

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

| | |
|--|--|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI |
| 1.2 Facultatea | MANAGEMENT-MARKETING |
| 1.3 Departamentul | MANAGEMENT-MARKETING |
| 1.4 Domeniul de studii ¹ | ADMINISTRAREA AFACERILOR |
| 1.5 Ciclul de studii | MASTER |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea ² | ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN COMERȚ, TURISM ȘI SERVICII |
| 1.7 Forma de învățământ | IF (Învățământ cu Frecvență) |
| 1.8 Limba de studiu | Română |
| 1.9 Anul universitar | 2024/2025 |

2. Date despre disciplină³

| | | | | | | | | | |
|--|------------------------------------|---------------|---|---|---|--|---|-----------------------------|---|
| 2.1 Denumirea disciplinei | METODOLOGIA CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE | | | | | | | | |
| 2.2 Codul disciplinei | MAA0251OS2203 | | | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de curs | | | | | | | | | |
| 2.4 Titularul activităților de seminar | Prof. univ. dr. MIRCEA UDRESCU | | | | | | | | |
| 2.5 Anul de studiu | 2 | 2.6 Semestrul | 2 | 2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu) | C | 2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă) | O | 2.9 Numărul de credite ECTS | 4 |

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)⁴

| | | | | | |
|--|----|-----------|--|-------------------------|------------|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 2 | din care: | | 3.3 seminar / laborator | 2 |
| | | 3.2 curs | | | |
| 3.4 Numărul de săptămâni | 12 | | | | |
| 3.5 Total ore din planul de învățământ | 24 | din care: | | 3.7 seminar / laborator | 24 |
| | | 3.6 curs | | | |
| Distribuția fondului de timp⁵: | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 12 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 12 |
| Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 32 |
| Tutoriat/Consultații | | | | | 12 |
| Examinări | | | | | 8 |
| Alte activități: | | | | | - |

¹ Management/Marketing/Administrarea afacerilor/Finanțe/Contabilitate

² Management/Marketing/Economia comerțului, turismului și serviciilor/Finanțe și bănci/Contabilitate și informatică de gestiune/Management organizațional/Marketing și comunicare în afaceri/Administrarea afacerilor în comerț, turism și servicii/Management financiar-bancar și de asigurări/Managementul sistemului informațional financiar-contabil

³ Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

⁴ Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

⁵ Distribuția fondului de timp este responsabilitatea cadrului didactic

| | |
|--|------------|
| 3.7 Total ore studiu individual | 76 |
| 3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore) | 100 |

4. Precondiții⁶(acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|----------------------|
| 4.1 de curriculum | <i>Nu este cazul</i> |
| 4.2 de competențe | <i>Nu este cazul</i> |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--|---|
| 5.1 De desfășurare a cursului | • |
| 5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului | <ul style="list-style-type: none"> • Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet; • Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; • Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar; • Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice. |

6. Competențele specifice acumulate⁷

| | |
|-------------------------|---|
| Competențe profesionale | <p>C2.-Realizarea de cercetări aprofundate de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul fizic, cât și în mediul online (2 puncte credit).</p> <p>C2.5 Elaborarea de proiecte și rapoarte de cercetări de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul fizic, cât și în mediul online (2 puncte credit).</p> |
| Competențe transversale | <p>CT2 Exercițarea rolurilor specifice muncii în echipă pe diferite nivele de ierarhizare, inclusiv cu asumarea de roluri de conducere și promovarea dialogului, cooperării, atitudinii pozitive și diversității, și îmbunătățirea continuă a propriei activități (2 puncte credit).</p> |

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

| | | |
|--|--|--|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei⁸ | Să cunoască și să aplice la un caz particular cunoștințele de marketing pentru elaborarea unui plan de marketing specific inițierii și dezvoltării unei afaceri de natura întreprinderilor mici și mijlocii. | |
| 7.2 Obiectivele specifice⁹ | Cunoștințe: | <p>R.1.1: Absolventul cunoaște elementele componente ale planului de management. și ale planului de marketing</p> <p>R.1.2: Absolventul înțelege conținutul fiecărei componente în parte a planului de marketing</p> <p>R.1.3: Absolventul analizează și interpretează date și informații economico-financiare ce se utilizează în</p> |

⁶ Se menționează, acolo unde este cazul, disciplinele necesare a fi fost parcurse anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurării a procesului educațional în cadrul disciplinei, precum și competențele pe care studentul trebuie să și le fi însușit anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurării a procesului educațional în cadrul disciplinei de față

⁷ Se vor prelua informațiile din Grila 2, cu indicarea numărului de credite asociat fiecărui descriptor al competenței

⁸ Va fi derivat din obiectivele programului de studii în al cărui plan de învățământ se regăsește disciplina

⁹ Se enunță clar obiectivele (rezultatele învățării – ceea ce cunoaște, înțelege și este capabil să facă studentul, după parcurgerea disciplinei) ce vor fi atinse în cadrul procesului educațional la disciplina în cauză. Acestea trebuie să fie cuantificabile și formulate acțional în strânsă legătură derivativă cu seturile de competențe pe care le dezvoltă și pornind de la conținutul tematic al cursului. Pentru enunțarea lor se vor folosi preponderent verbe de acțiune. Pentru fiecare componentă în parte, se vor înscrie 3-5 rezultate ale învățării.

| | | |
|--|-------------------------------|---|
| | | <p>fundamentarea acțiunilor de marketing.</p> <p>R.î.4: Absolventul sesizează corelația managerială dintre viziune, strategie și planificare în marketing</p> <p>R.î.5: Absolventul dispune de cunoștințele necesare pentru a face deosebire între conținutul de bază al diferitelor planuri de marketing</p> <p>R.î.6: Absolventul deosebește tipurile de strategii manageriale și de marketing și identifică natura obiectivelor calitative ale acestora.</p> |
| | Aptitudini: | <p>R.î.1 Absolventul analizează diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici ale mecanismului de funcționare a piețelor și poate propune planuri adecvate de marketing al afaceri</p> <p>R.î.2: Absolventul fundamentează după principii de marketing fiecare componentă a planului de afaceri</p> <p>R.î.3: Absolventul conștientizează riscurile planificării unei afaceri în condiții de incertitudine</p> <p>R.î.4: Absolventul se angajează cu ușurință în procesele de schimbare organizatorică a afacerii</p> <p>R.î.5: Absolventul adaptează cu ușurință planul propriu de marketing la implicațiile factorilor generali de mediu</p> |
| | Responsabilitate și autonomie | <p>R.î.1: Absolventul este riguros în susținerea viziunii, strategiilor și direcțiilor proprii de dezvoltare a unei afaceri în baza unor fundamente de marketing.</p> <p>R.î.2: Absolventul conștientizează aspectele corelaționale între componentele unui plan de afaceri și ale unui plan de marketing.</p> <p>R.î.3: Absolventul susține argumentat crearea de subsisteme organizaționale de marketing menite să asigure demararea și dezvoltarea unei afaceri de succes.</p> <p>R.î.4: Absolventul dezbate și argumentează modul de implementare și evaluare a strategiilor de marketing la particularitățile planurilor de afaceri.</p> <p>R.î.6: Absolventul îmbunătățește procesele strategice din firmă, fiind în măsură să identifice evoluția principalelor centre de venituri și cheltuieli ale afacerii.</p> |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Metode de predare / lucru | Fond de timp | Referințe bibliografice |
|---|---------------------------|--------------|-------------------------|
| - | - | - | - |
| TOTAL | | - | |
| Bibliografie obligatorie: - | | | |
| Bibliografie suplimentară: - | | | |
| 8.2 Seminar / laborator | Metode de predare / lucru | Fond de timp | Referințe bibliografice |
| Cunoașterea științifică și specificitatea | Prezentarea studiului | 2 ore | Bibliografia va |

| | | | |
|---|---|---------------|---|
| ceretării în domeniul administrării afacerilor– concepte, trasături, principii. | individual realizat de către student. Conversație euristică. | | fi recomandată de către coordonator, în funcție de specificul temei de cercetare. |
| Metodologii de cercetare științifică în domeniul administrării afacerilor. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Tipurile de cercetări științifice: investigarea, cercetarea experimentală, sondajul, tehnicile de prelucrare a datelor calitative și cantitative. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Deontologia cercetării științifice în domeniul administrării afacerilor. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Tipologia lucrărilor de cercetare științifică. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Construirea obiectivului cercetării, formularea ipotezelor și dezvoltarea planului de cercetare – etapa de concepere a raportului. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Construirea obiectivului cercetării, formularea ipotezelor și dezvoltarea planului de cercetare – etapa de documentare a raportului. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Analiza datelor și interpretarea rezultatelor cercetării. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Redactarea raportului de cercetare și valorificarea rezultatelor cercetării-studiul de caz din lucrarea de disertație. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Susținerea studiului de caz din cadrul lucrării de disertație. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Exigențele de publicare a lucrărilor cu caracter științific. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| Tehnici de evaluare a lucrărilor de cercetare științifică utilizate de revistele de specialitate specifice domeniului administrării afacerilor. | Prezentarea studiului individual realizat de către student. Conversație euristică. | 2 ore | |
| TOTAL | | 24 ore | |

Bibliografie obligatorie:

1. Ștefan Elena Emilia (2018) – *Etică și integritate academică*, Editura Pro Universitaria, București
2. Ioncică Maria (2000) – *Economia serviciilor*, Editura Uranus, București;
3. Nicolescu Ovidiu, Nicolescu Ciprian (2008) - *Antreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, Editura Economică, București
4. Andrei Ion, Seritan George-Calin (2018) - *Economia Turismului- VolII*, Editura Politehnica Press
5. Băltărețu Andreea, Neacșu Nicolae, Neacșu Monica, Drăghilă Marcela (2016) *Resurse și destinații turistice*-manual de studiu individual, Editura Universitară, București

Bibliografie suplimentară:

- Bibliografia va fi recomandată de către coordonator, în funcție de specificul temei de cercetare.

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

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați reprezentanți departamentali din cadrul UCECOM, pentru a prezenta practici actualizate în domeniul proiectării și fundamentării afacerilor de profil.
- 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 disciplina <i>Metodologia cercetării științifice</i>; • 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; • 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; | Examen scris în sesiunea de examene. | 50 % |

| | | | |
|---|--|--|------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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. | | |
| 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 | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • 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; • obținerea notei 5 la examenul final. | | | |

Data completării: 23.09.2024
Semnătura titularului de curs,

.....

Semnătura titularului de seminar,

.....

Data avizării în departament: 30.09.2024
Semnătura directorului de departament,
Conf. Univ.dr. Aurelian Diaconu

.....

Responsabil program de studii,
Conf. Univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2024
Semnătura Decan,
Conf. Univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....