vedere și literatura ce reprezintă un ghid asupra modului de elaborare și prezentare a unei lucrări științifice:

1. Chelcea, Septimiu, Cum redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane, București, comunicare.ro, 2007.
2. Constantinescu, N.N., Probleme ale metodologiei de cercetare în știința economică, București, Ed. Economică, 1998 (sau ediții mai noi).
3. Florescu, Stela Margareta, Managementul cercetării științifice, București, Ed. ASE, 2006.
4. Lumperdean, Ioan, Mătiș, Dumitru, Mustață, Răzvan, Ghid privind elaborarea și prezentarea lucrărilor de licență și disertație, www.econ.ubbcluj.ro/informații...FSEGA.pdf.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs			
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Capacitatea de a identifica întrebări deschise pe tema aleasă. - Abilitatea de a identifica, colecta și organiza datele necesare pentru a putea răspunde întrebărilor științifice formulate. - Capacitatea de a aplica adecvat noțiunile, conceptele, tehnicile predate la principalele materii ale programului de studii pentru a rezolva problemele și întrebările identificate. - Capacitatea de a trage concluzii și de a lua decizii pe baza rezultatelor analizelor, în conformitate cu teoria. - Abilitatea de a redacta lucrarea	Studentii vor preda, la date fixate de către îndrumător, capitole și versiuni intermediare ale lucrărilor de disertație, după cum urmează: O recenzie / analiză a literaturii relevante pentru tema aleasă; Descrierea extinsă a datelor existente sau colectate necesare studiului; O prezentare scrisă a principalelor analize, rezultate și concluzii, accentuându-le pe cele cu caracter original; Un draft al întregii lucrări de disertație. Acestea vor fi evaluate de către îndrumător conform criteriilor menționate. În plus, cu ocazia	100%



	de licența conform exigențelor europene si internationale în cercetarea contemporană, demonstrând utilizarea adecvată a textelor si bibliografiei indicate și accentuând rezultatele și concluziile cu caracter original. - Abilitatea de a prezenta eficient rezultatele lucrării de disertație.	simulării susținerii publice, îndrumătorul poate evalua argumentația si prezentarea din cadrul seminarului.	
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Elaborarea unei fundamentări teoretice, pe baza literaturii pertinente, a temei cercetării de cel puțin 10 pagini.			
Dezvoltarea unui studiu de caz, pornind de la informațiile culese, de cel puțin 20 de pagini.			
Delimitarea unor concluzii si definirea unor propuneri coerente în raport cu cercetarea desfășurată.			

Data completării,

23.09.2025

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume /Semnătura

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura

Data avizării în Departament,

29.09.2025

Director de Departament,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Decan,
Nume/Prenume /Semnătura
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI

Comunicare în marketing

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	Masterat
1.6 Programul de studii	Asigurarea calității în afaceri
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			Comunicare în marketing					
2.2 COD DISCIPLINĂ			ACA 2411					
2.3 Titularul activităților de curs			Prof univ. dr. Jugănaru Mariana					
2.4 Titularul activităților aplicative			Prof univ. dr. Jugănaru Mariana					
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	4	2.7 Tipul de evaluare	EX	2.8 Regimul disciplinei	DO	

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

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 cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					32
Pregătire pentru prezentări sau verificări					
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7				150
3.9 Numărul de credite					6

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe de macroeconomie, microeconomie, marketing, comportamentul consumatorului, cunoștințe de IT.
-------------------	---



4.2 de rezultate ale învățării	-Capacitatea de a selecta și combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior pentru a înțelege și aplica elementele de comunicare de marketing.
--------------------------------	---

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

5.1. de desfășurare a cursului	-Dotare cu CP/laptop, conexiune internet
5.2. de desfășurare a seminarului	-Dotare cu CP/laptop, conexiune internet

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	• 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.
6.2 Obiectivele specifice	• Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea corespunzătoare a conceptelor, metodelor, instrumentelor și tehnicilor specifice activității de comunicare în marketing. • Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor diferitelor tipuri de procese, situații și proiecte specifice comunicării de natură promoțională și continuă în marketing. • Aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice domeniului de comunicare și promovare în marketing . • Analiza și evaluarea tehnicilor de natură promoțională în vederea elaborării campaniei promoționale. • Proiectarea programelor de comunicare 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. • 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. • Respectarea și dezvoltarea valorilor și eticii profesionale.



	• Capacitatea de a selecta cunoștințe din alte discipline economice studiate și de a le combina cu cele din comunicarea de marketing.
--	---

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică metodologii de cercetare calitativă. - Absolventul definește structura unei lucrări științifice. - Absolventul deține cunoștințe despre tehnici de cercetare în marketing. - Absolventul explică metodele de analiză a datelor cantitative. - Absolventul definește strategiile de comunicare în afaceri.
Aptitudini	- Absolventul desfășoară și identifică metode adecvate pentru cercetarea calitativă. - Absolventul analizează obiectivele de afaceri pentru luarea deciziilor strategice. - Absolventul conduce coordonarea comunicării organizaționale. - Absolventul încurajează și conduce colaborarea în cadrul echipei.
Responsabilitate și autonomie	- Absolventul dezvoltă capacitatea de a fundamenta decizii pe baza cercetării. - Absolventul dezvoltă responsabilitatea pentru validitatea datelor utilizate. - Absolventul dezvoltă responsabilitatea pentru impactul comunicării.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1.Semnificația și conținutul activității de comunicare și promovare în cadrul organizației	Prelegere Dezbateri interactive demonstrații, simulare , aplicații (fizic/online) În online, 50% din activitățile de predare în perioada 23.02.2026- 09.04.2026	2
2.Rolul agenției de publicitate în cadrul activității de comunicare în marketing a organizației		2
3.Elaborarea strategiei de comunicare în marketing a organizației		4
4.Publicitate		2
5.Promovarea vânzărilor		2
6.Relațiile publice		2
7.Eventimentele 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. Cruțeru, 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, 2011Pearson 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)	Metode de predare	Număr ore alocate
1.Rolul și importanța activității de comunicare promoțională și continuă în marketing	Dezbateri interactive	2
2.Elaborarea programului promoțional	demonstrații,	2
3.Planificarea și derularea campaniei publicitare	simulare ,	2
4.Instrumente specifice activității de promovare a vânzărilor	aplicații(fizic/online)	1
5.Tehnici utilizate în activitatea de relații publice	În online, 35% din	2
6.Evaluarea activității forțelor de vânzare.	activitățile practice/seminar	1
7.Campania de marketing direct. Analiza unui brand. Elaborare și susținere proiect.	-în perioada 23.02.2026-29.03.2026	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. Cruțeru, 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, 2011Pearson 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. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
----------------	--------------------------	------------------------	-----------------------------



9.4 Curs	-Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor teoretice acumulate. - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor. - Capacitatea de a utiliza cunoștințele asimilate. -Frecvența și intervențiile active la cursuri.	Test grilă	70%
9.5 Aplicații (seminar)	-Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor practice acumulate. -Prezentarea de studii de caz, participarea la dezbateri. -Inițiativă, creativitate, originalitate în formularea de propuneri de diversificare a activității de seminar în funcție de interesul studenților.	Evaluare orală/scrisă a activității studentului privind realizarea obiectivelor disciplinei.	30%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Participarea la minim 50% din activitățile de curs și de seminar, obținerea notei 5 la testul grilă			

Data completării,
26.09.2025

Titular activităților de curs,
Prof. Univ Dr. Jugănaru Mariana

Titular aplicații,
Prof. Univ Dr. Jugănaru Mariana

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Prof.univ. dr. Nicodim Liliana

Decan,
Prof. Univ. Dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI
Cercetări de marketing în companii și organizații non-profit

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	Masterat
1.6 Programul de studii	Asigurarea calității în afaceri
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Cercetări de marketing în companii și organizații non-profit						
2.2 Cod disciplină	MACA 2412						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof univ. dr. Jugănaru Mariana						
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof univ. dr. Jugănaru Mariana						
2.5 Anul de studii	II	2.6 Semestrul	4	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DO

* DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară

** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă

3. Timpul total (ore pe semestru)

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 cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					32
Pregătire pentru prezentări sau verificări					
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7				150
3.9 Numărul de credite					6

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe de micro și macroeconomie (axate pe cerere, ofertă, preț, concurență), cunoașterea aparatului statistico-matematic utilizat în economie, elementele de bază ale teoriei de marketing, cunoștințe de IT, SPSS.
-------------------	--



4.2 de rezultate ale învățării	Capacitatea de a selecta și combina cunoștințele de la disciplinele studiate anterior pentru a înțelege și aplica cercetarea de marketing.
--------------------------------	--

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

5.1. de desfășurare a cursului	Dotare cu CP/laptop, conexiune internet
5.2. de desfășurare a seminarului	Dotare cu CP/laptop, conexiune internet

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	• Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice necesare pentru înțelegerea și aplicarea cercetării de marketing în scopul creșterii competitivității și eficienței activității firmei.
6.2 Obiectivele specifice	• Dobândirea, înțelegerea și utilizarea elementelor ce conturează teoria și practica de marketing. • Abilitatea de a organiza și desfășura activitatea de cercetare de marketing pentru fundamentarea deciziilor de marketing la nivelul firmei. • Capacitatea de a efectua principalele tipuri de cercetări de marketing axate pe produs, preț, distribuție, promovare, cercetarea pieței și a concurenței, cercetarea comportamentului de cumpărare și de consum. • Abilitatea de interpreta și utiliza rezultatele cercetării de marketing în creșterea competitivității firmei. • Formarea deprinderilor de a lucra în echipă, de a organiza și desfășura cercetări de marketing, capacitatea de elabora concluzii și interpretări pentru fundamentarea deciziilor la nivelul firmei. • Dezvoltarea capacității de lucru în echipă și abilității de comunicare orală și scrisă. • Dezvoltarea inițiativei și spiritului antreprenorial. • Respectarea și dezvoltarea valorilor și eticii profesionale.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică metodologii de cercetare calitativă. - Absolventul definește structura unei lucrări științifice. - Absolventul deține cunoștințe despre tehnici de cercetare în marketing. - Absolventul explică metodele de analiză a datelor cantitative. - Absolventul definește strategiile de comunicare în afaceri.
------------	---



Aptitudini	-Absolventul desfășoară și identifică metode adecvate pentru cercetarea calitativă. - Absolventul analizează obiectivele de afaceri pentru luarea deciziilor strategice. -Absolventul conduce coordonarea comunicării organizaționale. - Absolventul încurajează și conduce colaborarea în cadrul echipei.
Responsabilitate si autonomie	-Absolventul dezvoltă capacitatea de a fundamenta decizii pe baza cercetării. -Absolventul dezvoltă responsabilitatea pentru validitatea datelor utilizate. -Absolventul dezvoltă responsabilitatea pentru impactul comunicării.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
I. Bazele cercetării de marketing: - Conținutul cercetărilor de marketing. Etapele procesului de cercetare.	Prelegere Dezbateri interactive demonstrații, simulare , aplicații online/ fizic	2
II. Metode și tehnici de culegere a informațiilor în cercetarea de marketing: - Natura informațiilor în cercetarea de marketing. - Obținerea informațiilor prin investigarea surselor statistice. - Cercetarea directă. - Chestionarul. - Eșantionul. - Experimentul în cercetările de marketing. - Simularea.		4
III. Măsurarea și scalarea fenomenelor în cercetările de marketing: - Măsurarea fenomenelor în cercetările de marketing. - Tipuri de scale. - Metode de scalare.		4
IV. Analiza informațiilor în cercetarea de marketing: - Clasificarea metodelor de analiză. - Modalități de analiză neparametrică.		4
V. Cercetarea pieței: - Importanța și rolul cercetărilor de piață. - Cercetarea factorilor pieței. - Cercetarea dimensiunilor și structurilor pieței. - Studiarea cererii de mărfuri. - Cercetarea ofertei. - Studiarea prețurilor.		6



VI. Studiarea consumului: - Nevoile de consum – obiect al investigațiilor de marketing. - Cercetarea consumului. - Cercetarea comportamentului consumatorului. - Analiza procesului de decizie. - Comportamentul de cumpărare al organizațiilor.		4
--	--	---

Bibliografie:

- 1.Balaure,V.(coord.)-Marketing. Ed. Uranus, București-2000
- 2.Cătoi, I. ; Bălan, C.; Onete,B; Popescu,C.I.; Vegeș,C.-Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing-Aplicații, Ed Uranus-București,1999
3. Demetrescu, M.C.-Marketing, Ed. Europa Nova, Lugoj, 1991;
- 4.Florescu, C.(coord.)-Marketing, Colecția Marketer, Ed. Expert, București 1992;
- 5.Jugănar, M. – Marketing , Ed.Expert, București 2000 ;
- 6.Jugănar,M. Teorie și practică în cercetarea de marketing, Ed. Expert, București-1998
- 7.Kotler Ph-Managementul marketingului, Editura Teora ,București 2009;
- 8.. Kotler, Ph.;Armstrong, G.-Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011Pearson Education(traducereMoise, D.;Plăiaș.I.) ;
9. Malcomete, P.(coord.)- Marketig. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003

8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Număr ore alocate
1.Simularea organizării unei cercetări de marketing- stabilirea principalelor etape de lucru.	Dezbateri Discuții libere Studii de caz online/ fizic Vizionare materiale video online	2
2.Întocmirea unui chestionar		2
3Alegerea eșantionului		2
4.Rezolvarea aplicațiilor practice ale experimentului în cercetarea de marketing: proiectarea aleatoare, proiectarea factorială, metoda pătratului latin		2
5. Rezolvarea aplicațiilor practice folosind diferite tipuri de scale		2
6. Rezolvarea aplicațiilor practice folosind modalități de analiză neparametrică		2

Bibliografie :

- 1.Balaure,V.(coord.)-Marketing. Ed. Uranus,București-2000
- 2.Cătoi, I. ; Bălan, C.; Onete,B; Popescu,C.I.; Vegeș,C.-Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing-Aplicații, Ed Uranus-București,1999
3. Demetrescu, M.C.-Marketing, Ed. Europa Nova, Lugoj, 1991;
- 4.Florescu, C.(coord.)-Marketing, Colecția Marketer, Ed. Expert, București 1992;
- 5.Jugănar, M. – Marketing , Ed.Expert, București 2000 ;
- 6.Jugănar,M. Teorie și practică în cercetarea de marketing, Ed. Expert, București-1998
- 7.Kotler Ph-Managementul marketingului, Editura Teora ,București 2009;
- 8.. Kotler, Ph.;Armstrong, G.-Introducere în marketing, Copyright 2015, 2013, 2011Pearson Education(traducereMoise, D.;Plăiaș.I.) ;
9. Malcomete, P.(coord.)- Marketig. Dicționar explicativ. Editura Economică, București-2003



9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	-Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor teoretice acumulate. - Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor. - Capacitatea de a utiliza cunoștințele asimilate. -Frecvența și intervențiile active la cursuri.	Test grilă	75%
9.5 Aplicații (seminar)	- Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor practice acumulate. -Prezentarea de studii de caz, participarea la dezbateri. -Inițiativă, creativitate, originalitate în formularea de propuneri de diversificare a activității de seminar în funcție de interesul studenților.	Evaluare orală/scrisă a activității studentului privind realizarea obiectivelor disciplinei.	25%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Participarea la minim 50% din activitățile de curs și de seminar, obținerea notei 5 la testul grilă			

Data completării,
27.09.2025

Titular activităților de curs,
Prof. Univ Dr. Jugănaru Mariana

Titular aplicații,
Prof. Univ Dr. Jugănaru Mariana

Data avizării în Departament,
29.09.2025

Director de Departament,
Prof. univ. dr. Nicodim Liliana

Decan,
Prof. Univ. Dr. Spătariu Elena Cerasela