



FIȘA DISCIPLINEI MEDIUL INTERNAȚIONAL DE AFACERI

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	ANTREPRENORIAL ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR (în limba engleză)
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		MEDIUL INTERNAȚIONAL DE AFACERI					
2.2 Cod disciplină		EBA1101					
2.3 Titularul activităților de curs		Conf.univ.dr. GHEORGHIOU GABRIELA					
2.4 Titularul activităților aplicative		Conf.univ.dr. GHEORGHIOU GABRIELA					
2.5 Anul de studii	1	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	Ex.	2.8 Regimul disciplinei */**	DF/DOB

* 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						42	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual										83
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										15
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri										15
Pregătire pentru prezentări sau verificări										11
Pregătire pentru examinarea finală										2
Alte activități: consultații										0
3.8 Total ore pe semestru						125				
3.9 Numărul de credite						5				

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



4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de 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

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	▪ Cunoașterea și înțelegerea caracteristicilor mediului internațional de afaceri, în general, și a particularităților mediului european de afaceri, în special.
7.2 Obiectivele specifice	▪ Înțelegerea modului de conducere, organizare și funcționare în corporațiile transnaționale, dar și a mecanismului de realizare a integrării intra și intercorporații în mediul internațional de afaceri; ▪ Cunoașterea principalelor politici ale Uniunii Europene care influențează direct sau indirect dezvoltarea mediului de afaceri.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	• Absolventul acumulează cunoștințe necesare investigării mediului internațional de afaceri, în vederea fundamentării deciziei de investiție; • Absolventul identifică și recunoaște relevanța regulilor și principiilor aplicabile în mediul de afaceri; • Absolventul acumulează cunoștințe aprofundate despre reglementările mediului european de afaceri; • Absolventul demonstrează înțelegerea avantajelor competitive în afaceri.
Aptitudini	• Absolventul dezvoltă abilități avansate de comunicare și identificare a avantajelor competitive într-o economie globală; • Absolventul dezvoltă aptitudini avansate de analiză a factorilor care influențează performanța economică în contextul mediului internațional de afaceri; • Absolventul identifică avantajele competitive într-o economie globală.
Responsabilitate și autonomie	• Absolventul demonstrează capacitatea de a iniția, derula și monitoriza procese investiționale complexe, folosind instrumente adecvate; • Absolventul demonstrează capacitatea de a evalua impactul mediului de afaceri internațional în inițierea, implementare și dezvoltarea afacerilor; • Absolventul demonstrează capacitatea de a utiliza avantajele competitive în fundamentarea deciziilor economice.



8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Mediul internațional de afaceri – abordare teoretică	Prelegere FIZIC	2
2. Noi tendințe în mediul internațional de afaceri		2
3. Companiile transnaționale – principalii operatori în mediul internațional de afaceri		2
4. Integrarea intra-corporație în mediul internațional de afaceri		4
5. Integrarea inter-corporații în mediul internațional de afaceri		4
6. Particularitățile mediului european de afaceri. Contextul istoric al mediului european de afaceri	Prelegere ONLINE (platforma Webex Meetings)	2
7. Particularitățile mediului european de afaceri. Contextul economic al mediului european de afaceri		2
8. Importanța uniunii economice și monetare pentru mediul european de afaceri		2
9. Reglementarea concurenței în mediul european de afaceri		4
10. Protejarea consumatorului în relație cu mediul european de afaceri		4
Bibliografie ▪ Andrei, L. C., <i>Economie europeana</i>. Editia a treia, Ed. Economică, București, 2019; ▪ Bârsan, M. (editor), <i>Mediul european al afacerilor</i>, Ed. EFES, Cluj-Napoca, 2006; ▪ Biro, D. (coord.), <i>Relațiile internaționale contemporane. Teme centrale în politica mondială</i>, Ed. Polirom, Iași, 2013; ▪ Bran, F., Manea, G., Ioan, I., Rădulescu, C. V., <i>Globalizarea: manifestări și reacții</i>, Ed. Economică, Bucuresti, 2012; ▪ Buru, L., Călina, G., <i>Uniunea Europeană. De la Roma la Lisabona</i>, Ed. Economică, București, 2012; ▪ Dăianu, D. (coord.), <i>Criza zonei euro și viitorul Europei</i>, Ed. Polirom, Iași, 2016; ▪ Dinu, M., Anghel, Anghel, L., <i>Globalizarea afacerilor</i>, Ed. Tritonic, București, 2014; ▪ Gheorghiu, G., <i>Contribuția guvernantei corporative și publice la dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial sustenabil în România în context european</i>, Ed. SITECH, Craiova, 2023; ▪ Gheorghiu, G., <i>Economie europeană</i>, Ed. SITECH, Craiova, 2014; ▪ Gheorghiu, G., <i>Consumer Protection - Worthlessness or Necessity</i>, LAP Lambert Academic Publishing, Saarbrucken, 2012; ▪ Ion, A. O., <i>Guvernanța Uniunii Europene. Abordări actuale</i>, Ed. Polirom, Iași, 2013; ▪ Jora, O.D., <i>Avataruri ale corporatiei multinationale. Exercițiu de analiza proprietariana</i>, Ed. ASE București, 2013; ▪ Kolodko, G. W., <i>Încotro se îndreaptă lumea. Economia politică a viitorului</i>, Ed. Polirom, Iași, 2015;		



- Maha, L.G., Bobalca, C., Diacon, P.E., *Mediul european al afacerilor*, Ed. Universității Alexandru Ioan Cuza Iași, 2015;
- Miron, D., *Mediul internațional de afaceri – Note de curs*, Ed. Academiei de Studii Economice, București, 2010;
- Pandelică, I., *Mediul internațional de afaceri. Suport de curs*, Ed. Economică, București, 2023;
- Paraschiv, R., *Uniunea Europeană și competiția globală*, Ed. Universității „Al.I.Cuza” din Iași, Iași, 2012;
- Pascariu, G. (coord.), *Politici europene privind dezvoltarea mediului de afaceri*, Ed. Universității „Al.I.Cuza” din Iași, Iași, 2010;
- Popa, D., Milea, O. M., *Mediul de afaceri european*, Ed. Universitară, București, 2014;
- Popescu, Ș., *Uniunea Europeană după epidemia de Covid-19*, Ed. Litera, București, 2020;
- Tache, I., *Politici economice europene*, Ed. Economică, București, 2014;
- Vătăman, D., *Uniunea Europeană – Ghid practic de specialitate*, Ed. Pro Universitaria, Craiova, 2015;
- Voinea, L., *Corporațiile transnaționale și capitalismul global*, Ed. Polirom, Iași, 2007.

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Mediul internațional de afaceri – teorie și practică	Studii de caz FIZIC	1
2. Globalizare versus regionalizare – studii de caz.		2
3. Conducerea, organizarea și dezvoltarea companiilor transnaționale – studii de caz		2
4. Integrarea intra și inter corporații – studii de caz		2
5. Mediul european de afaceri – teorie și practică		2
6. Efectele practice ale uniunii economice și monetare – studii de caz	Studii de caz ONLINE (platforma Webex Meetings)	1
7. Practici anticoncurențiale – studii de caz		2
8. Practici neloiale față de consumatori – studii de caz		2

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;	Evaluare finală tip test grila	75%
	Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor acumulate		
9.5. Aplicații	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Evaluare pe parcurs prin elaborarea și prezentarea unor referate tematice	25%



9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare

Cerințe minime pentru nota 5

- Minim nota 5 la examenul final tip test grilă.

Cerințe minime pentru nota 10

- Nota 10 la evaluarea finală tip test grilă și evaluarea pe parcurs prin referate tematice.

Data completării,
23.09.2025

Titular activităților de curs,
Conf.univ.dr. GHEORGHIU GABRIELA

Titular aplicații,
Conf.univ.dr. GHEORGHIU GABRIELA

Data avizării în Departament,
29.09.2025

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

Decan,
Prof.univ.dr. SPATARIU ELENA CERASELA



FIȘA DISCIPLINEI (MARKETING RESEARCH AND ANALYSIS)

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	Entrepreneurship and Business Administration
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING RESEARCH AND ANALYSIS					
2.2 Cod disciplină	EBA1102					
2.3 Titularul activităților de curs	PROF.UNIV.DR. ANDREEA MORARU					
2.4 Titularul activităților aplicative	PROF.UNIV.DR. ANDREEA MORARU					
2.5 Anul de studii	1	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	ex	2.8 Regimul disciplinei */** DF/DOB

* 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	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					83
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Pregătire pentru prezentări sau verificări					12
Pregătire pentru examinarea finală					16
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de rezultate ale învățării	



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

5.1. de desfășurare a cursului	Videoproiector, materiale suport
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	Videoproiector, materiale suport

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conceptelor și aplicarea eficientă a metodelor de analiză specifice cercetărilor de marketing.
6.2 Obiectivele specifice	• înțelegerea rolului specific al cercetărilor de marketing în administrarea afacerilor; • cunoașterea noțiunilor de cercetare cantitativă și calitativă; • capacitatea de a proiecta o cercetare de marketing; • realizarea colectării datelor, cunoașterea tipurilor de eșantionare, scalarea; • realizarea analizei datelor; • interpretarea rezultatelor unei cercetări de marketing și realizarea raportului de cercetare;

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică principiile fundamentale ale cercetărilor și analizelor de marketing. - Absolventul definește etapele procesului de elaborare a strategiilor de marketing adaptate la obiectivele companiei. - Absolventul definește conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și aplicațiilor utilizate în analizele de marketing. - Absolventul explică conceptele privind desfășurarea proceselor de vânzare. - Absolventul identifică tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și modalitățile de gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic. - Absolventul descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere. - Absolventul identifică aplicațiile privind afacerile electronice. - Absolventul operează cu actele normative și documentele prin care se reglementează afacerile electronice. - Absolventul explică principalele tehnici și strategii de vânzare utilizate în diverse contexte comerciale.
------------	---



Aptitudini	-Absolventul proiectează și implementează diferite tipuri de cercetări de marketing; - Absolventul identifică oportunități de piață și segmente relevante pentru inițierea și dezvoltarea afacerilor. -Absolventul alege strategii de marketing adecvate pentru atingerea obiectivelor proiectului. -Absolventul analizează eficiența campaniilor de marketing și propune măsuri de optimizare. -Absolventul implementează tehnici adecvate de negociere și de gestionare a proceselor de vânzare. -Absolventul integrează adecvat metodele de previzionare a cererii și gestiunea stocurilor, - Absolventul planifică optim vânzările și dezvoltă abilități pentru proiectarea rețelelor de distribuție. - Absolventul identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate. - Absolventul utilizează instrumente de automatizare a sarcinilor repetitive în activitățile economice. - Absolventul utilizează de analiză cantitativă a fenomenelor din afacerile electronice, a sistemului de indicatori pentru fundamentarea și actualizarea planurilor de afaceri. - Absolventul aplică etapele procesului de vânzare – de la prospectare și prezentare, până la gestionarea obiecțiilor și încheierea vânzării – în situații simulate sau reale.
Responsabilitate și autonomie	-Absolventul demonstrează capacitatea de a dezvolta și implementa analize și cercetări de marketing. -Absolventul dezvoltă campanii operaționale eficiente pentru promovarea afacerilor. -Absolventul demonstrează responsabilitatea în monitorizarea și evaluarea rezultatelor activităților de marketing. -Absolventul demonstrează capacitatea de a previziona cererea de produse și servicii. - Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta științific decizii cu privire la alegerea și implementarea tehnicilor de vânzare. - Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate. - Absolventul demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică. -Absolventul analizează și compară modelele de afaceri electronice existente și aplicațiile integrate. - Absolventul participă la elaborarea și implementarea programelor informatice destinate administrării afacerilor. -Absolventul demonstrează abilitățile de comunicare persuasivă, negociere și relaționare cu clienții, în scopul creșterii performanței în vânzări.

8. Conținuturi



8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Introducere în cercetarea de marketing – importanță, etape	Față în față prezență în Campusul universitar / online	2
Clasificarea tipurilor de cercetare; date primare și secundare		4
Măsurarea și scalarea în cercetările de marketing		4
Designul chestionarului		4
Eșantionarea și sondajul		4
Dezvoltarea ipotezelor cercetării		4
Analiza datelor		4
Raportul de cercetare		2
Bibliografie [1]. Datculescu, P. (2006). Cercetarea de marketing. Brandbuilders Grup. [2]. Malhotra, N.; Nunan, D.; Birks, D. (2017). Marketing Research. An Applied Approach (5th ed.). Pearson [3]. Malhotra, N. (2019). Marketing Research: An Applied Orientation, Global Edition 7th Edition. Pearson		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
Introducere în cercetarea de marketing	Față în față prezență în Campusul universitar / online	2
Aplicabilitatea rezultatelor cercetărilor de marketing		2
Provocări în cercetarea de marketing în contextul actual		2
Designul chestionarului		2
Focus grup		2
Analiza datelor		2
Raportul de cercetare		2
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	Verificarea cunoștințelor teoretice și practice	Test grilă, aplicații	70%
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă Rezolvarea aplicațiilor practice	Evaluarea prin observare a activității studentului pe parcursul semestrului. Elaborare proiect de seminar	30%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Obținerea notei 5.			



Data completării,
23/09/2025

Titular activităților de curs,

Prof.univ.dr. Andreea Moraru

Titular aplicații,

Prof.univ.dr. Andreea Moraru

Data avizării în Departament,
29/09/2025

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

Decan,
Prof.univ.dr.habil Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI

Informatică antreprenorială

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	ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS ADMINISTRATION (ANTREPRENORIAT ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR) în limba engleză
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Informatică antreprenorială						
2.2 Cod disciplină	MEBA1103						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Jeflea Victor						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf.univ. dr. Jeflea Victor						
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**	DF/DOB

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

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

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

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 aplicații***	2
3.4 Total ore activități directe pe semestru	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	28
3.7 Total ore de studiu individual					83
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					27
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					27
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					27
Tutorial					
Examinări					2
Alte activități					
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7 sau (nr. credite x 25 ore)= 125				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)



UOC-PO-10 Anexa 2

5.1. de desfășurare a cursului	Videoproiector/Tablă inteligentă, Conexiune WIFI
5.2. de desfășurare a laboratorului /proiectului	Videoproiector/Tablă inteligentă, Conexiune WIFI, Sisteme PC

6. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

6.1 Obiectivul general al disciplinei	• <i>Cursul are ca obiectiv principal transmiterea unor cunoștințe informatice generale și aplicarea acestora în domeniul economic</i>
6.2 Obiectivele specifice	• Cunoașterea aprofundată a noțiunilor fundamentale specifice utilizării tehnicii moderne de calcul; • Familiarizarea cu tipurile de sisteme de calcul și cu modul de utilizare al acestora; • Cunoașterea detaliată a soluțiilor software economice • Capacitate sporită de învățare intuitivă, bazată pe analogii, exemple diverse și similitudini;

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	⇒ Absolventul identifică tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și modalitățile de gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic; ⇒ Absolventul descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere; ⇒ Absolventul identifică aplicațiile privind afacerile electronice.
Aptitudini	⇒ Absolventul identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate; ⇒ Absolventul utilizează instrumente de automatizare a sarcinilor repetitive în activitățile economice.
Responsabilitate și autonomie	⇒ Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate; ⇒ Absolventul demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică; ⇒ Absolventul participă la elaborarea și implementarea programelor informatice destinate administrării afacerilor.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Aspecte economice evolutive - de la economia bazată pe cunoaștere la economia datelor	Față în față, prezență în campusul universitar prin prelegeri și demonstrații practice	1
2. Megatendențe tehnologice societale		1
3. Inovare și antreprenoriat – abordări conceptuale		1



UOC-PO-10 Anexa 2

4. Ciclurile afacerii – de la idee la oportunitate		1
5. Elaborarea modelelor de afaceri – CANVAS, Business Model Navigator		1
6. Planul de afaceri – definiții terminologie și structura		1
7. Planul de afaceri – implementare software		1
8. Echipa și leadership		1
9. Structura și managementul echipelor		1
10. Instrumente software de tip ERP		2
11. Instrumente software de tip CRM		1
12. Instrumente software pentru managementul proiectelor		2
Bibliografie [1]. Duening, Thomas N., Robert A. Hisrich, and Michael A. Lechter. Technology entrepreneurship: Taking innovation to the marketplace. Academic Press, 2020; [2]. Ilie, B. (2021, March 23). Ce este antreprenoriatul? - Ce este un antreprenor? https://mrfinance.ro/ce-este-antreprenoriatul/ ; [3]. Leon Alexis, Enterprise Resource Planning 3th Edition, Ed. McGraw-Hill Education, 2014 [4]. Luminița Hurbean et al., Platforme Integrate pentru Afaceri - ERP, Ed. Economică, București, 2013 [5]. Mazur, C. (2022, November 6). 8 Ways to Bring Innovation Into Your Organisation. Zippia For Employers https://www.zippia.com/employer/workplace-innovation/ [6]. Reis, Eric. "The lean startup." New York: Crown Business 27 (2011); [7]. Terrell Hanna, K. (2023, July). What is an Intrapreneur (Intrapreneurship)? CIO. https://www.techtarget.com/searchcio/definition/intrapreneurs-intrapreneurship .		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Instrumente software pentru managementul proiectelor de afaceri	Față în față, prezență în campusul universitar prin prelegeri și demonstrații practice	3
2. Introducerea și organizarea activităților		3
3. Configurarea resurselor		3
4. Alocarea de resurse la activități		3
5. Configurarea detaliilor pentru activități		3



UOC-PO-10 Anexa 2

6. Configurarea detaliilor pentru resurse		3
7. Configurarea detaliilor pentru alocări		3
8. Consultarea proiectului		3
Bibliografie		
[1]. Chatfield C.; Johnson T.; Huffman S. Microsoft Project 2019 Step by Step; Editura Microsoft Press, 2019; https://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9781509307425/samplepages/9781509307425_Sample.pdf		
[2]. Harris P. E., Planning and Control Using Microsoft Project 2013, 2016&2019, Editura Eastwood Harris Pty Ltd, 2019;		
[3]. Taylor J.; MICROSOFT PROJECT BIBLE 2025, Independently Published,2024.		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Volumul și corectitudinea informațiilor cumulate	Test grilă	30%
9.5 Aplicații	Participarea activă la ore Abilități aplicative concrete	Test practic	70%
9.6 Standard minim de performanță			

Data completării,
23.09.2025

Titularul activităților de curs,
Conf.univ. dr. Jeflea Victor

Titular aplicații,
Conf. univ. dr. Jeflea Victor

Data avizării în Departament,
29.09.2025

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



FIȘA DISCIPLINEI ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ

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	ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS ADMINISTRATION (IN ENGLISH)
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ				
2.2 Cod disciplină	EBA 1104				
2.3 Titularul activităților de curs	PROF. UNIV. DR NICODIM LILIANA				
2.4 Titularul activităților aplicative	-				
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare	C
2.8 Regimul disciplinei */**					DC/DOB

* 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	1	3.3 aplicații***	-
3.4 Total ore activități directe pe semestru	14	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	-
3.7 Total ore de studiu individual					111
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					11
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Elemente de filosofie, sociologie, economie (studiate în liceu)
4.2 de rezultate ale învățării	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă



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

5.1. de desfășurare a cursului	Dotare a sălii cu laptop și videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	Dotare a sălii cu laptop și videoproiector

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	● Familiarizarea studenților cu problemele, conceptele și aspectele privind etica și integritatea academică
6.2 Obiectivele specifice	● Cunoașterea principalelor concepte din domeniul eticii, deontologiei profesionale și a integrității academice ● Înțelegerea rolului deosebit al eticii pentru dezvoltarea personală, socială și profesională ● Clarificarea unor aspecte vizând comportamentul etic în cercetarea științifică ● Identificarea plagiatului în lucrările cu caracter științific

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	● Absolventul deține competențe solide de utilizare a limbajului științific, adecvat domeniului studiat; ● 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.
Aptitudini	● Absolventul analizează sursele academice relevante și evaluează credibilitatea acestora; ● Absolventul conduce procesul de redactare a lucrării academice, respectând normele etice și științifice. ● Absolventul optimizează conținutul documentului științific în funcție de feedback și standarde academice.
Responsabilitate și autonomie	● Absolventul dezvoltă practici academice riguroase în conformitate cu standardele de etică; ● Absolventul demonstrează angajament față de respectarea normelor de integritate academică; ● Absolventul valorifică sursele științifice într-un mod responsabil și argumentativ; ● Absolventul promovează excelența academică și discriminarea rezultatelor cercetării.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Aspecte introductive privind etica și integritatea academică	Prelegere fizic/online	1 h
2. Codul de etică – instrument de orientare al comunității universitare în spiritul unor principii și valori etice		1 h
3. Valori și principii ale eticii universitare		1 h



4. Norme de etică în relațiile dintre membrii comunității universitare		1 h
5. Abateri de la etica universitară		1 h
6. Analizarea și sancționarea abaterilor de la etica universitară		1 h
7. Noțiuni de bază privind etica în cercetarea științifică din România		1 h
8. Abateri de la normele de bună conduită în activitatea de cercetare științifică și sancționarea științifică		1 h
9. Noțiuni generale privind proprietatea intelectuală		1 h
10. Protecția proprietății industriale		1 h
11. Protecția dreptului de autor și a drepturilor conexe		1 h
12. Noțiunea de plagiat: clarificări conceptuale și legislative		1 h
13. Identificarea și analizarea plagiatului în mediul academic		1 h
14. Prevenirea și combaterea plagiatului în mediul academic		1 h

Bibliografie

- [1]. Dumitrașcu Vadim – Etică și integritate academică, Editura Universitară, 2021, București
- [2]. Găină Viorel - Etică și integritate academică, Editura Universitaria, 2021, București
- [3]. Ștefan Elena Emilia – Etică și integritate academică, Ediția a III-a, Editura Pro Universitaria, 2023, București
- [4]. Vătăman Dan – Etică și integritate academică, Editura Pro Universitaria, 2019, București
- [5]. *** Codul de etică și deontologie universitară al Universității „Ovidius” din Constanța
<https://www.univ-ovidius.ro/uoc/documente-oficiale/carta-si-regulamentele-universitatii/516-codul-de-etica-si-deontologie-profesionala-universitara-al-universitatii-ovidius-din-constanta>

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
Nu este cazul		

Bibliografie

- [1]. ...

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	100%
	Gradul de asimilare a limbajului de specialitate		
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	-	-	-



9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare

Nota 4 la examenul scris și punctul din oficiu, deci nota 5.

Data completării,
23/09/2025

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

Titular aplicații,
-

Data avizării în Departament,
29/09/2025

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

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



FIȘA DISCIPLINEI

(Engleză de afaceri pentru luarea deciziilor strategice)

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul de Economie Generală
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Entrepreneurship and Business Administration
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Engleză de afaceri pentru luarea deciziilor strategice					
2.2 Cod disciplină	MEBA1105					
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Eleonora Băcă					
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. Eleonora Băcă					
2.5 Anul de studii	1	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */**
						DF/DOB

* 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	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					97
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Pregătire pentru prezentări sau verificări					-
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultatii					-
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7		125		
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de rezultate ale învățării	Competențe de comunicare în limba engleză, minim nivel B1-B2.

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



5.1. de desfășurare a cursului	• Computer/ tabletă/ telefon, cameră video, microfon, conexiune la internet • Sală de curs, mijloace de învățământ (tablă, texte tipărite, telefon, boxe) Material didactic (materiale din bibliografie, înregistrări sonore, clipuri video)
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	• Computer/ tabletă/ telefon, cameră video, microfon, conexiune la internet • Sală de curs, mijloace de învățământ (tablă, texte tipărite, telefon, boxe) • Material didactic (materiale din bibliografie, înregistrări sonore, clipuri video) • Condiții de învățare activă și interactivă, activități didactice desfășurate în spirit problematizant. • Reguli de conduită în cadrul seminarului Termenul predării lucrării de seminar este stabilit de cadrul didactic, de comun acord cu studenții.

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Sprijinirea studenților în însușirea termenilor și noțiunilor specifice domeniului de pregătire și specializare (înțelegerea textelor din domeniul economic, studii de caz etc.)
6.2 Obiectivele specifice	• Obiective ce vizează explicarea și interpretarea: ○ Să înțeleagă corect documente în format scris și audio-video. ○ Să utilizeze structurile semantice și de vocabular adaptate unui text economic scris sau oral • Obiective instrumental-aplicative: ○ Să utilizeze corect structurile lingvistice corespunzătoare diferitelor acte de limbaj (ofertă, cerere, refuz, invitație, acceptare etc.) ○ Să mențină coerența și conexiunea elementelor de vocabular și gramatică în redactarea unui text economic ○ Să aleagă structura terminologică cea mai potrivită într-un context economic • Obiective afectiv-atitude: ○ Să comunice adecvat în limba engleză în contexte generale și în context economic.



7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul -definește în mod adecvat construcțiile lingvistice pe care și le însușește -descrie utilizând un limbaj variat informațiile pe care le primește din textele economice și contextele propuse -explica diversele contexte profesionale și conceptele economice pe care le întâlnește în structura terminologică cea mai adecvată contextului dat -înțelege contextul cultural-economic al comunicărilor pe care le parcurge.
Aptitudini	Studentul -aplica în mod adecvat cunoștințele acumulate anterior -analizează din perspectiva unui viitor profesionist în domeniu variatele contexte lingvistice propuse -utilizează termenii economici de nivel avansat, având proprietatea lor -comunica eficient cu alți vorbitori de limba engleză -planifica strategic discursul și caile de comunicare disponibile, astfel încât să obțină rezultate optime. -operează la un nivel afectiv-attitudinal corespunzător, utilizând bagajul lingvistic acumulat.
Responsabilitate și autonomie	Studentul -se informează asupra conceptelor economice întâlnite -se documentează asupra contextelor noi, dar și asupra modificărilor apărute -manifestă perseverența și inițiativa în realizarea sarcinilor pe care le propune cadrul didactic -colaborează eficient în cadrul grupului de lucru care îi este alocat -respectă principiile, normele și valorile de etică și integritate academică.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Finante- un banking sustenabil	Expunerea, Conversații, Exerciții, Lectura, Studiu de caz, Joc de rol, Dezbateri, Proiecte	2
Consultanta- consultanta operatiionala		2
Strategii- principii si valori		2
Socializare inter-culturala		2
Lumea afacerilor online		2
Noile afaceri- sfaturi pentru start-ups		2
Recapitulare în vederea testării semestriale	Curs online - 7 săptămâni în perioada 17.11.2025- 25.01.2026;	1
Colocviu		1



Bibliografie

- [1]. David Cotton, David Falvey, Simon Kent- Market Leader , 3rd Edition, Advanced-Course book, Pearson Longman, 2016
- [2]. John Rogers- Market Leader , 3rd Edition, Advanced- Practice file, Pearson Longman, 2016
- [3]. McLean Scott, *Business English for Success*, The Saylor Foundation, 2011
- [4]. Miles Andrew D., *250 Ways to Say It in Business English*, English for Business, Barcelona, 2010
- [5]. Moore Lori Harvill, *Business Communication: Achieving Results*, Bookboon, 2013
- [6]. Mumby, D., *Organizational Communication: A Critical Approach*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2013.
- [7]. Miller, K., *Organizational Communication: Approaches and Processes*, Boston, MA: Wadsworth-Cengage, 2012
- [8]. Munter Mary, *Guide to Managerial Communication* (6th Edition), Prentice Hall, 2012

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* *Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei	Metode de predare	Număr ore alocate
Studiu de caz: redactarea unei propuneri de investiții, Dragons&Angels	Expunerea, Conversații, Exerciții, Lectura, Studiu de caz, Joc de rol, Dezbatere, Proiecte	2
Studiu de caz- Negocieri de afaceri, sumarizarea termenilor si conditiilor		3
Studiu de caz: E-mail- strategia propunerii de crestere		2
Studiu de caz- Brainstorming si creativitate		2
Studiu de caz: Presentari de afaceri in mediul online		2
Recapitulare in vederea evaluarii finale Evaluare finala	Seminar online– 5 săptămâni în perioada 02.12.2025- 25.01.2026	2

Bibliografie

- [1]. David Cotton, David Falvey, Simon Kent- Market Leader , 3rd Edition, Advanced- Course book, Pearson Longman, 2016
- [2]. John Rogers- Market Leader , 3rd Edition, Advanced- Practice file, Pearson Longman, 2016
- [3]. McLean Scott, *Business English for Success*, The Saylor Foundation, 2011
- [4]. Miles Andrew D., *250 Ways to Say It in Business English*, English for Business, Barcelona, 2010
- [5]. Moore Lori Harvill, *Business Communication: Achieving Results*, Bookboon, 2013
- [6]. Mumby, D., *Organizational Communication: A Critical Approach*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2013.
- [7]. Miller, K., *Organizational Communication: Approaches and Processes*, Boston, MA: Wadsworth-Cengage, 2012
- [8]. Munter Mary, *Guide to Managerial Communication* (6th Edition), Prentice Hall, 2012.



9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Construirea unor argumentari utilizand corect structurile gramaticale si lexicale adecvate. Capacitatea de a structura si prezenta in mod adecvat concluziile si solutiile oferite in cadrul discutiilor legate de studiile de caz propuse.	Evaluare continua prin discutii libere si evaluare sumativa – eleborarea unui portofoliu de corespondenta	25%
	Construirea unor argumentari utilizand corect structurile gramaticale si lexicale adecvate. Capacitatea de a structura si prezenta in mod adecvat concluziile si solutiile oferite in cadrul discutiilor legate de studiile de caz propuse.	Evaluare continua prin discutii libere si evaluare sumativa – eleborarea unui portofoliu de corespondenta	25%
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	- Aplicarea achizițiilor în oferirea unor exemplificări, în realizarea de analize, în rezolvarea unor exerciții, în susținerea unor argumentări etc. - Utilizarea achizițiilor proprii disciplinei în abordarea inter-, intra-, multi- și/sau transdisciplinară a unor probleme/situații problemă.	Evaluare continuă prin proiecte individuale si de grup	50%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Pentru a obține nota 5 la evaluarea semestrială, studentul trebuie:			
- să sintetizeze satisfăcător informațiile. - Să prezinte informațiile într-o manieră adecvata nivelului de limba B1. - să utilizeze diferite structuri lexicale și gramaticale fără erori grave.			

Data completării,
23/09/2025

Titular activităților de curs,
Conf. univ. dr. Eleonora Băcă

Titular aplicații,
Conf. univ. dr. Eleonora Băcă



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Alteea Universității, n.c.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,
Prof.univ.dr. Nicodim Liliana

Decan,
Prof.univ.dr.habil Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI (PROIECTE ECONOMICE)

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	ANTREPRENORIAL ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR (în limba engleză)
1.7 Anul universitar	2025 – 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PROIECTE ECONOMICE						
2.2 Cod disciplină	EBA1106						
2.3 Titularul activităților de curs	-						
2.4 Titularul activităților aplicative	Ec. dr. Lipara Daniel						
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	I	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DS/DOB

* 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	-	3.3 aplicații***	1
3.4 Total ore activități directe pe semestru						14	din care: 3.5 curs	-	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual						111				
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						29				
Pregătire pentru prezentări sau verificări										
Pregătire pentru examinarea finală						2				
Alte activități: consultații										
3.8 Total ore pe semestru			125							
3.9 Numărul de credite			5							

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Microeconomie, Economia întreprinderii, Management, Marketing
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	Cunoașterea și înțelegerea modului în care mediul concurențial al firmei, piața și indicatorii economico-financiari ajută la organizarea și conducerea unei afaceri
6.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea și înțelegerea unor noțiuni privind planul de afaceri în managementul firmei - Cunoașterea și înțelegerea unor noțiuni legate de mediul ambiant al firmei, organizarea și conducerea afacerii - Cunoașterea și înțelegerea unor noțiuni referitoare la produs, piață și elaborarea strategiilor de marketing - Cunoașterea și înțelegerea unor noțiuni privind estimarea veniturilor și cheltuielilor firmei - Cunoașterea și înțelegerea unor noțiuni referitoare la pragul de rentabilitate și indicatorii economico-financiari care pot fi utilizați pentru evaluarea afacerii

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică aplicabilitatea conceptelor economice la nivel operațional și strategic. - Absolventul deține cunoștințe avansate în domeniul antreprenoriatului. - Absolventul demonstrează înțelegerea avantajelor competitive în afaceri. - Absolventul definește etapele procesului de elaborare a strategiilor de marketing adaptate la obiectivele companiei. - Absolventul explică conceptele economice fundamentale și modul în care acestea influențează deciziile de afaceri în contexte competitive și dinamice.
Aptitudini	- Absolventul rezolvă probleme apărute prin adaptarea acțiunilor la contextul organizațional. - Absolventul analizează nevoile organizației pentru a planifica și alocă corect sarcinile. - Absolventul identifică avantajele competitive într-o economie globală. - Absolventul prelucrează și analizează date relevante pentru luarea deciziilor economice. - Absolventul interpretează indicatorii economico-financiari. - Absolventul alege strategii de marketing adecvate pentru atingerea obiectivelor proiectului. - Absolventul analizează comportamentul firmelor în diferite tipuri de piețe, cu accent pe formarea prețurilor, structura costurilor.
Responsabilitate și autonomie	- Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri. - Absolventul demonstrează capacitatea de a utiliza avantajele competitive în fundamentarea deciziilor economice. - Absolventul realizează analiza economico-financiară a organizației pe baza informațiilor furnizate de situațiile financiare. - Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora un plan financiar pentru un proiect antreprenorial. - Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta științific decizii cu privire la alegerea și implementarea tehnicilor de vânzare.



8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
-	-	-
Bibliografie		
-		
8.2 Aplicații (seminar)	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Definirea planului de afaceri	Fata in fata, prezenta in Campusul universitar	2
2. Analiza mediului ambiant al firmei		2
3. Modul de organizare și conducere al afacerii		2
4. Analiza produsului, pieței produsului și strategiile de marketing		3
5. Analiza și planificarea economico-financiară a activității		3
6. Evaluarea afacerii		2
Bibliografie		
[1]. Armstrong M., Mangement techniques, Anglia 1991		
[2]. Dalotă M., Cosma D., Planul de afaceri al firmei, studiu de caz, Ed. Mirton, Timișoara, 1997;		
[3]. Dalotă M., Donath Liliana, Planul de afaceri al firmei, instrument de management, Editura Sedona, Timișoara 1995		
[4]. Dănăiață I. (coordonator), Management – bazele teoretice, Ed. Mirton, Timisoara, 2002;		
[5]. Dobrotă N.(coordonator), Dicționar de economie, Ed. Economică, București, 1999		
[6]. Florescu C. (coordonator), Marketing, Ed. Marketer, București, 1992		
[7]. Jones G., Primii pași în afaceri, Ed.Teora, București, 1997		
[8]. Kotler Ph., Principles of Marketing, Third Edition, Prentice–Hall, Inc, Englerwood Cliffs, Nero Jersey, 1984		
[9]. Mocan M., Mocan Camelia, Planul de afaceri un instrument managerial accesibil, Ed. Eurobit, Timișoara, 1998		
[10]. Negruț C., Oancea M. Bazele Marketingului, Ed. Nero-G, Timisoara, 2004		
[11]. Pater M., Competitive strategies, Free press, Glencoe, 1980		
[12]. Sava Cipriana, Lazoc R., Economia întreprinderii de turism, Ed. Brumar, Timișoara, 2001		
[13]. West A., Planul de afaceri, Ed. Teora, București, 2000		
[14]. *** Agenția Națională pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie, Planul de afaceri, instrument al propriei afaceri, București, 2004		
[15]. *** Legea nr. 30/1990		
[16]. *** Legea nr.26/ 1996 privind Registrul Comerțului		
[17]. *** www.onrc.ro		

9. Evaluare

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



UOC-PO-10 Anexa 2

9.5 Aplicații (seminar)	• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate. • Participarea activă la seminarii. • Creativitatea. • Conștiințiozitatea. • Interesul pentru studiu individual și în echipă. • Frecvența la seminarii.	Observare sistematică, studii, discuții libere, frecvența la seminarii, Proiect în baza conținutului seminariilor	100%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
• Minim nota 5 la proiectul întocmit • Minim 2 intervenții active în cadrul seminarului (răspuns la întrebări) • Frecvența la seminarii (minim 3 prezențe la seminarii)			

Data completării,
23/09/2025

Titular activității de curs,
Nume/Prenume /Semnătura

Titular aplicații,
Ec.dr. Lipara Daniel

-

Data avizării în Departament,
29/09/2025

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

Decan,
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI
ANTREPRENORIAL ȘI INOVARE

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	Entrepreneurship and Business Administration
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			Antreprenoriat și inovare				
2.2 Cod disciplină			MEBA1207				
2.3 Titularul activităților de curs			Prof. univ. dr. Micu Angela-Eliza				
2.4 Titularul activităților aplicative			Prof. univ. dr. Micu Angela-Eliza				
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare	EX	2.8 Regimul disciplinei	DS/DOB

* 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	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					83
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					17
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Pregătire pentru prezentări sau verificări					15
Pregătire pentru examinarea finală					14
Alte activități: consultații					2
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7= 125				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
-------------------	---



4.2 de rezultate ale învățării	Sunt necesare competențe de documentare care vor susține dobândirea și aprofundarea conceptelor și practicilor prezentate în timpul prelegerilor.
--------------------------------	---

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

5.1. de desfășurare a cursului	- Videoproiector - Laptop
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	- Videoproiector - Laptop

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către masteranzi a conceptelor ce contribuie la înțelegerea procesului de creare a unei afaceri, dezvoltarea capacității de a identifica oportunități de afaceri, dar și de a învăța tehnici influente și practice de inovație
6.2 Obiectivele specifice	- Acumularea de cunoștințe de bază privind conținutul și rolul inovării și antreprenoriatului în actualul context global; - Dezvoltarea abilităților și deprinderilor pentru punerea în practică a ideilor antreprenoriale având la bază procesul de inovare; - Formarea unei gândiri manageriale sistemice, strategice și critice pentru rezolvarea unor probleme complexe.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică principiile și etapele procesului de bugetare. - Absolventul explică conceptele fundamentale de strategie și planificare în managementul. - Absolventul definește instrumentele utilizate pentru evaluarea și dezvoltarea afacerilor. - Absolventul definește mecanismele colaborării eficiente între departamente. - Absolventul deține competențe în managementul resurselor necesare inițierii și dezvoltării afacerilor. - Absolventul deține cunoștințe despre comunicarea eficientă în echipele de implementare și dezvoltare a afacerilor. - Absolventul explică aplicabilitatea conceptelor economice la nivel operațional și strategic. - Absolventul deține cunoștințe avansate privind procesul de aprovizionare pe baza gestionării lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii. - Absolventul identifică și analizează elementele care definesc activitățile de aprovizionare - Absolventul deține cunoștințe avansate în domeniul antreprenoriatului.
------------	---



Aptitudini	-Absolventul identifică oportunități pentru elaborarea strategiilor de dezvoltare organizațională. -Absolventul alege metode de gestionare a relațiilor cu clienții și furnizorii. -Absolventul alege metode eficiente pentru optimizarea proceselor de implementare. -Absolventul rezolvă probleme apărute prin adaptarea acțiunilor la contextul organizațional. -Absolventul analizează nevoile organizației pentru a planifica și aloca corect sarcinile. -Absolventul conduce echipe și facilitează colaborarea între membrii acestora. -Absolventul urmărește progresul colectiv și ajustează strategiile pentru atingerea obiectivelor. -Absolventul dezvoltă abilități avansate pentru proiectarea rețelelor de aprovizionare în cadrul organizației.
Responsabilitate și autonomie	- Absolventul dezvoltă metode pentru monitorizarea și evaluarea impactului măsurilor implementate. - Absolventul demonstrează inițiativa în dezvoltarea organizațională și propune soluții inovatoare. - Absolventul dezvoltă abilități de conducere responsabilă a echipelor pentru atingerea obiectivelor. -Absolventul demonstrează capacitatea de a cultiva cooperarea și eficiența în cadrul organizației. -Absolventul demonstrează capacitatea de a gestiona schimbările organizaționale în mod eficient. -Absolventul demonstrează responsabilitate în asigurarea respectării standardelor și criteriilor de calitate. -Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri. -Absolventul demonstrează menajerie antreprenorială, creează un mediu de lucru productiv. -Absolventul își asumă un rol activ în formularea de politici și măsuri strategice bazate pe analiza de nevoi și cercetare empirică.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Introducere în antreprenoriat 1.1. Ce este un antreprenor? 1.2. Competențe personale antreprenoriale 1.3. Metode, tehnici și instrumente folosite de antreprenori	Prelegere participativă, dezbateri, expunere, problematizare	4
2. Planul de afaceri 2.1. Managementul marketingului 2.2. Managementul personalului 2.3. Management financiar 2.3.1. Surse de finanțare 2.3.2. Întocmirea și depunerea situațiilor financiare și a raportărilor contabile	În format fizic, față în față și în format online pe platforma webex	6



3. Importanța modelelor de afaceri și a Business Model Canvas 3.1. Tipuri de modele de afaceri și proiectarea celui mai bun model de afaceri 3.2. Pilonii și componentele principale ale modelului de afaceri 3.3. Crearea Business Model Canvas		6
4. Scanarea ideilor și a oportunităților de afaceri 4.1. Antreprenoriatul și inovarea 4.2. Metode de generare a ideilor de afaceri 4.3. De la idee la oportunitate 4.4. Filtrarea ideilor și a oportunităților de afaceri		4
5. Dezvoltarea de noi produse 5.1. Transfer de tehnologie 5.1.1. Proces 5.1.2. Date 5.1.3. Organizare 5.1.4. Cadru 5.2. Cercetare și dezvoltare		4
6. Comunicare și negociere 6.1. Comunicare și negociere: definire și obiective 6.2. Conflict și cooperare în societatea în schimbare 6.3. Grupul, dinamica de comunicare și formarea echipei 6.4. Paradigme ale negocierii: conflict și cooperare 6.5. Stiluri de negociere și calități ale negociatorului 6.6. Dinamica negocierii și evaluarea		4
Bibliografie [1]. Amit Raphael, Zott Christoph (2020), Business Model Innovation Strategy. Transformational Concepts and Tools for Entrepreneurial Leaders”, Wiley [2]. Baden-Fuller Charles, Mangematin Vincent, (2015), Business Models and Modelling, Emerald Publishing [3]. Bessant John, Pavitt Keith, Tidd Joe, (2005), Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organisational Change. 3rd edition. London: Wiley & Sons [4]. Bessant John, & Tidd Joe, (2015), Innovation and entrepreneurship, 3rd edition. London: Wiley & Sons [5]. Bookboon.com - “Technology-Based Entrepreneurship”, www.bookboon.com [6]. Carayannis E., Samara E., Bakouros, Y. (2015), Innovation and Entrepreneurship. Theory, Policy and Practice, Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht London [7]. Dalton Chris, (2016), Brilliant Strategy for Bussiness. How to plan, implement and evaluate strategy at any level of management, Editura Pearson Education Limited [8]. Friend Graham, Zehle Stefan, (2009), Guide to Business Planning, Second Edition [9]. Hague Paul, (2023) The Business Models Handbook. The Tools, Techniques and Frameworks Every Business Professional Needs to Succeed, 2 nd Edition, Kogan Page [10]. Micu Angela-Eliza, (2021), Strategii de dezvoltare a firmei - abordări practice, Editura Galați University Press, Galați		



Bibliografie

- [11]. Micu Angela-Eliza, Bleoju Gianita, (2017), Corporate Development Strategy Modeling, Editura Didactică și Pedagogică, București
- [12]. North Klaus, Varvakis Gregorio, (2016), Competitive Strategies for Small and Medium, Enterprises, <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-27303-7>
- [13]. Osterwalder Alexander, Pigneur Yves, (2017), Business Model Generation, Editura PublicaAng
- [14]. Seelos Christian, & Mair Johanna, (2017), Innovation and scaling for impact: How effective social enterprises do it. Los Angeles: Stanford University Press
- [15]. Tennent John, Friend Graham, (2011), Guide to Business Modelling, Economist Books, 2011
- [16]. Vizjak Andrej, Iuga Vasile, (2010), Formule de succes pentru următorul deceniu – companii care au învins criza, Editura Economică
- [17]. Resursele Bibliotecii Universitare [\[link\]](#) accesate de pe server-ul Universității Ovidius din Constanța

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Practici esențiale utilizate de cei mai mari antreprenori 1.1. Conștientizarea misiunii 1.2. Viziunea client/produs 1.3. Punerea strategiei în practică 1.4. Inovația rapidă 1.5. Comportamentul încrezător în sine	Dezbateri tematică interactivă, Exemple, studii de caz În format fizic, față în față și în format online pe platforma webex	2
2. Prezentarea modelelor de afaceri și semnificația lor în peisajul de afaceri 2.1. Examinarea diferitelor tipologii de modele de afaceri, inclusiv modele tradiționale și inovatoare 2.2. Strategii pentru proiectarea și personalizarea modelelor de afaceri pentru a se potrivi industriilor și contextelor specifice 2.3. Studii de caz care ilustrează un model de afaceri de succes		2
3. Analiza aprofundată a pilonilor cheie care susțin un model de afaceri 3.1. Identificarea și explorarea principalelor componente esențiale pentru o afacere durabilă și scalabilă 3.2. Exerciții practice de evaluare și consolidare a pilonilor unui model de afaceri		2
4. Importanța procesului de creație în inovare 4.1. Fazele procesului de creație 4.2. Etapele procesului de inovare 4.3. Idei de afaceri rezultate utilizând diferite metode de generare a acestora 4.4. Modelul RAMP de evaluare a ideilor de afaceri		2
5. Dezvoltarea de noi produse 5.1. Gestionarea datelor de produs (PDM) 5.2. Gestionarea ciclului de viață al produsului (PLM) 5.3. Dezvoltarea tehnologiilor prin managementul tehnologiei		2



6. Managementul relațiilor cu clienții		
6.1. Procesul de descoperire a clienților		2
6.2. Procesul de fertilizare a numărului de clienți		
7. Comunicare și negociere		
7.1. Exerciții de negociere pe temele alese în paradigma conflictului, respectiv a cooperării		2
7.2. Exerciții de autoevaluare privind stilurile de negociator		
Bibliografie		
[1]. Amit Raphael, Zott Christoph (2020), Business Model Innovation Strategy. Transformational Concepts and Tools for Entrepreneurial Leaders”, Wiley [2]. Baden-Fuller Charles, Mangematin Vincent, (2015), Business Models and Modelling, Emerald Publishing [3]. Bessant John, Pavitt Keith, Tidd Joe, (2005), Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organisational Change. 3rd edition. London: Wiley & Sons [4]. Bessant John, & Tidd Joe, (2015), Innovation and entrepreneurship, 3rd edition. London: Wiley & Sons [5]. Bookboon.com - “Technology-Based Entrepreneurship”, www.bookboon.com [6]. Carayannis E., Samara E., Bakouros, Y. (2015), Innovation and Entrepreneurship. Theory, Policy and Practice, Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht London [7]. Dalton Chris, (2016), Brilliant Strategy for Bussiness. How to plan, implement and evaluate strategy at any level of management, Editura Pearson Education Limited [8]. Friend Graham, Zehle Stefan, (2009), Guide to Business Planning, Second Edition [9]. Hague Paul, (2023) The Business Models Handbook. The Tools, Techniques and Frameworks Every Business Professional Needs to Succeed, 2nd Edition, Kogan Page [10]. Micu Angela-Eliza, (2021), Strategii de dezvoltare a firmei - abordări practice, Editura Galați University Press, Galați [11]. Micu Angela-Eliza, Bleoju Gianita, (2017), Corporate Development Strategy Modeling, Editura Didactică și Pedagogică, București [12]. North Klaus, Varvakis Gregorio, (2016), Competitive Strategies for Small and Medium, Enterprises, https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-27303-7 [13]. Osterwalder Alexander, Pigneur Yves, (2017), Business Model Generation, Editura PublicaAng [14]. Seelos Christian, & Mair Johanna, (2017), Innovation and scaling for impact: How effective social enterprises do it. Los Angeles: Stanford University Press [15]. Tennent John, Friend Graham, (2011), Guide to Business Modelling, Economist Books, 2011 [16]. Vizjak Andrej, Iuga Vasile, (2010), Formule de succes pentru următorul deceniu – companii care au învins criza, Editura Economică [17]. Resursele Bibliotecii Universitare [link] accesate de pe server-ul Universității Ovidius din Constanța		

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	Examen scris	75%
	• Capacitatea de analiză și interpretare a cunoștințelor;		
	• Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate;		
	• Frecvența la cursuri.		
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Observația sistematică, proiecte, studii, teme	25%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Minim nota 5 la evaluarea finală			

Data completării,
25.09.2025

Titular activităților de curs,
Prof.univ.dr. Micu Angela-Eliza

Titular aplicații,
Prof.univ.dr. Micu Angela-Eliza

Data avizării în Departament,
29.09.2025

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

Decan,
Prof. univ. dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI
LEADERSHIP ȘI COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL ÎN
ÎNȚEPRINDERI NOU-ÎNFIINȚATE

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	ANTREPRENORAT ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	LEADERSHIP ȘI COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL ÎN ÎNȚEPRINDERI NOU-ÎNFIINȚATE						
2.2 Cod disciplină	EBA1208						
2.3 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Antoși Ionuț						
2.4 Titularul activităților aplicative	Lect. univ. dr. Antoși Ionuț						
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei */**	DC/DOB

* 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						28	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual										97
Distribuția fondului de timp										[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată										35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren										25
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						125				
3.9 Numărul de credite						5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Managementul afacerilor, Antreprenoriat
-------------------	--



4.2 de rezultate ale învățării	Înțelegerea fundamentelor afacerilor, abilități de gândire critică, cunoștințe de bază despre ecosistemele startup-urilor
--------------------------------	---

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

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

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea competențelor studenților în înțelegerea și aplicarea teoriilor de leadership și a principiilor comportamentului organizațional în contextul unic al noilor întreprinderi, permițându-le să conducă în mod eficient echipele de start-up și să construiască culturi organizaționale de înaltă performanță.
6.2 Obiectivele specifice	• Înțelegerea provocărilor specifice leadershipului în mediul antreprenorial • Dezvoltarea capacității de a analiza și influența comportamentul organizațional în cadrul startup-urilor • Stăpânirea tehnicilor de construire și conducere a echipelor de startup-uri performante • Învățarea creării și menținerii culturilor organizaționale antreprenoriale

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	• Absolvenții posedă competențe în gestionarea resurselor necesare pentru inițierea și dezvoltarea afacerilor. • Absolvenții posedă cunoștințe despre comunicarea eficientă în echipele de implementare și dezvoltare a afacerilor. • Absolvenții posedă cunoștințe avansate în domeniul antreprenoriatului.
Aptitudini	• Absolvenții rezolvă problemele care apar adaptându-și acțiunile la contextul organizațional. • Absolvenții conduc echipe și facilitează colaborarea între membrii acestora. • Absolvenții analizează nevoile organizației pentru a planifica și alocă sarcinile în mod corect.
Responsabilitate și autonomie	• Absolvenții dezvoltă competențe în conducerea responsabilă a echipei pentru atingerea obiectivelor. • Absolvenții demonstrează capacitatea de a promova cooperarea și eficiența în cadrul organizației. • Absolvenții demonstrează o mentalitate antreprenorială și creează un mediu de lucru productiv.

8. Conținuturi



8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Introducere în leadership în întreprinderile noi	Prelegere online/fizic	1
2. Teorii de leadership și contextul antreprenorial		1
3. Bazele comportamentului organizațional		2
4. Construirea și conducerea echipelor de start-up		2
5. Cultura organizațională în întreprinderile noi		2
6. Comunicare și influență		2
7. Luarea deciziilor și rezolvarea problemelor		2
8. Gestionarea conflictelor și negocierea		2
Bibliografie [1]. Kuratko, D. F., Morris, M. H., Covin J.G. (2007). Corporate Entrepreneurship & Innovation. Cengage Learning. [2]. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). Organizational Behavior (19th ed.). Pearson. [3]. Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and Practice (9th ed.). SAGE Publications		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Autoevaluarea leadershipului și planul de dezvoltare personală	Discuții/Dezbateri studii de caz online/fizic	2
2. Provocările leadershipului în startup-uri – Studii de caz		3
3. Cultura organizațională – Studii de caz		3
4. Abilități de comunicare în leadership		2
5. Rezolvarea conflictelor		2
Bibliografie [1]. Kuratko, D. F., Morris, M. H., Covin J.G. (2007). Corporate Entrepreneurship & Innovation. Cengage Learning. [2]. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). Organizational Behavior (19th ed.). Pearson. [3]. Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and Practice (9th ed.). SAGE Publications		

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 cunoștințele asimilate	Examen scris tip grilă	70%



UOC-PO-10 Anexa 2

9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație afărent disciplinei</i>	• Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor acumulate; • Participarea activă la seminarii; • Creativitatea și originalitatea; • Interesul pentru studiu individual.	Proiecte individuale/Teste	30%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			

Data completării,
22.09.2025

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume /Semnătura
Lect. univ. dr. Antohi Ionuț

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura

Lect. univ. dr. Antohi Ionuț

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
STATISTICĂ MULTIVARIATĂ APLICATĂ ÎN ADMINISTRAREA AFACERILOR

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 Profesional
1.6 Programul de studii	ANTREPRENORIAL ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.7 Anul universitar	

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Statistică multivariată aplicată în administrarea afacerilor					
2.2 Cod disciplină	EBA 1209					
2.3 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Aivaz Kamer-Ainur					
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof. univ. dr. Aivaz Kamer-Ainur					
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare	Ex	2.8 Regimul disciplinei */**
						DS/DOP

* 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	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					83
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Pregătire pentru prezentări sau verificări					10
Pregătire pentru examinarea finală					13
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	1. Cunoștințe de bază în statistica descriptivă și inferențială. 2. Abilități fundamentale în analiza datelor 3. Cunoștințe de bază în administrarea afacerilor. O înțelegere a principiilor de bază ale administrării afacerilor este benefică, deoarece multe dintre tehnicile analitice vor fi aplicate în contexte de afaceri.
-------------------	--



	Aceste precondiții asigură că studenții sunt pregătiți pentru complexitatea tehnicilor abordate în cadrul cursului și pot participa activ și eficient la activitățile și proiectele propuse.
4.2 de rezultate ale învățării	1. <i>Competențe analitice:</i> Capacitatea de a gândi critic și de a analiza cantitativ și calitativ datele, interpretând corect rezultatele pentru a formula concluzii bine fundamentate. 2. <i>Competențe matematice:</i> O bună înțelegere a algebrei, probabilităților și, ideal, a calculului diferențial și integral, pentru a putea urmări cu succes metodele statistice avansate. 3. <i>Competențe tehnologice:</i> Abilități de utilizare a software-urilor statistice 4. <i>Competențe de comunicare:</i> Capacitatea de a prezenta și explica rezultatele analizelor într-un mod clar și concis, atât în scris, cât și oral, adaptând complexitatea informațiilor la diferite audiențe.

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

5.1. de desfășurare a cursului	1. <i>Materiale și resurse didactice:</i> Se va asigura accesul la materiale didactice actualizate, incluzând slide-uri de prezentare, articole de specialitate, studii de caz și seturi de date pentru analiză. 2. <i>Interacțiunea cu profesorul:</i> Profesorul va fi disponibil pentru consultări, atât în timpul orelor de curs, cât și în afara acestora, prin întâlniri față în față sau sesiuni online, pentru a discuta și clarifica diverse aspecte legate de curs.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului proiectului*	1. <i>Activități practice:</i> Seminariile se vor concentra pe exerciții aplicate și studii de caz, unde studenții vor putea practica tehnicile învățate și vor lucra în grupuri pentru a dezvolta abilități de lucru în echipă. 2. <i>Evaluare și feedback:</i> Fiecare seminar va include sesiuni de evaluare a progresului, prin teste rapide, prezentări de grup sau lucrări individuale, cu feedback constructiv din partea asistentului de curs. 3. <i>Utilizarea tehnologiei:</i> Seminariile vor folosi intensiv software-uri de analiză statistică, iar studenții trebuie să aibă acces la computere adecvate și la software-ul necesar pentru desfășurarea activităților. 4. <i>Participare și interactivitate:</i> Se așteaptă ca studenții să participe activ la discuțiile din seminar și să colaboreze cu colegii și cu asistentul de curs pentru rezolvarea problemelor și proiectelor prop

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al acestei discipline este de a dezvolta abilitățile de analiză și interpretare a datelor, permitându-le studenților să înțeleagă și să aplice principalele tehnici statistice în contextul afacerilor, pentru a sprijini luarea deciziilor bazată pe dovezi.
---------------------------------------	--



6.2 Obiectivele specifice	1. <i>Pregătirea datelor pentru analiza cantitativă:</i> Învățarea tehnicilor de gestionare a datelor, inclusiv identificarea și tratamentul valorilor extreme și lipsă, precum și transformarea variabilelor pentru analiză. 2. <i>Analiza univariată și bivariată a datelor:</i> Aplicarea analizei statistice descriptive pentru a rezuma și interpreta seturile de date; Înțelegerea și utilizarea testelor de asociere între variabile calitative; Explorarea relațiilor și corelațiilor dintre variabile cantitative prin metode statistice; Utilizarea analizei de regresie liniară și a ANOVA pentru a evalua influențele și relațiile dintre variabile. 3. <i>Analiza multivariată folosind metode de reducere a datelor:</i> Implementarea analizei componentelor principale și a analizei factoriale exploratorii pentru a reduce dimensiunea datelor și a identifica structuri latente. 4. <i>Analiza multivariată folosind metode de clasificare:</i> Aplicarea tehnicilor de clasificare supervizate pentru a anticipa și modela categoriile de răspuns bazate pe datele observate; Utilizarea metodelor de clasificare nesupervizate pentru a descoperi grupări naturale și modele în seturi de date.
---------------------------	--

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul explică diferitele surse de finanțare disponibile pentru proiecte și afaceri. - Absolventul explică importanța bugetării și finanțării în managementul financiar. - Absolventul definește metodologiile specifice de cercetare utilizate în domeniul economic. - Absolventul deține cunoștințe solide despre instrumentele și tehnicile de finanțare și bugetare. - Absolventul definește conceptele fundamentale din analiza datelor. - Absolventul deține competențe în aplicarea metodologiilor statistice și de cercetare pentru analiza datelor. - Absolventul definește criteriile de selecție și aplicare a metodologiilor de cercetare în studii economice. - Absolventul identifică și înregistrează operațiunile economice în contabilitatea entității/organizației. - Absolventul prelucrează informații în vederea întocmirii de rapoarte financiar- contabile și/sau fiscale. - Absolventul identifică principalele concepte și instrumente financiare utilizate în analiza și finanțarea proiectelor antreprenoriale.
Aptitudini	- Absolventul elaborează și analizează planuri financiare pentru diverse tipuri de proiecte. - Absolventul conduce procesul de dezvoltare a proiectelor economice și financiare. - Absolventul modelează fenomene economice utilizând tehnici specifice de modelare economică. - Absolventul prelucrează și analizează date relevante pentru luarea deciziilor economice. - Absolventul identifică și rezolvă probleme complexe în contextul planificării financiare. - Absolventul alege metode adecvate de prelucrare a datelor pentru optimizarea rezultatelor economice. - Absolventul aplică adecvat diferite tehnici de cercetare cantitativă și calitativă. - Absolventul interpretează indicatorilor economico-financiar. - Absolventul va evalua fezabilitatea economico-financiară a unui proiect de investiții, utilizând metode specifice



Responsabilitate și autonomie	- Absolventul analizează cerințele de afaceri pentru optimizarea proceselor organizaționale. - Absolventul gestionează cunoștințele de afaceri pentru susținerea deciziilor strategice. - Absolventul dezvoltă analize privind procesele de afaceri pentru îmbunătățirea performanței. - Absolventul realizează rapoarte privind administrarea afacerilor, asigurând transparența și acuratețea informațiilor. - Absolventul sprijină menținerea și consolidarea sănătății financiare a proiectelor prin intervenții adecvate. - Absolventul realizează analiza economico-financiară a organizației pe baza informațiilor furnizate de situațiile financiare. - Absolventul interpretează rezultatele financiare prin raționamente specifice și extrapolează rezultatele în vederea fundamentării deciziilor. - Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora un plan financiar pentru un proiect antreprenorial.
--------------------------------------	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Capitolul 1 Pregătirea datelor pentru analiza cantitativă	Prelegere Dezbateri interactive, aplicații	
Identificarea valorilor extreme		2
Înlocuirea valorilor lipsă și transformarea variabilelor		2
Capitolul 2 Analiza univariată și bivariată a datelor		
2.1. Analiza statistică descriptivă a datelor		2
2.4. Asocierea dintre variabilele calitative		2
2.5. Corelația dintre variabilele cantitative		2
2.6. Analiza de regresie liniară	În modul mixt, fizic 50% și online 50% din totalul activităților de predare.	2
2.7. ANOVA ca regresie		4
Capitolul 3 Analiza multivariată folosind metode de reducere a datelor	Cursurile 1-6 în format fizic, în perioada 1 oct. 2025-9 nov. 2025 Cursurile 7-11 în online, în perioada următoare.	
3.1. Analiza componentelor principale		4
3.2. Analiza factorială exploratorie a corespondentelor		2
Capitolul 4 Analiza multivariată folosind metode de clasificare		
4.1. Metode supervizate de clasificare		2
4.2. Metode nesupervizate de clasificare		4



Bibliografie

- [1]. Arkkelin, D. (2014). Using SPSS to understand research and data analysis.
- [2]. Behrens, J. T., & Yu, C. H. (2003). Exploratory data analysis. *Handbook of psychology*, 2, 33-64.
- [3]. Behrens, J. T., & Yu, C. H. (2003). Exploratory data analysis. *Handbook of psychology*, 2, 33-64.
- [4]. Bryman, A., & Cramer, D. (2012). *Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 & 19: A guide for social scientists*. Routledge.
- [5]. Carmen Pintilescu, Analiza statistică a datelor în SPSS și R, SEDCOM LIBRIS, 2022
- [6]. Cleff, Thomas. "Exploratory data analysis in business and economics." *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0> (2014).
- [7]. Cleff, T. (2019). *Applied statistics and multivariate data analysis for business and economics: A modern approach using SPSS, Stata, and Excel*. Springer.
- [8]. DuToit, Stephen HC, A. Gert W. Steyn, and Rolf H. Stumpf. *Graphical exploratory data analysis*. Springer Science & Business Media, 2012.
- [9]. Frieden, R., & Gatenby, R. A. (Eds.). (2010). *Exploratory data analysis using Fisher information*. Springer Science & Business Media.
- [10]. Jambu, Michel. *Exploratory and multivariate data analysis*. Elsevier, 1991.
- [11]. Meyers, L. S., Gamst, G. C., & Guarino, A. J. (2013). *Performing data analysis using IBM SPSS*. John Wiley & Sons.
- [12]. Morgan, G. A., Barrett, K. C., Leech, N. L., & Gloeckner, G. W. (2019). *IBM SPSS for introductory statistics: Use and interpretation*. Routledge.
- [13]. Mukhiya, S. K., & Ahmed, U. (2020). *Hands-On Exploratory Data Analysis with Python: Perform EDA techniques to understand, summarize, and investigate your data*. Packt Publishing Ltd.
- [14]. Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS*. Routledge.
- [15]. Stehlik-Barry, K., & Babinec, A. J. (2017). *Data analysis with IBM SPSS statistics*. Packt Publishing Ltd.
- [16]. Watkins, M. W. (2021). *A step-by-step guide to exploratory factor analysis with SPSS*. Routledge.

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

	Metode de predare	Număr ore alocate
Capitolul 1 Pregătirea datelor pentru analiza cantitativă	Prelegere Dezbateri interactive, aplicații În modul mixt, fizic 65% și online 35% din totalul activităților de seminar.	
Identificarea valorilor extreme		1
Înlocuirea valorilor lipsă și transformarea variabilelor		1
Capitolul 2 Analiza univariată și bivariată a datelor		
2.1. Analiza statistică descriptivă a datelor		1
2.4. Asocierea dintre variabilele calitative		1
2.5. Corelația dintre variabilele cantitative		1
2.6. Analiza de regresie liniară		1
2.7. ANOVA ca regresie		2
Capitolul 3 Analiza multivariată folosind metode de reducere a datelor		
3.1. Analiza componentelor principale	Seminarele din perioada 1 oct-26 oct 2026 se vor desfășura online, iar restul, în perioada următoare, fizic.	2
3.2. Analiza factorială exploratorie a corespondentelor		1
Capitolul 4 Analiza multivariată folosind metode de clasificare		
4.1. Metode supervizate de clasificare		2
4.2. Metode nesupervizate de clasificare		1



Bibliografie

- [1]. Arkkelin, D. (2014). Using SPSS to understand research and data analysis.
- [2]. Behrens, J. T., & Yu, C. H. (2003). Exploratory data analysis. *Handbook of psychology*, 2, 33-64.
- [3]. Behrens, J. T., & Yu, C. H. (2003). Exploratory data analysis. *Handbook of psychology*, 2, 33-64.
- [4]. Bryman, A., & Cramer, D. (2012). *Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 & 19: A guide for social scientists*. Routledge.
- [5]. Carmen Pintilescu, Analiza statistică a datelor în SPSS și R, SEDCOM LIBRIS, 2022
- [6]. Cleff, Thomas. "Exploratory data analysis in business and economics." *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0> (2014).
- [7]. Cleff, T. (2019). *Applied statistics and multivariate data analysis for business and economics: A modern approach using SPSS, Stata, and Excel*. Springer.
- [8]. DuToit, Stephen HC, A. Gert W. Steyn, and Rolf H. Stumpf. *Graphical exploratory data analysis*. Springer Science & Business Media, 2012.
- [9]. Frieden, R., & Gatenby, R. A. (Eds.). (2010). *Exploratory data analysis using Fisher information*. Springer Science & Business Media.
- [10]. Jambu, Michel. *Exploratory and multivariate data analysis*. Elsevier, 1991.
- [11]. Meyers, L. S., Gamst, G. C., & Guarino, A. J. (2013). *Performing data analysis using IBM SPSS*. John Wiley & Sons.
- [12]. Morgan, G. A., Barrett, K. C., Leech, N. L., & Gloeckner, G. W. (2019). *IBM SPSS for introductory statistics: Use and interpretation*. Routledge.
- [13]. Mukhiya, S. K., & Ahmed, U. (2020). *Hands-On Exploratory Data Analysis with Python: Perform EDA techniques to understand, summarize, and investigate your data*. Packt Publishing Ltd.
- [14]. Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS*. Routledge.
- [15]. Stehlik-Barry, K., & Babinec, A. J. (2017). *Data analysis with IBM SPSS statistics*. Packt Publishing Ltd.
- [16]. Watkins, M. W. (2021). *A step-by-step guide to exploratory factor analysis with SPSS*. Routledge.

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	75%
9.5. Aplicații	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Prezentarea unui proiect / studiu de caz	25%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Minim nota 5 la susținerea proiectului.			

Data completării,
25.09.2025

Titular activităților de curs,
Prof.univ.dr. habil. Aivaz Kamer-Ainur

Titular aplicații,
Prof.univ.dr. habil. Aivaz Kamer-Ainur

Data avizării în Departament,
29.09.2025

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

Decan,
Prof.univ.dr. Spătariu Elena



FIȘA DISCIPLINEI
(Engleza de afaceri pentru un avantaj competitiv)

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Departamentul de Economie Generală
1.4 Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii	Entrepreneurship and Business Administration
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Engleza de afaceri pentru un avantaj competitiv					
2.2 Cod disciplină	MEBA 1210					
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Eleonora Băcă					
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. Eleonora Băcă					
2.5 Anul de studii	1	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei */** DC/DOB

* 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	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					97
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Pregătire pentru prezentări sau verificări					-
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultatii					-
3.8 Total ore pe semestru	3.4. + 3.7		125		
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul	
4.2 de rezultate ale învățării	Competențe de comunicare în limba engleză, minim nivel B1-B2.	

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



5.1. de desfășurare a cursului	• Computer/ tabletă/ telefon, cameră video, microfon, conexiune la internet • Sală de curs, mijloace de învățământ (tablă, texte tipărite, telefon, boxe) Material didactic (materiale din bibliografie, înregistrări sonore, clipuri video)
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	• Computer/ tabletă/ telefon, cameră video, microfon, conexiune la internet • Sală de curs, mijloace de învățământ (tablă, texte tipărite, telefon, boxe) • Material didactic (materiale din bibliografie, înregistrări sonore, clipuri video) • Condiții de învățare activă și interactivă, activități didactice desfășurate în spirit problematizant. • Reguli de conduită în cadrul seminarului Termenul predării lucrării de seminar este stabilit de cadrul didactic, de comun acord cu studenții.

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Sprijinirea studentilor în însușirea termenilor și noțiunilor specifice domeniului de pregătire și specializare (înțelegerea textelor din domeniul economic, studii de caz etc.)
---------------------------------------	--



6.2 Obiectivele specifice	• Obiective ce vizează explicarea și interpretarea: ○ Să înțeleagă corect documente în format scris și audio-video. ○ Să utilizeze structurile semantice și de vocabular adaptate unui text economic scris sau oral • Obiective instrumental-aplicative: ○ Să utilizeze corect structurile lingvistice corespunzătoare diferitelor acte de limbaj (ofertă, cerere, refuz, invitație, acceptare etc.) ○ Să mențină coerența și conexiunea elementelor de vocabular și gramatică în redactarea unui text economic ○ Să aleagă structura terminologică cea mai potrivită într-un context economic • Obiective afectiv-atitudinale: Să comunice adecvat în limba engleză în contexte generale și în context economic.
---------------------------	---

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul -definește în mod adecvat construcțiile lingvistice pe care si le însușește -descrie utilizând un limbaj variat informațiile pe care le primește din textele economice si contextele propuse -explica diversele contexte profesionale si conceptele economice pe care le intalneste in structura terminologica cea mai adecvata contextului dat -intelege contextul cultural-economic al comunicărilor pe care le parcurge.
Aptitudini	Studentul -aplica în mod adecvat cunostintele acumulate anterior -analizeaza din perspectiva unui viitor profesionist in domeniu variatele contexte lingvistice propuse -utilizeaza termenii economici avand proprietatea lor -comunica eficient cu alti vorbitori de limba engleza -planifica discursul si caile de comunicare disponibile in mod eficient. -opereaza la un nivel afectiv-atitudinal corespunzator, utilizand bagajul lingvistic acumulat.
Responsabilitate și autonomie	Studentul -se informeaza asupra conceptelor economice intalnite -se documenteaza asupra contextelor noi, dar si asupra modificarilor aparute -manifesta perseverenta si initiativa in realizarea sarcinilor pe care le propune cadrul didactic -colaboreaza eficient in cadrul grupului de lucru care ii este alocat -respecta principiile , normele si valorile de etica si integritate academica.

8. Conținuturi



8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Eticheta in afaceri- Presentari, primele impresii	Expunerea,	2
Training pentru lideri	Conversații,	2
Procesul decizional	Exerciții,	2
Managementul relatiei cu clientul	Lectura, Studiu	2
Piata muncii- noi curente in resursele umane	de caz, Joc de	2
Etica afacerilor - elemente de responsabilitate corporativa	rol, Dezbateri,	1
Recapitulare in vederea testarii semestriale	Proiecte	1
Colocviu	Online curs - 7 săptămâni în perioada 23.02.2026-09.04.2026;	2
Bibliografie		
[1]. David Cotton, David Falvey, Simon Kent- Market Leader , 3rd Edition, Advanced-Course book, Pearson Longman, 2016		
[2]. John Rogers- Market Leader , 3rd Edition, Advanced- Practice file, Pearson Longman, 2016		
[3]. McLean Scott, <i>Business English for Success</i> , The Saylor Foundation, 2011		
[4]. Miles Andrew D., <i>250 Ways to Say It in Business English</i> , English for Business, Barcelona, 2010		
[5]. Moore Lori Harvill, <i>Business Communication: Achieving Results</i> , Bookboon, 2013		
[6]. Mumby, D., <i>Organizational Communication: A Critical Approach</i> . Thousand Oaks, CA: Sage, 2013.		
[7]. Miller, K., <i>Organizational Communication: Approaches and Processes</i> , Boston, MA: Wadsworth-Cengage, 2012		
[8]. Munter Mary, <i>Guide to Managerial Communication</i> (6th Edition), Prentice Hall, 2012		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*	Metode de predare	Număr ore alocate
*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei		
Intalniri de afaceri-registrele de limba	Expunerea,	2
Studiu de caz	Conversații,	
Studiu de caz- alegerea unui spatiu pentru o conferinta, sustinerea punctului de Vedere propriu	Exerciții,	3
Procesul decizional- asezarea in pagina si structura unui raport	Lectura, Studiu	2
Studiu de caz- relansarea unui site home2U, comunicatul de presa, product endorsement	de caz, Joc de	2
Studiu de caz: imbunatatirea unui email si evitarea unui potential conflict:comunicatul de presa, limitarea pagubelor, intalniri si agende de afaceri	rol, Dezbateri,	
	Proiecte	2
Studiu de caz: rezolvarea problemelor de etica	seminarii online– 5 săptămâni în perioada 23.02.2026-29.03.2026	2
Colocviu		1



Bibliografie

- [1]. David Cotton, David Falvey, Simon Kent- Market Leader , 3rd Edition, Advanced- Course book, Pearson Longman, 2016
- [2]. John Rogers- Market Leader , 3rd Edition, Advanced- Practice file, Pearson Longman, 2016
- [3]. McLean Scott, Business English for Success, The Saylor Foundation, 2011
- [4]. Miles Andrew D., 250 Ways to Say It in Business English, English for Business, Barcelona, 2010
- [5]. Moore Lori Harvill, Business Communication: Achieving Results, Bookboon, 2013
- [6]. Mumby, D., Organizational Communication: A Critical Approach. Thousand Oaks, CA: Sage, 2013.
- [7]. Miller, K., Organizational Communication: Approaches and Processes, Boston, MA: Wadsworth-Cengage, 2012
- [8]. Munter Mary, Guide to Managerial Communication (6th Edition), Prentice Hall, 2012.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Construirea unor argumentari utilizand corect structurile gramaticale si lexicale adecvate. Capacitatea de a structura si prezenta in mod adecvat concluziile si solutiile oferite in cadrul discutiilor legate de studiile de caz propuse.	Evaluare continua prin discutii libere si evaluare sumativa – eleborarea unui portofoliu de corespondenta	25%
	Construirea unor argumentari utilizand corect structurile gramaticale si lexicale adecvate. Capacitatea de a structura si prezenta in mod adecvat concluziile si solutiile oferite in cadrul discutiilor legate de studiile de caz propuse.	Evaluare continua prin discutii libere si evaluare sumativa – eleborarea unui portofoliu de corespondenta	25%
9.5 Aplicații*			



*Se alege tipul de aplicație afacerent disciplinei	• Aplicarea achizițiilor în oferirea unor exemplificări, în realizarea de analize, în rezolvarea unor exerciții, în susținerea unor argumentări etc. • Utilizarea achizițiilor proprii disciplinei în abordarea inter-, intra-, multi- și/sau transdisciplinară a unor probleme/situații problemă.	Evaluare continuă prin proiecte individuale si de grup	50%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Pentru a obține nota 5 la evaluarea semestrială, studentul trebuie:			
• să sintetizeze satisfăcător informațiile. • Să prezinte informațiile într-o manieră adecvata nivelului de limba B1. • să utilizeze diferite structuri lexicale și gramaticale fără erori grave.			

Data completării,
23/09/2025

Titular activităților de curs,
Conf. univ. dr. Eleonora Băcă

Titular aplicații,
Conf. univ. dr. Eleonora Băcă

Data avizării în Departament,
29/09/2025

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

Decan,
Prof.univ.dr.habil Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI TEHNICI DE VANZARI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA
1.2 Facultatea	STIINTE ECONOMICE
1.3 Departamentul	DE ECONOMIE GENERALĂ
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studii	ANTREPRENORIAT ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR (în limba engleză)
1.7 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici de vânzare						
2.2 Cod disciplină	EBA1211						
2.3 Titularul activităților de curs	Conf. Universitar. Dr. Serban Comanescu Adrian						
2.4 Titularul activităților aplicative	Conf. Universitar. Dr. Serban Comanescu Adrian						
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	II	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DS/DOB

* 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	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					97
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Pregătire pentru prezentări sau verificări					10
Pregătire pentru examinarea finală					8
Alte activități: consultații					4
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de rezultate ale învățării	



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

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

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Adoptarea unei viziuni strategice, dezvoltarea gândirii analitice și abordarea unei viziuni sistemice asupra abordării de marketing a activității din sfera tehnicilor de vânzări.
6.2 Obiectivele specifice	Utilizarea tehnicilor de vânzări în sfera activității de marketing a unei firme.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Absolventul explică principalele tehnici și strategii de vânzare utilizate în diverse contexte comerciale.
Aptitudini	Absolventul aplică etapele procesului de vânzare – de la prospectare și prezentare, până la gestionarea obiecțiilor și încheierea vânzării – în situații simulate sau reale.
Responsabilitate și autonomie	Absolventul demonstrează abilitățile de comunicare persuasivă, negociere și relaționare cu clienții, în scopul creșterii performanței în vânzări.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
Capitolul I- Managementul fortei de vânzare 1.1.Definire, rol și obiective ale fortei de vânzare. 1.2. Organizarea, recrutarea, formarea profesională și remunerarea fortei de vânzare.	Față în față prezență în Campusul universitar	2
Capitolul II – Principii de bază ale vânzării personale 2.1. Profesionalismul, în cadrul activității de marketing. 2.2. Negocierea, tipuri și strategii de negociere. 2.3. Marketingul relational.		4



Capitolul III – Intrebari si tehnici de interogare castigatoare in cadrul intalnirii forta de vanzare- client 3.1. Tipuri de intrebari castigatoare. 3.2. Tehnici de interogare.	Față în față prezență în Campusul universitar și online	2
Capitolul IV- Organizarea activitatilor de marketing 4.1. Programul de marketing. 4.2. Controlul si organizarea in marketing.		2
Capitolul V. Merchandisingul, tehnica de vanzare la fata locului.		2
Capitolul VI – Controlul si organizarea in marketing		2
Bibliografie [1]. Grigoriu C ,Serban Comanescu A , Elemente de marketing, Ed Bren 2007, Bucuresti). [2]. Kotler, Managementul Marketingului, Ed Teora, 2002, Bucuresti [3]. Michael J Thomas, Manual de Marketing, Ed Codecs, 1998, Bucuresti [4]. Gheorghe Meghisan, Tudor Nistorescu, Adrian Serban Comanescu, Marketing- Teorie si Practica, Editura Universitaria, 2008, Craiova [5]. Balaure, V.(coord)- Marketing, Ed Uranus, Bucuresti, 2000 [6]. Demetrescu, C. Mihai- Marketing, Ed Europa Nova, Lugoj, 1991 [7]. Florescu C, (coord)- Marketing, Colectia Marketer, Ed Expert, Bucuresti, 1992 [8]. Ristea, Ana-Lucia (coord)- Marketing. Premise si provocari ale economiei inalt competitive, Ed Expert, Bucuresti [9]. Serban-Comanescu Adrian, Tehnici de Vanzari- De la teorie la practica, Ed Sitech, Craiova, 2025		
8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Metode de predare	Număr ore alocate
1 . Identificarea rolului fortei de vanzare Analizarea obiectivelor ce stau la baza fortei de vanzare. Analizarea elementelor ce stau la baza organizarii, recrutarii si remunerarii fortei de vanzare	Față în față prezență în Campusul universitar și online	2
2. Analizarea marketingului relational si identificarea principalelor caracteristici de baza. Analizarea situatiilor in care se utilizeaza marketingul relational de catre o companie. Definirea negocierii si a tipurilor de negociere. Profesionalismul, caracteristica de baza a relatiei vanzator-cumparator.		4
3. Analizarea principalelor intrebari puse in timpul actului de vanzare- cumparare. Identificarea principalelor tipuri de tehnici de interogare.		2
4. Natura, continutul si elaborarea programului de marketing. Realizarea controlului in marketing. Sistemul informational in marketing si elemente ale organizarii comerciale.		2



5. Elemente semnificative ale controlului in marketing		2
6. Identificarea metodelor specifice aflării nevoilor potentialilor clienti		2

Bibliografie

- [10]. Grigorut C ,Serban Comanescu A , Elemente de marketing, Ed Bren 2007, Bucuresti).
- [11]. Kotler, Managementul Marketingului, Ed Teora, 2002, Bucuresti
- [12]. Michael J Thomas, Manual de Marketing, Ed Codecs, 1998, Bucuresti
- [13]. Gheorghe Meghisan, Tudor Nistorescu, Adrian Serban Comanescu, Marketing- Teorie si Practica, Editura Universitaria, 2008, Craiova
- [14]. Balaure, V.(coord)- Marketing, Ed Uranus, Bucuresti, 2000
- [15]. Demetrescu, C. Mihai- Marketing, Ed Europa Nova, Lugoj, 1991
- [16]. Florescu C, (coord)- Marketing, Colectia Marketer, Ed Expert, Bucuresti, 1992
- [17]. Ristea, Ana-Lucia (coord)- Marketing. Premise si provocari ale economiei inalt competitive, Ed Expert, Bucuresti
- [18]. Serban-Comanescu Adrian, Tehnici de Vanzari- De la teorie la practica, Ed Sitech, Craiova, 2025

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor înșușite	Examen Final	70%
9.5 Aplicatii	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Exemplu Prezentarea unei lucrări de cercetare (aplicarea unei metode analitice avansate – studiu de caz)	30%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
• Cunoașterea noțiunilor fundamentale și aplicarea acestora în probleme și studii de caz • Înțelegerea fenomenelor în vederea evaluării și interpretării informațiilor de specialitate			

Data completării,
23.09.2025

Titular activităților de curs,
Nume/Prenume /Semnătura

Titular aplicații,
Nume/Prenume /Semnătura

Conf. univ dr Serban Comanescu
Adrian

Conf.univ.dr. Serban Comanescu Adrian

Data avizării în Departament,
29.09.2025

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

Decan,
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela



FIȘA DISCIPLINEI

Finanțarea companiei

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	Antreprenoriat și Administrarea Afacerilor
1.7 Anul universitar	2025 - 2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Finanțarea companiei						
2.2 Cod disciplină	EBA1212						
2.3 Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Ionașcu Alina Elena						
2.4 Titularul activităților aplicative	Lect.univ.dr. Ionașcu Alina Elena						
2.5 Anul de studii	1	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare	Ex	2.8 Regimul disciplinei */**	DF/DOB

* 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	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 aplicații	14
3.7 Total ore de studiu individual					97
Distribuția fondului de timp					[ore]
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Pregătire pentru prezentări sau verificări					10
Pregătire pentru examinarea finală					10
Alte activități: consultații					7
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de rezultate ale învățării	-



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

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

*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei este de a oferi studenților cunoștințele și abilitățile necesare pentru a înțelege și aplica concepte, teorii și tehnici esențiale în domeniul finanțării companiilor, astfel încât aceștia să poată lua decizii financiare informate și eficiente în cadrul unei organizații, având în vedere atât contextul financiar, cât și reglementările juridice și fiscale în vigoare.
6.2 Obiectivele specifice	- Studenții vor învăța despre sursele de finanțare și vor înțelege cum să aleagă opțiunea cea mai potrivită în funcție de nevoile financiare ale companiei; - calculul WACC și aprecierea importanței structurii capitalului pentru minimizarea riscurilor și maximizarea valorii companiei; - să identifice și să gestioneze riscurile financiare asociate surselor de finanțare, cum ar fi riscurile de piață și cele operaționale; - Înțelegerea reglementărilor fiscale și juridice relevante pentru finanțarea companiilor, inclusiv deducerea dobânzilor și impozitele pe dividend; - Dezvoltarea abilităților de comunicare a informațiilor financiare complexe într-un mod clar și să utilizeze software-uri financiare (ex: Excel avansat) pentru analiza deciziilor de finanțare.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Absolventul explică diferitele surse de finanțare disponibile pentru proiecte și afaceri. Absolventul explică importanța bugetării și finanțării în managementul financiar. Absolventul definește metodologiile specifice de cercetare utilizate în domeniul economic. Absolventul deține cunoștințe solide despre instrumentele și tehnicile de finanțare și bugetare. Absolventul identifică și înregistrează operațiunile economice în contabilitatea entității/organizației. Absolventul prelucrează informații în vederea întocmirii de rapoarte financiar-contabile și/sau fiscale. Absolventul identifică principalele concepte și instrumente financiare utilizate în analiza și finanțarea proiectelor antreprenoriale.
------------	---



Aptitudini	Absolventul elaborează și analizează planuri financiare pentru diverse tipuri de proiecte. Absolventul conduce procesul de dezvoltare a proiectelor economice și financiare. Absolventul prelucrează și analizează date relevante pentru luarea deciziilor economice. Absolventul identifică și rezolvă probleme complexe în contextul planificării financiare. Absolventul alege metode adecvate de prelucrare a datelor pentru optimizarea rezultatelor economice. Absolventul interpretează indicatorilor economico-financiar. Absolventul va evalua fezabilitatea economico-financiară a unui proiect de investiții, utilizând metode specifice.
Responsabilitate și autonomie	Absolventul analizează cerințele de afaceri pentru optimizarea proceselor organizaționale. Absolventul gestionează cunoștințele de afaceri pentru susținerea deciziilor strategice. Absolventul dezvoltă analize privind procesele de afaceri pentru îmbunătățirea performanței. Absolventul realizează rapoarte privind administrarea afacerilor, asigurând transparența și acuratețea informațiilor. Absolventul sprijină menținerea și consolidarea sănătății financiare a proiectelor prin intervenții adecvate. Absolventul realizează analiza economico-financiară a organizației pe baza informațiilor furnizate de situațiile financiare. Absolventul interpretează rezultatele financiare prin raționamente specifice și extrapolează rezultatele în vederea fundamentării deciziilor. Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora un plan financiar pentru un proiect antreprenorial.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Introducere în finanțarea companiei	Față în față prezență în Campusul universitar	2
2. Structura financiară a întreprinderii. Capitalul întreprinderii		2
3. Finanțarea activității întreprinderii-Finanțarea prin capitaluri proprii;		2
4. Finanțarea activității întreprinderii- finanțarea prin împrumuturi		2
5. Finanțarea activității întreprinderii-Structura optimă de finanțare		2
6.Finanțarea activității întreprinderii-Costul surselor de finanțare		2
7. Decizii financiare strategice. Evaluarea performanței financiare		2



Bibliografie

- [1]. Sherman, A. J. (2012). Raising Capital: Get the Money You Need to Grow Your Business. AMACOM.
- [2]. Feld, B., & Mendelson, J. (2016). Venture Deals: Be Smarter Than Your Lawyer and Venture Capitalist (4th ed.). Wiley.
- [3]. Jackson, M. A. (2011). Secrets to Raising Capital: How to Get the Money You Need for Your Business the Fastest and Easiest Way Possible. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- [4]. Cremades, A. (2016). The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know. Wiley.
- [5]. Faircloth, M. (2018). Raising Private Capital: Building Your Real Estate Empire Using Other People's Money. BiggerPockets Publishing.
- [6]. Brealey, R. A., Myers, S. C., Allen, F., & Edmans, A. (2020). Principles of Corporate Finance (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- [7]. Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jaffe, J., & Jordan, B. D. (2019). Corporate Finance (12th ed.). McGraw-Hill Education
- [8]. Chambers, D. R., & Lacey, N. J. (2017). Modern Corporate Finance: Theory and Practice (8th ed.). FlatWorld
- [9]. Koller, T., Goedhart, M., & Wessels, D. (2015). Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies (6th ed.).

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)*

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

	Metode de predare	Număr ore alocate
1. Analiza strategiei de finanțare a unei companii	Față în față prezență în Campusul universitar	2
2. Simularea scenariilor de împrumut		2
3. Calculul indicatorilor financiari ai companiei		2
4. Calcularea costului capitalului		2
5. Decizii și eșecuri de finanțare		2
6. Impactul fiscal al deciziilor de finanțare		2
7. Tendințe în atragerea finanțării		2

Bibliografie

- [1]. Sherman, A. J. (2012). Raising Capital: Get the Money You Need to Grow Your Business. AMACOM.
- [2]. Feld, B., & Mendelson, J. (2016). Venture Deals: Be Smarter Than Your Lawyer and Venture Capitalist (4th ed.). Wiley.
- [3]. Jackson, M. A. (2011). Secrets to Raising Capital: How to Get the Money You Need for Your Business the Fastest and Easiest Way Possible. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- [4]. Cremades, A. (2016). The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know. Wiley.
- [5]. Faircloth, M. (2018). Raising Private Capital: Building Your Real Estate Empire Using Other People's Money. BiggerPockets Publishing.
- [6]. Brealey, R. A., Myers, S. C., Allen, F., & Edmans, A. (2020). Principles of Corporate Finance (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- [7]. Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jaffe, J., & Jordan, B. D. (2019). Corporate Finance (12th ed.). McGraw-Hill Education
- [8]. Chambers, D. R., & Lacey, N. J. (2017). Modern Corporate Finance: Theory and Practice (8th ed.). FlatWorld
- [9]. Koller, T., Goedhart, M., & Wessels, D. (2015). Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies (6th ed.).

9. Evaluare



UOC-PO-10 Anexa 2

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a cunoștințelor	Evaluare finală de tip test grilă	60%
9.5 Aplicații* <i>*Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei</i>	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Proiect	40%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			
Minim nota 5 din 10 pentru promovare.			

Data completării,
23/09/2025

Titular activităților de curs,
Lect.univ.dr. Ionașcu Alina Elena

Titular aplicații,
Lect.univ.dr. Ionașcu Alina Elena

Data avizării în Departament,
29/09/2025

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

Decan,
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela