

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	FINANȚE-CONTABILITATE
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing si comunicare in afaceri
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2022-2023

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	EVALUAREA RISCULUI IN ACTIVITATEA DE MARKETING								
2.2 Codul disciplinei	MKCA0231AS2204.2								
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr.Dan Nastase								
2.4 Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr.Dan Nastase								
2.5 Anul de studiu	II	2.6 Semestrul	II	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	A	2.9 Numărul de credite ECTS	6

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Numărul de săptămâni	12				
3.5 Total ore din planul de învățământ	36	din care: 3.6 curs	24	3.7 seminar / laborator	12
Distribuția fondului de timp:					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					4
Examinări					10
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual			114		
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)			150		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> - Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; - Masteranzii se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; - Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> •Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector, planse și acces la internet; •Masteranzii se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; •Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la seminar;

•Masteranzii vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1 Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale și avansate de teorie a marketingului și a metodelor moderne specifice acestui domeniu (3 puncte de credit)</p> <p>C1.2 Utilizarea conceptelor fundamentale și avansate de marketing și comunicare (1 punct de credit)</p> <p>C1.3 Aplicarea metodelor moderne de marketing pentru formularea de explicații și ipoteze privind comportamentul organizației (1 punct de credit)</p> <p>C1.4 Evaluarea rezultatelor deciziilor de marketing adoptate și corelarea acestora cu informații din mediul extern pentru îmbunătățirea continuă a proceselor decizionale de marketing (1 punct de credit)</p> <p>C3. Fundamentarea, conceperea și implementarea de strategii, politici și planuri în domeniul marketingului organizațiilor (3 puncte de credit)</p> <p>C3.2 Fundamentarea strategiilor și planurilor de marketing pentru susținerea viziunii antreprenoriale; (1 punct de credit)</p> <p>C3.4 Evaluarea comparativă a eficienței și eficacității metodelor, tehnicilor și instrumentelor de planificare a strategiilor, politicilor și planurilor de marketing ale organizațiilor (1 punct de credit)</p> <p>C3.5 Proiectarea de politici, planuri și proceduri pentru atingerea obiectivelor de marketing. (1 punct de credit).</p>
Competențe transversal	

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitatea de cunoaștere, însușire și aplicare a terminologiei de specialitate; • Cunoașterea conceptului de risc și factorii determinanți; • Cunoașterea conținutului economic al riscului, analiza, evaluarea și controlul riscurilor în activitatea de marketing. 	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.1.1: Absolventul identifică și utilizează corect conceptele de marketing în general, și în special al evaluării riscurilor în activitatea de marketing;</p> <p>R.1.2: Absolventul cunoaște și înțelege conținutul, obiectivele, tipurile, formele și metodele evaluării riscului în activitatea de marketing;</p> <p>R.1.3: Absolventul cunoaște, înțelege și explică conținutul, tipurile și modalitățile de identificare și soluționare a problemelor ridicate de fenomenul de marketing mare actualitate (național și internațional);</p>
	Aptitudini:	<p>R.1.1: Absolventul dezvoltă abilități analitice de bază și de cercetare științifică;</p> <p>R.1.2: Absolventul interpretează printr-o gândire logică aspectele legate de evaluarea fenomenelor de marketing și riscurilor în această activitate ;</p> <p>R.1.3: Absolventul interpretează și dezbate relațiile principale dintre fenomenele și procesele economice, sensul și natura acestora prin prisma evaluării riscurilor în activitate de marketing;</p> <p>R.1.4: Absolventul analizează, previzionează, interpretează și explică diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici și tendințe ale mecanismului de funcționare a piețelor prin prisma marketingului</p>
	Responsabilitate	<p>R.1.1: Absolventul susține abilități argumentative corecte în</p>

	și autonomie:	<p>evaluarea riscurilor în activitatea de marketing;</p> <p>R.î.2: Absolventul stabilește și evaluează riscurile în abordarea strategiei de dezvoltare generală a firmei (strategii de marketing, de promovare etc.);</p> <p>R.î.3: Absolventul creează un mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;</p>
--	---------------	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice ¹
1. Activitatea de marketing	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. I
2. Riscurile în activitatea de marketing	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. II
3. Metode și tehnici de analiza a riscului în activitatea de marketing	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. III
4. Managementului riscului și importanța sa economico-financiară	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IV
5. Riscul în activitatea agentului economic	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. V
6. Managementul riscului agentului economic	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VI
7. Analiza riscului economic de exploatare	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VII
8. Analiza riscului financiar	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VIII
9. Analiza riscului de faliment	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IX
10. Riscul valorilor imobiliare	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. X
TOTAL		24 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Nastase D, (2013)- *Evaluarea riscului activitatilor de marketing*, Editura Semne, Bucuresti

Bibliografie suplimentară:

2. Coderie C. Udrescu M. (2009)– *Managementul marketingului*, Ed. Artifex, București
3. Cornel T. (2008): „*Economia riscului și incertitudinii*”, Ed. A.S.E., București
4. Coșea M, Nastovici L.(1999): „*Evaluarea riscurilor – metode și tehnici de analiză la nivel micro și macro economic*”, Ed. Lux Libris, Brașov

¹ Pentru fiecare temă a cursului se vor indica capitolul/capitolele din lucrarea indicată în bibliografie unde se regăsește tema propusă

5. Danu M. C.(2000) „Riscul în afaceri”, Ed. Plumb, Bacău
 6. Dolțu T.(2004): „Risc și incertitudine în economie”, Ed. A.S.E, București,
 7. Udrescu .M., Nastase D., (2019) – *Cercetari previziuni si seminarii de marketing*, Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice²
1. Concepte privind activitatea de marketing, Concepte privind riscurile legate de activitatea de marketing, Abordarea riscurilor în activitatea de marketing	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. I
2.Riscul de produs, pret, promovare si distributie. Riscul de creditare, Riscul operațional, Riscul de lichiditate.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. II
3. Analiza de senzitivitate în marketing, Metode analitice de analiză a riscului managerial în activitatea de marketing, Metode de analiză a riscului managerial în activitatea de marketing bazate pe tehnica simulării.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. III
4. Conceptul de risc și factorii determinanți, Conținut economic al riscului și tehnica sa de realizare, Analiza și evaluarea riscurilor, Controlul riscurilor, Transferul riscurilor. Riscul și incertitudinea, Tipologia riscului activității agentului economic, Factorii de risc	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IV, V
6. Materializarea riscului la nivelul unui agent economic, Elaborarea strategiei de risc la nivelul unui agent economic, Măsuri de gestionare a riscului	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VI
7. Considerații preliminare privind riscul de exploatare, Analiza riscului de exploatare cu ajutorul pragului de rentabilitate, Analiza riscului de exploatare cu ajutorul pârghiei de exploatare.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VII
8. Considerații preliminare privind riscul financiar, Efectul îndatorării asupra riscului financiar. Coeficientul pârghiei financiare, Utilizarea metodelor statistice în evaluarea riscului financiar.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VIII
9. Abordări tradiționale în analiza riscului de faliment, Analiza discriminantă – instrument de detectare și predicție a riscului de faliment.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IX

² Pentru fiecare temă a cursului se vor indica capitolul/capitolele din lucrarea indicată în bibliografie unde se regăsește tema propusă

10. Randamentul unui portofoliu, Piramida riscului investițiilor, Aprecierea rentabilității și riscului investițiilor viitoare	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbaterile; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. X
TOTAL		12 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Nastase D, (2013)- <i>Evaluarea riscului activitatilor de marketing</i> , Editura Semne, Bucuresti Bibliografie suplimentară: 2. Coderie C. Udrescu M. (2009)– <i>Managementul marketingului</i> , Ed. Artifex, București 3. Cornel T. (2008): „ <i>Economia riscului și incertitudinii</i> ”, Ed. A.S.E., București 4. Coșea M, Nastovici L.(1999): „ <i>Evaluarea riscurilor – metode și tehnici de analiză la nivel micro și macro economic</i> ”, Ed. Lux Libris, Brașov 5. Danu M. C.(2000) „ <i>Riscul în afaceri</i> ”, Ed. Plumb, Bacău 6. Dolțu T.(2004): „ <i>Risc și incertitudine în economie</i> ”, Ed. A.S.E, București, 7. Udrescu .M., Nastase D., (2019) – <i>Cercetari previziuni si seminarii de marketing</i> , Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București			

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

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mesteșugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează <i>disciplina Evaluarea riscului în activitatea de marketing</i>; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeelelor de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională); • însușirea și aplicarea formulelor, procedeelelor și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; 	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %

	<ul style="list-style-type: none"> aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică 		
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională); însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic; capacitatea de a utiliza metodele de analiză macroeconomică în domeniul politicilor fiscale, bugetare, comerciale, monetare și valutare și de a interpreta adecvat indicatorii pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic, în optică prospectivă; coerența logică în analiză și argumentare; înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării țărilor / firmelor; abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%

10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora în soluționarea problemelor și opțiunilor de politică economică de mare actualitate (naționale și internaționale);
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- luarea notei 5 la examenul final.

Data completării: 20.09.2022

Întocmit,
Prof.univ.dr.Dan Nastase

Semnătura titularului de seminar,

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Avizat,

Semnătura directorului de departament,
Conf.univ.dr. Cătălin DEATCU

.....

Responsabil program de studii,
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2022

Semnătura Decan,
Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....