

FIȘE DISCIPLINE SEMESTRUL 2

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Nicolae Titulescu” din București
1.2. Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3. Departamentul	Științe Economice
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/Calificarea	Antreprenoriat și Administrarea Afacerilor
1.7. Tip master	Master profesional
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	STRATEGII DE MARKETING
2.2. Codul disciplinei	S.B.1.2.1.1
2.3. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. MIRELA-CRISTINA VOICU
2.4. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. MIRELA-CRISTINA VOICU
2.5. Anul de studii	I
2.6. Semestrul	II
2.7. Tipul de evaluare	Examen
2.8. Categoria de opționalitate a disciplinei (obligatorie, opțională, facultativă)	Obligatorie
2.9. Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, de specializare, complementară)	De specializare

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. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
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					34
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					108
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9. Numărul de credite					6

Activitățile didactice se vor desfășura în regim mixt, conform orarului afișat, cu respectarea *Standardelor de calitate ARACIS* cu privire la modul de desfășurare a activităților de predare, învățare, cercetare, aplicații practice și evaluare, la forma de învățământ cu frecvență, prin utilizarea unor resurse electronice, informatice și de comunicații sincrone specifice.

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	După parcurgerea disciplinei, masterandul/absolventul: - identifică și explică într-o manieră critică conceptele avansate privind cererea și oferta de bunuri și servicii, cu accent pe dinamica acestora în domeniul serviciilor, analizează comportamentul consumatorilor prin prisma teoriilor moderne de marketing strategic și demonstrează o înțelegere aprofundată a interdependențelor dintre marketing, tehnologie și reglementările actuale în domeniul protecției consumatorului. - explică într-o manieră avansată dimensiunile economice, structura și dinamica diferitelor industrii, cu accent pe domeniul serviciilor, inclusiv sectorul comerțului și turismului, utilizând concepte strategice de marketing și modele de analiză competitivă; demonstrează o înțelegere critică a performanței acestor industrii prin prisma tipologiei întreprinderilor, a factorilor demografici și a particularităților ciclului de viață al întreprinderii, integrând perspective inter-disciplinare relevante pentru luarea deciziilor strategice. - identifică și evaluează critic particularitățile strategiilor de marketing în funcție de tipologia organizației și specificul sectorului, demonstrând înțelegerea conceptelor avansate și tendințelor actuale din marketingul strategic.
Aptitudini	După parcurgerea disciplinei, masterandul/absolventul: - identifică, evaluează și selectează critic fluxurile și tehnicile de comercializare adaptate tipologiei produselor și serviciilor, demonstrând capacitatea de a integra cunoștințe din diverse domenii (marketing, comportamentul consumatorului, tehnologie digitală etc.) pentru formularea de soluții noi. - selectează și aplică metode avansate de gestionare a relațiilor cu clienții și furnizorii, integrând perspective din domenii diferite (marketing strategic, management relațional, tehnologie digitală), în scopul optimizării performanței comerciale și dezvoltării relațiilor pe termen lung. - demonstrează capacitatea de a operaționaliza și adapta strategiile de produs, preț, distribuție și comunicare în diferite tipuri de organizații și piețe, integrând cunoștințe avansate din marketing, comportamentul consumatorului și analiza mediului concurențial, în vederea formulării de soluții personalizate și eficiente în contexte comerciale complexe.
Responsabilitate și autonomie	După parcurgerea disciplinei, masterandul/absolventul: - demonstrează capacitatea de a elabora studii și analize de marketing strategic privind eficiența activităților firmelor, în vederea acordării de consiliere și asistență, gestionând situații complexe și imprevizibile ce necesită abordări strategice noi; - demonstrează capacitatea de a elabora strategii de marketing noi și soluții inovatoare privind distribuția și promovarea serviciilor și bunurilor de consum, gestionând situații organizaționale complexe și asumându-și responsabilitatea pentru îmbunătățirea performanței echipelor și consolidarea practicilor profesionale. - demonstrează capacitatea de a asuma responsabilitatea în procesul de colectare, analiză și interpretare a datelor relevante din mediul de marketing, pentru elaborarea de strategii adaptate contextelor organizaționale diverse, gestionând situații complexe și contribuind la îmbunătățirea practicilor profesionale și a performanței echipelor. - demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii strategice privind politicile de produs, preț, distribuție și comunicare în organizații care operează în medii de afaceri diverse, gestionând situații complexe.

7. Conținuturi curs/seminar/laborator

7.1 Curs	Conținuturi	Metodă/ timp alocat
1. Marketingul strategic – etapă superioară în evoluția teoriei și practicii de marketing	1.1. Evoluția conceptului de marketing 1.2. Definirea marketingului strategic 1.3. Noțiunea de strategie și planificare strategică 1.4. Definirea conducerii strategice	Prelegere 2 ore
2. Planificarea strategică de marketing	2.1. Planificarea strategică de marketing – concept, necesitate 2.2. Etapele procesului de planificare strategică de marketing 2.3. Conținutul planului de marketing	Prelegere Conversație euristică 2 ore
3. Auditul extern de marketing	3.1. Analiza pieței întreprinderii 3.2. Analiza concurenței 3.3. Analiza PEST	Prelegere Conversație euristică 2 ore
4. Auditul intern de marketing	4.1. Analiza vânzărilor și a cotelor de piață 4.2. Analiza mixului de marketing 4.3. Analiza activității și a resurselor organizației	Prelegere Conversație euristică 2 ore
5. Metode de analiză a portofoliului de afaceri	5.1. Modelul Boston Consulting Group (B.C.G.) 5.2. Matricea General Electric (McKinsey) 5.3. Modelul Arthur D. Little (Modelul ADL) 5.4. Modelul Royal Dutch-Shell 5.5. Benchmarking	Prelegere Conversație euristică 2 ore
6. Analiza SWOT	6.1. Elaborarea analizei SWOT 6.2. Alternative strategice conturate pe baza analizei SWOT	Prelegere Conversație euristică 2 ore
7. Obiectivele și strategia de marketing a organizației	7.1. Obiectivele de marketing ale unei organizații 7.2. Elaborarea strategiei de marketing	Prelegere Conversație euristică 2 ore
8. Strategia de piață – nucleul politicii de marketing	8.1. Poziția întreprinderii față de factorii formativi ai pieței 8.2. Poziția întreprinderii față de principalele dimensiuni și trăsături ale pieței	Prelegere Conversație euristică 2 ore
9. Strategia de piață – nucleul politicii de marketing	9.1. Alternativele strategiei de piață în funcție de stările cererii 9.2. Alternativele strategiei de piață în funcție de vectorul de creștere	Prelegere Conversație euristică 2 ore
10. Strategia de piață – nucleul politicii de marketing	10.1. Poziționarea întreprinderii pe piață 10.2. Strategii concurențiale	Prelegere Conversație euristică 2 ore
11. Strategiile mixului de marketing	11.1. Strategii de produs 11.2. Strategii de preț	Prelegere Conversație euristică 2 ore
12. Strategiile mixului de marketing	12.1. Strategii de distribuție 12.2. Strategii de promovare	Prelegere Conversație euristică 2 ore

13.Strategii de marketing internațional	13.1. Strategii de pătrundere pe piețele externe 13.2. Strategii de prelucrare a piețelor externe penetrate	Prelegere Conversație euristică 2 ore
14. Implementarea strategiilor de marketing	14.1. Programul de marketing 14.2. Activitatea de control și evaluare a activității de marketing	Prelegere Conversație euristică 2 ore

Bibliografie curs

1. Armstrong, G., Kotler, Ph., 2016, *Introducere în marketing, Ediția a 12-a*, Educational Center, București, Cotă bibliotecă: **339/A80**;
2. Cruceru, A.F., 2015, *Marketing: o abordare strategică din perspectiva competiției*, Editura Uranus, București, Cotă bibliotecă: **339/C91**;
3. Dib, A., 2022, *Planul de marketing într-o pagina: atrage noi clienți; sporește-ti vanzarile si remarca-te in multime*, Editura Business Tech International, Cotă bibliotecă: **339/D38**;
4. Dogaru, M.M., 2015, *Management comercial și politici de marketing*, Editura Universitară, București, Cotă bibliotecă: **658.8/D62**;
5. Gherasim, A., Gherasim, D., 2020, *Marketing internațional*, Editura Pro Universitaria, București, Cotă bibliotecă: **339/G43**
6. Rădulescu, V., 2019, *Auditul in marketing: abordari conceptuale si operationale. Editia a 2-a*, Editura Pro Universitaria; Bucuresti, Cotă bibliotecă: **339/R18**

7.2. Seminar/ laborator	Conținuturi	Metodă/timp alocat
Seminar 1	Prezentarea structurii seminarului de Strategii de marketing, a punctajului aferent acestei discipline și a modalităților de obținere a acestuia. Prezentarea planului proiectului cu tema „Plan de marketing privind lansarea unei afaceri/produs”.	Prelegere Conversație euristică 2 ore
Seminar 2	Analiza mediului de marketing al unei întreprinderi. Analiza SWOT.	Conversație euristică Studiu de caz 2 ore
Seminar 3	Cota de piață și cota relativă de piață	Aplicații 2 ore
Seminar 4	Modelul Boston Consulting Group	Conversație euristică Studiu de caz 2 ore
Seminar 5	Elaborarea strategiei de piață a unei întreprinderi	Conversație euristică Studiu de caz 2 ore
Seminar 6	Stabilirea strategiilor mixului de marketing al unei întreprinderi	Conversație euristică Studiu de caz 2 ore
Seminar 7	Prezentarea proiectelor pregătite pe parcursul semestrului	Conversație euristică Studii de caz 2 ore

Bibliografie seminar

1. Armstrong, G., Kotler, Ph., 2016, *Introducere în marketing, Ediția a 12-a*, Educational Center, București, Cotă bibliotecă: **339/A80**;
2. Cruceru, A.F., 2015, *Marketing: o abordare strategică din perspectiva competiției*, Editura Uranus, București, Cotă bibliotecă: **339/C91**;
3. Dib, A., 2022, *Planul de marketing într-o pagina: atrage noi clienți; sporește-ti vanzarile si remarca-te in multime*, Editura Business Tech International, Cotă bibliotecă: **339/D38**;

4. Dogaru, M.M., 2015, *Management comercial și politici de marketing*, Editura Universitară, București, Cota bibliotecă: **658.8/D62**;
5. Gherasim, A., Gherasim, D., 2020, *Marketing internațional*, Editura Pro Universitaria, București, Cota bibliotecă: **339/G43**
6. Rădulescu, V., 2019, *Auditul în marketing: abordări conceptuale și operationale. Editia a 2-a*, Editura Pro Universitaria; Bucuresti, Cota bibliotecă: **339/R18**

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

Conținutul disciplinei *Strategii de marketing* are în vedere însușirea de către studenții a problematicii specifice domeniului marketingului strategic, dezvoltarea capacității studenților de a utiliza noțiunile și cunoștințele economice de specialitate, însușirea de abilități în utilizarea instrumentelor și tehnicilor specifice activității de planificare strategică de marketing. Se asigură, în acest fel, accesul la ocupații specifice domeniului de studiu, conform ESCO: 2421.2 consultant de afaceri/consultanta de afaceri, 2421.3 specialist strategia afacerii, 2431.5 specialist dezvoltare afaceri.

9. Evaluare

Criteriile de evaluare a activității de curs:

- participarea activă a masteranzilor la curs;
- participarea la CONSTANT - Conferința studențească anuală "Nicolae Titulescu" ori la alte manifestări studențești.

Criteriile de evaluare a activității de seminar/laborator:

- participarea activă a masteranzilor la seminar; discuții libere, de grup;
- rezolvarea corectă a studiilor de caz și aplicațiilor propuse spre rezolvare;
- proiect final.

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- răspunsurile la examen (evaluarea finală) – 60%
- proiect și studii de caz – 40%

Modalitatea practică de evaluare finală: Lucrare scrisă cu 20 de întrebări tip grilă

Data completării 01.09.2026	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
Data avizării în Departament 15.09.2026	Semnătura Directorului Departamentului	

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Nicolae Titulescu” din București
1.2. Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3. Departamentul	Științe Economice
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/Calificarea	Antreprenoriat și Administrarea Afacerilor
1.7. Tip master	Master profesional
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	ANTREPRENORIAT ȘI DEZVOLTAREA AFACERILOR
2.2. Codul disciplinei	S.B.1.2.1.2
2.3. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. ELENA MIHAELA ILIESCU
2.4. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. ELENA MIHAELA ILIESCU
2.5. Anul de studii	I
2.6. Semestrul	II
2.7. Tipul de evaluare	Examen
2.8. Categoria de opționalitate a disciplinei (obligatorie, opțională, facultativă)	Obligatorie
2.9. Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, de specializare, complementară)	Disciplină de specializare

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					62
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					94
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9. Numărul de credite					6

Activitățile didactice se vor desfășura în regim mixt, conform orarului afișat, cu respectarea *Standardelor de calitate ARACIS cu privire la modul de desfășurare a activităților de predare, învățare, cercetare, aplicații practice și evaluare, la forma de învățământ cu frecvență, prin utilizarea unor resurse electronice, informatice și de comunicații sincrone specifice*

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Masterandul/Absolventul: - deține cunoștințe avansate în domeniul antreprenoriatului - dobândește o viziune de ansamblu și aprofundată în ceea ce privește dimensiunile economice, structurile, dinamica și performanța organizațiilor din sectoarele economiei de piață, fenomenele specifice fazelor ciclului de viață al acestorai - dezvoltă capacitatea de a înțelege și a argumenta critic importanța inovației și a dezvoltării sustenabile a organizației - înțelege principalele probleme și riscuri cu care antreprenorii se confruntă în procesul decizional
Aptitudini	Masterandul/Absolventul: - dezvoltă aptitudini de identificare a oportunităților, de inovare și de anticipare riscurilor potențiale în afaceri - dezvoltă aptitudini de adaptare și de aplicare în procesul decizional a raționamentelor, conceptelor antreprenoriale, în funcție de specificul activității din cadrul unei organizații - dezvoltă aptitudinea de a analiza critic rezultatele economico-financiare ale organizației și conjunctura economico-socială internă și internațională, astfel încât să deducă implicațiile acestora asupra unei organizații - conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale
Responsabilitate și autonomie	Masterandul/Absolventul: - demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri și/sau soluții tehnologice în domeniile de activitate - dezvoltă o mentalitate adaptabilă, rezilientă și antreprenorială - este capabil să argumenteze științific, să adopte decizii și să propună strategii de dezvoltare a unei organizații

7. Conținuturi curs/seminar/laborator

7.1 Curs	Conținuturi	Metodă și timp alocat
1. Considerații generale privind antreprenoriatul	1.1. Trăsături ale antreprenoriatului și factorii care îl influențează 1.2. Competențele și profilul antreprenorului 1.3. Avantajele și dezavantajele inițierii propriei afaceri 1.4. Tipuri de antreprenoriat	Prelegere, studii de caz 2 ore
2. Antreprenoriatul social	2.1. Abordare conceptuală 2.2. Rolul și tipologia antreprenoriatului social 2.3. Antreprenoriatul social în România	Prelegere, studii de caz 2 ore
3. Intraprenoriatul	3.1. Definiție și factori de influență 3.2. Formele intraprenoriatului 3.3. Avantajele și dezavantajele intraprenoriatului	Prelegere, studii de caz 2 ore
4. Antreprenoriatul economic. Inițierea și derularea unei afaceri	4.1. Identificarea ideilor de afaceri și evaluarea oportunităților 4.2. Identificarea alternativelor de intrare în afaceri 4.3. Surse de finanțare a afacerilor – clasice și alternative 4.4. Ciclul de viață al afacerii	Prelegere, studii de caz 2 ore
5. Analiza și construirea strategică a afacerii 1	5.1. Analiza PESTELE 5.2. Analiza SWOT – Potentiali factori de luat în calcul 5.3. Matricea TOWS	Prelegere, studii de caz 2 ore

6. Analiza și construirea strategică a afacerii 2	6.1. Misiune - Viziune - Obiective - Strategie - Tactica. Clarificari Conceptuale 6.2. Avantajul competitiv 6.3. Modelul lui Michael Porter	Prelegere, studii de caz 2 ore
7. Analiza și construirea strategică a afacerii 3	7.1. Strategia ocnului albastru 7.2. Strategiile Kaizen si Lean Six Sigma	Prelegere, studii de caz 2 ore
8. Matricea CANVAS – un plan de afaceri simplificat	8.1. Prezentare generală 8.2. Analiza etapelor completării 8.3. Utilitatea și limitele modelului CANVAS	Prelegere, studii de caz 2 ore
9. Noțiuni fundamentale privind planul de afaceri	9.1. Planul de afaceri –tipologie, rol, utilitate 9.2. Exigențele și limitele unui plan de afaceri 9.3. Instrumente economico - financiare indispensabile în elaborarea unui plan de afaceri	Prelegere, studii de caz 2 ore
10. Elaborarea și fundamentarea planului de afaceri	10.1 Etapele elaborării planului de afaceri 10.2. Structura planului de afaceri 10.3. Prezentarea planului de afaceri – metoda Pitch	Prelegere, studii de caz 2 ore
11. Profile de țară privind antreprenoriatul	11.1. Profilul asiatic 11.2. Profilul european 11.3. Profilul american	Prelegere, studii de caz 2 ore
12. Eticheta în afaceri – avantaj competitiv pentru întreprinzători	12.1. Istoric, definiții 12.2. Rolul și importanța studierii etichetei în afaceri 12.3. Reguli elementare de etichetă în afaceri 12.4. Analiza comparativa a regulilor de eticheta în diferite state ale lumii	Prelegere, studii de caz 2 ore
13. Etică și responsabilitate socială în afaceri	13.1. Etica în afaceri și responsabilitatea socială – abordare conceptuală 13.2. Aspecte specifice ale eticii în afaceri 13.3. Etica în afaceri și diferențele culturale	Prelegere, studii de caz 2 ore
14. Politicile UE privind antreprenoriatul	14.1. Măsuri suport pentru antreprenoriat la nivelul UE 14.2. Inovarea – o prioritate a UE 14.3. Programe UE de susținere a cercetării și inovării 14.4. Planul de acțiuni pentru dezvoltarea antreprenoriatului în UE	Prelegere, studii de caz 2 ore

Bibliografie curs

1. Mihaela Iliescu (2026) - *Antreprenoriat și dezvoltarea afacerilor*, Note de curs disponibile pe platforma eLis/Classroom
2. Bumbac, Robert; Pamfilie, Rodica; Procopie, Roxana s.a. (2024) - *Managementul inovarii si design in afaceri*, Editura ASE, București 005/M29
3. Nicoleta Cristache, Marian Nastase (2023) - *Antreprenoriatul strategic*, Editura C.H. Beck, București, 658.5/C87
4. Crișan Emil, Mihăilă Alin – coordonatori (2021) - *Antreprenoriat și inovare*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj, (versiunea electronică a lucrării este disponibilă pe website-ul <http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/2977.pdf>)
5. Ghenea Marius (2021) - *Antreprenoriat - Editie aniversara 2011-2021*, Editura Evrika Publishing, București 005/G39
6. Nicolescu Ovidiu, Nicolescu Ciprian (2025) - *Întreprinzătorul, întreprinderea mică și mijlocie și managementul întreprinderii*, Editura Pro Universitaria 005/N64
7. Potincu, Laura (2023) - *Responsabilitatea socială în domeniul corporatist și al instituțiilor publice: management responsabil social și etica în afaceri*. Editia a 3-a, Editura C.H. Beck; București, 17/P88

7.2. Seminar/ laborator	Conținuturi	Metodă și timp alocat
Seminar 1	Considerații generale privind antreprenoriatul	Conversația euristică, grile, studii de caz 2 ore

Seminar 2	Antreprenoriat social și intraprenoriat	Conversația euristică, studii de caz, exemple de succes 2 ore
Seminar 3	Inițierea și derularea unei afaceri. Identificarea propriei idei de afaceri	Conversația euristică, studii de caz 2 ore
Seminar 4	Analizele de tip PESTELE, SWOT, TOWS	Conversația euristică, studii de caz, lucru individual 2 ore
Seminar 5	Avantajul competitiv și matrice experienței de cumpărare	Conversația euristică, studii de caz 2 ore
Seminar 6	Modelul lui Michael Porter	Conversația euristică, studii de caz, lucru individual 2 ore
Seminar 7	Strategia ocnului albastru.Strategiile Kaizen si Lean Six Sigma	Conversația euristică, studii de caz 2 ore
Seminar 8	Matricea CANVAS	Conversația euristică, studii de caz, lucru individual 2 ore
Seminar 9	Instrumente economico - financiare indispensabile în elaborarea unui plan de afaceri	Aplicații, studii de caz 2 ore
Seminar 10	Elaborarea propriului plan de afaceri 1	Conversația euristică, lucru individual 2 ore
Seminar 11	Elaborarea propriului plan de afaceri 2	Conversația euristică, lucru individual 2 ore
Seminar 12	Elaborarea propriului plan de afaceri 3	Conversația euristică, lucru individual 2 ore
Seminar 13	Prezentarea planului de afaceri – metoda Pitch	Studii de caz, prezentări 2 ore
Seminar 14	Profile de țară privind antreprenoriatul. Stiluri de leadership	Conversația euristică, studii de caz 2 ore

Bibliografie seminar

1. Mihaela Iliescu (2026), *Antreprenoriat și dezvoltarea afacerilor*, Note de curs disponibile pe platforma eLis/Classroom
2. Nicoleta Cristache, Marian Nastase (2023) - *Antreprenoriatul strategic*, Editura C.H. Beck, București, 658.5/C87
3. Crișan Emil, Mihăilă Alin – coordonatori (2021), *Antreprenoriat și inovare*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj, (versiunea electronică a lucrării este disponibilă pe website-ul <http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/2977.pdf>)
4. Nicolescu Ovidiu, Nicolescu Ciprian (2025), *Întreprinzătorul, întreprinderea mică și mijlocie și managementul întreprinderii*, Editura Pro Universitaria 005/N64

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

Conținutul disciplinei *Antreprenoriat Si Dezvoltarea Afacerilor* urmărește dobândirea unei viziuni de ansamblu asupra teoriei și practicii din domeniul antreprenorial. Se asigură, în acest fel, accesul la ocupații specifice domeniului de studiu, conform ESCO: 2421.2 consultant de afaceri/consultanta de afaceri; 2421.3 specialist strategia afacerii; 2431.5 specialist dezvoltare afaceri

9. Evaluare

Criteriile de evaluare continuă:

- parcurgerea cursului și rezolvarea tuturor cerințelor în platforma Junior Achievement - 3 puncte
- participarea activă și răspunsurile oferite în cadrul dezbaterilor și aplicațiilor practice de la seminar - 1 punct suplimentar (minim două răspunsuri);
- participarea la Conferința studențească anuală CONSTANT ori la alte manifestări studențești - 1 punct suplimentar

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- răspunsurile la examen (evaluarea finală) – 60%

- activitatea pe parcursul semestrului – 40%

Modalitatea practică de evaluare finală: Examen oral (prezentarea unui plan de afaceri – la examen se preda și planul de afaceri în format lettric).

Data completării 06.09.2026	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
Data avizării în Departament 15.09.2026	Semnătura Directorului Departamentului	

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Nicolae Titulescu” din București
1.2. Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3. Departamentul	Științe Economice
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/Calificarea	Antreprenoriat și Administrarea Afacerilor
1.7. Tip master	Master profesional
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL ȘI AL CONSUMATORULUI
2.2. Codul disciplinei	S.B.1.2.1.3
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. COSTEL STANCIU
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. COSTEL STANCIU
2.5. Anul de studii	I
2.6. Semestrul	II
2.7. Tipul de evaluare	Examen
2.8. Categoria de opționalitate a disciplinei (obligatorie, opțională, facultativă)	Obligatorie
2.9. Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, de specializare, complementară)	De specializare

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					47
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

Activitățile didactice se vor desfășura în regim mixt, conform orarului afișat, cu respectarea *Standardelor de calitate ARACIS* cu privire la modul de desfășurare a activităților de predare, învățare, cercetare, aplicații practice și evaluare, la forma de învățământ cu frecvență, prin utilizarea unor resurse electronice, informatice și de comunicații sincrone specifice.

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Masterandul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor.
Aptitudini	Masterandul lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri; transmite informații clar și concis, atât verbal cât și în scris
Responsabilități și autonomie	Masterandul utilizează coerent conceptele în vederea: adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în situații complexe și imprevizibile

7. Conținuturi curs/seminar/laborator

7.1 Curs	Conținuturi	Metodă și timp alocat
1. Organizatia, misiunea si obiectivele ei	1.1 Conceptul de organizatie 1.2. Tipologia organizatiilor 1.3. Misiunea organizatiei	Prelegere Problematizare 2 ore
2.Cultura organizationala	2.1. Conceptul de cultura organizationala 2.2. Factorii care influenteaza cultura organizationala 2.3. Impactul socializarii asupra culturii organizationale	Prelegere Problematizare 2 ore
3. Managementul deciziilor	3.1. Definirea deciziei 3.2. Tipologia deciziilor	Prelegere Problematizare 2 ore
4. Leadershipul organizational	4.1. Conceptul de leadership 4.2. Leadershipul multicultural 4.3. Abordari contemporane in leadership	Prelegere Problematizare 2 ore
5. Managementul schimbarii	5.1. Schimbarea culturii organizationale 5.2. Rezistenta la schimbare 5.3. Planificarea schimbarii organizationale	Prelegere Problematizare 2 ore
6. Managementul stresului	6.1. Conceptul de stres 6.2. Factorii de stres 6.3. Reactii la stresul din organizatie 6.4. Managementul si prevenirea stresului	Prelegere Problematizare 2 ore
7. Managementul conflictelor	7.1. Conceptul de conflict organizational 7.2. Strategii de gestionare a conflictelor	Prelegere Problematizare 2 ore
8.Comportamentul consumatoru organizational	8.1. Tipuri de piete organizationale 8.2. Caracteristicile pietelor organizationale 8.3. Decizii de cumparare organizationala	Prelegere Problematizare 2 ore
9.Responsabilitatea sociala	9.1. Evolutia conceptului de responsabilitate sociala 9.2. Sistemul de management al responsabilitatii sociale	Prelegere Problematizare

		2 ore
10. Comportamentul consumatorului	10.1. Consideratii generale 10.2. Factorii care influenteaza comportamentul consumatorului	Prelegere Problematizare 2 ore
11. Comportamentul de consum al Europeanilor versus comportamentul de consum al americanilor	11.1. Particularitatile comportamentului consumatorului european 11.2. Particularitatile comportamentului consumatorului european	Prelegere Problematizare 2 ore
12. Modalitati de rezolvare a problemelor de consum	12.1. Medierea 12.2. Solutionarea alternativa a disputelor 12.2. Soluționarea online a litigiilor	Prelegere Problematizare 2 ore
13. Abordari ale miscarii consumeriste la nivel global	13.1. Conceptul de consumerism 13.2. Organizatii ale consumatorilor 13.3. Implicatiile campaniilor de informare asupra comportamentului de consum	Prelegere Problematizare 2 ore
14. Radiografia miscarii consumeriste din Romania	14.1. Cadrul legal 14.2. Rolul organizatiilor de consumatori in procesul de modificare a obiceiurilor de consum	Prelegere Problematizare 2 ore

Bibliografie curs

1. Cercelariu, Madalin-Lucian, Teodorescu, Nicolae, Modelarea si cercetarea atitudinii consumatorului, Editura ASE, Bucuresti, 2022
2. Gherasim Daniel, Gherasim Adrian, Comportamentul clientilor, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2022
3. Gheorghe Militaru, Comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M73
4. George Moldoveanu, Analiză și comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M87
5. MURESAN, Valentin: Managementul eticii in organizatii.- Bucuresti; Editura Universitatii din Bucuresti, 2009, 348 pag. 005 M96
6. Mircea Oancea (coord.), Comunicare și comportament organizațional, Printech, București, 2010, disponibil online la:
http://www.ruralantreprenor.ro/c/document_library/get_file?p_l_id=55701&folderId=75938&name=DLFE-4406.pdf
7. VOINEA, Lelia; NEGREA, Teodor Mihai: Cultura consumatorului.- Bucuresti: Editura A.S.E., 2016.- 246 p. 366 V84

8.Seminar/ laborator	Conținuturi	Metodă
Seminar 1	Identificarea tipului de cultura organizationala	Conversația euristică+ expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 2	Metode de rezolvare a unor incidente organizationale	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 3	Strategii de supraviețuire in cadrul unei organizatii	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 4	Teste de evaluare a stresului	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 5	Masurarea gradului de satisfactie a consumatorului	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore

Seminar 6	Importanta brandului in procesul de achizitie	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 7	Valoarea perceputa de consumator si personalizarea ofertei	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore

Bibliografie seminar

1. Dinu, Diana-Mariana; Orzan, Gheorghe, Studiul comportamentului consumatorului online in contextul volumelor mari de date, Editura ASE, Bucuresti, 2024
2. Ene Irimia, Nistoreanu Puiu, Reactia consumatorului fata de intruziunea inteligentei artificiale in sectorul tertiar, Editura ASE, Bucuresti, 2022
3. Gheorghe Militaru , Comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M73
4. George Moldoveanu, Analiză și comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M87
5. Mircea Oancea (coord.), Comunicare și comportament organizațional, Printech, București, 2010, disponibil online la:
http://www.ruralantreprenor.ro/c/document_library/get_file?p_l_id=55701&folderId=75938&name=DLFE-4406.pdf
6. Yaharia, Giulia-Elena; Cetină Iuliana, Modelarea comportamentului consumatorului online in sfera serviciilor universitare, Editura ASE, Bucuresti, 2024

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

Conținutul disciplinei *Comportament organizational si al consumatorului* are în vedere însușirea de către studenții a problematicii specifice domeniului, dezvoltarea capacității studenților de a utiliza noțiunile și cunoștințele economice de specialitate, însușirea de abilități în utilizarea instrumentelor și tehnicilor specifice acestui domeniu. Se asigură, în acest fel, accesul la ocupații specifice domeniului de studiu, conform ESCO: 2421.2 consultant de afaceri/consultanta de afaceri; 2421.3 specialist strategia afacerii; 2431.5 specialist dezvoltare afaceri

10. Evaluare

Criteriile de evaluare a activității de curs:

- participarea activă a masteranzilor la curs;

Criteriile de evaluare a activității de seminar/laborator:

- realizarea de studii in echipa pe baza modelelor analizate în cadrul seminarului
- rezolvarea corectă a studiilor de caz și aplicațiilor propuse spre rezolvare;
- proiect final

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- participarea activă a masteranzilor la seminar; discuții libere, de grup – 30%
- proiectul individual – 70%

Modalitatea practică de evaluare finală: Sustinerea proiectului de catre fiecare masterand

Data completării 03.09.2026	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
Data avizării în Departament 15.09.2026	Semnătura Directorului Departamentului	

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Nicolae Titulescu” din București
1.2. Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3. Departamentul	Științe Economice
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/Calificarea	Antreprenoriat și Administrarea Afacerilor
1.7. Tip master	Master profesional
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	TEORIA JOCURILOR IN AFACERI
2.2. Codul disciplinei	S.B.1.2.1.5
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. SANDRA TEODORESCU
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. SANDRA TEODORESCU
2.5. Anul de studii	I
2.6. Semestrul	II
2.7. Tipul de evaluare	Examen
2.8. Categoria de opționalitate a disciplinei (obligatorie, opțională, facultativă)	Obligatorie
2.9. Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, de specializare, complementară)	De specializare

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. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					55
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

Activitățile didactice se vor desfășura în regim mixt, conform orarului afișat, cu respectarea *Standardelor de calitate ARACIS cu privire la modul de desfășurare a activităților de predare, învățare, cercetare, aplicații practice și evaluare, la forma de învățământ cu frecvență, prin utilizarea unor resurse electronice, informatice și de comunicații sincrone specifice.*

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Sunt binevenite cunostinte de programare lineara si probabilitati
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	-
---	---

6. Rezultatele invatarii

Cunoștințe	• Masterandul/Absolventul dobândește cunoștințe avansate despre analiza strategica (capacitatea de a identifica si modela situatii strategice intre actori rationali: companii, consumatori, institutii si respective capacitatea de a intelege tipurile de jocuri care apar intre acestia). • Masterandul/Absolventul dobândește o o gandire critica si un rationament strategic (capacitatea de a anticipa reactiile celorlalti jucatori in functie de propriile decizii, intelegerea echilibrului Nash si interpretarea sa in context reale. • Masterandul/Absolventul dezvoltă capacitatea de a utiliza Teoria jocurilor in strategii de preturi, negocieri, concurenta de piata, licitatii, cooperari.
Aptitudini	• Masterandul/Absolventul dezvolta aptitudini de a gandi strategic, de a reprezenta si de a analiza jocurile din cadrul unei organizatii. • Masterandul/Absolventul dezvolta aptitudini de a modela si anticipa comportamente. • Masterandul/Absolventul dezvolta aptitudinea, obtinuta prin cercetare stiinfica, de a face predictii (testate prin experiment sau/si observatie), de a analiza critic rezultatele, de a gasi echilibrul Nash. • Masterandul/Absolventul dezvolta aptitudini privind luarea deciziilor in conditii de incertitudine. • Masterandul/Absolventul dezvoltă abilitati de comunicare si negociere.
Responsabilitate și autonomie	• Masterandul/Absolventul este capabil să ofere consultanta decizionala pentru management, poate avea un rol esential in planificarea strategica; • Masterandul/Absolventul este capabil să analizeze reactiile competitorilor la modificare preturilor, sa modeleze jocuri de tip oligopol, poate propune scenarii de preturi si strategii de diferentiere pe care managementul le poate implementa; • Masterandul/Absolventul este capabil sa lucreze in medii complexe si dinamice (adaptabilitate in fata schimbarilor contextului de joc si respectiv aplicarea teoriei jocurilor in situatii reale, adesea cu date incomplete.

7. Conținuturi curs/seminar/laborator

7.1 Curs	Conținuturi	Metodă/timp alocat
Curs 1	Notiuni generale. Introducere in Teoria Jocurilor.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 2.	Conceptul matematic de Joc. Situatii de conflict, strategii pure si mixte, puncte de echilibru, strategii optime. Dilema prizonierului.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 3.	Exemple de jocuri. Jocuri matriceale. Modelarea problemelor care conduc la un joc. Condiții necesare și suficiente pentru existența punctelor sa.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 4.	Jocuri cu si fara punct sa.	Prelegere, Problematizare 2 ore

Curs 5.	Rezolvarea numerica a jocurilor matriceale: metoda grafica (arborele jocului). Metoda mersului invers. Analiza strategiilor. Jocuri cu suma nula si cu suma nenula.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 6.	Calculul castigurilor. Principiul dominarii strategiilor.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 7	Strategii in stabilirea deciziei: criteriul maximin, criteriul maximax, criteriul minimax, criteriul Savage, Criteriul Bayes-Laplace.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 8	Oligopolurile. Tipologia oligopolurilor. Duopolul. Studiu de Teoria Jocurilor ca model pentru comportamentul firmelor din oligopol.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 9	Jocuri bimatriceale cu suma arbitrara necooperative	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 10	Jocuri cu mutari simultane. Punctul de echilibru Nash. Algoritmul maximizarii castigurilor relative.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 11	Jocuri de n persoane. Valoarea Shapley (partea I)	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 12	Jocuri de n persoane. Valoarea Shapley (partea II)	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 13	Rezolvarea jocurilor matriceale cu metoda simplex.	Prelegere, Problematizare 2 ore
Curs 14	Metoda de rezolvare prin programare lineara a jocului de suma nula de 2 persoane.	Prelegere, Problematizare 2 ore

Bibliografie curs

8. Atanasiu Virginia, *Elemente de teoria grafurilor, teoria jocurilor si de statistica matematica. Modele matematice in economie. Teorie si aplicatii*. Editura ASE, 2015. Cod biblioteca 51/A90
9. Dixit, Avinash; Skeath, Susan; Reiley, David, *Games of strategy. 4th Edition*, W.W.Norton&Company; New York/London, 2015. Cod biblioteca 51/D53
10. McAdams David, *Jucatorul ingenios. Teoria jocurilor si arta transformarii situatiilor strategice* – Editura Publica, 2014. Cod biblioteca 51/M12
11. Osborne, Martin. *An Introduction to Game Theory*. New York: Oxford University Press, 2003. Cod biblioteca 51/O83
12. Hrebiniak Lawrence G.: *Strategia in afaceri: implementarea si executarea eficienta.*- Bucuresti: Editura All, 2009. Cod biblioteca 005/H87

7.2. Seminar/ laborator	Conținuturi	Metodă/timp alocat
Seminar 1	Exemple de jocuri	Conversația euristică, Aplicații 2 ore
Seminar 2	Rezolvarea numerica a jocurilor matriceale: metoda grafica.	Conversația euristică, Aplicații 2 ore
Seminar 3	Arborele jocului. Metoda mersului invers.	Conversația euristică, Aplicații 2 ore

Seminar 4	Calculul castigurilor. Principiul dominarii strategiilor.	Conversația euristică, Aplicații 2 ore
Seminar 5	Duopolul. Exemple de Teoria Jocurilor ca model pentru comportamentul firmelor din oligopol.	Conversația euristică, Aplicații 2 ore
Seminar 6	Determinarea punctelor de echilibru Nash folosind analiza celui mai bun raspuns si respective prin eliminarea succesiva a strategiilor dominate.	Conversația euristică, Aplicații 2 ore
Seminar 7	Valoarea Shapley. Exemple.	Conversația euristică, Aplicații 2 ore

Bibliografie seminar

1. Atanasiu Virginia, *Elemente de teoria grafurilor, teoria jocurilor si de statistica matematica. Modele matematice in economie. Teorie si aplicatii*. Editura ASE, 2015. Cod biblioteca 51/A90
2. Dixit, Avinash; Skeath, Susan; Reiley, David, *Games of strategy. 4th Edition*, W.W.Norton&Company; New York/London, 2015. Cod biblioteca 51/D53
3. McAdams David, *Jucatorul ingenious. Teoria jocurilor si arta transformarii situatiilor strategice* – Editura Publica, 2014. Cod biblioteca 51/M12
4. Osborne, Martin. *An Introduction to Game Theory*. New York: Oxford University Press, 2003. Cod biblioteca 51/O83
5. Hrebiniak Lawrence G.: *Strategia in afaceri: implementarea si executarea eficienta*.- Bucuresti: Editura All, 2009. Cod biblioteca 005/H87

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

Conținutul disciplinei *Teoria jocurilor în afaceri* are în vedere însușirea de către studenții a problematicei specifice domeniului teoriei jocurilor în afaceri și însușirea de abilități în utilizarea instrumentelor și tehnicilor specifice domeniului. Se asigură, în acest fel, accesul la ocupații specifice domeniului de studiu, conform ESCO: 2421.2 consultant de afaceri/consultanta de afaceri; 2421.3 specialist strategia afacerii; 2431.5 specialist dezvoltare afaceri.

9. Evaluare

Criteriile de evaluare a activității de curs:

- participarea activă a masteranzilor la curs;

Criteriile de evaluare a activității de seminar/laborator:

- participarea activă a masteranzilor la seminar; discuții libere, de grup;
- rezolvarea corectă a studiilor de caz și aplicațiilor propuse spre rezolvare;
- proiect final

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- răspunsurile la examen (evaluarea finală) – 70%
- proiect final – 30%

Modalitatea practică de evaluare pe parcurs: Probleme rezolvate pe parcursul semestrului, în cadrul seminarelor.

Modalitatea practică de evaluare finală: Lucrare scrisă cu mai multe aplicații practice.

Data completării 05.09.2026	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
Data avizării în Departament 15.09.2026	Semnătura Directorului Departamentului	

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Nicolae Titulescu” din București
1.2. Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3. Departamentul	Științe Economice
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/Calificarea	Antreprenoriat și Administrarea Afacerilor
1.7. Tip master	Master profesional
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ
2.2. Codul disciplinei	S.B.1.2.1.6
2.3. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Valentina Vasile
2.4. Titularul activităților de seminar	-
2.5. Anul de studii	I
2.6. Semestrul	II
2.7. Tipul de evaluare	Verificare
2.8. Categoria de opționalitate a disciplinei (obligatorie, opțională, facultativă)	Obligatorie
2.9. Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, de specializare, complementară)	Complementară

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	1	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	0
3.4. Total ore din planul de învățământ	14	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	0
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					36
3.8 Total ore pe semestru					50
3.9. Numărul de credite					2

Activitățile didactice se vor desfășura în regim mixt, conform orarului afișat, cu respectarea *Standardelor de calitate ARACIS* cu privire la modul de desfășurare a activităților de predare, învățare, cercetare, aplicații practice și evaluare, la forma de învățământ cu frecvență, prin utilizarea unor resurse electronice, informatice și de comunicații sincrone specifice.

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Masterandul dobandeste cunostinte de baza privind: - noțiunile specifice deontologiei academice - normele explicite (texte cu valoare normativă) sau implicite (cutume, practici) care reglementează conduita academică a muncii intelectuale în activitățile desfășurate în cadrul programelor de studii universitare; - bazele metodologiei cercetării științifice - utilizarea literaturii de specialitate; - comunicarea în mediul academic- cu alți studenți, cu personalul didactic, cu personalul administrativ din universități Cunoașterea valorilor academice (integritate, libertate academică, onestitate, responsabilitate). Cunoașterea reglementărilor naționale și a codurilor de etică instituționale privind integritatea.	
Aptitudini	Masterandul este capabil să: - Aplice principiile, normele și valorile eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă - Aplice noțiunile de bază ale deontologiei academice; - aplice principiile eticii științifice în elaborarea lucrării de disertație și a rapoartelor / referatelor științifice - gestioneze date și informații specifice domeniilor de cercetare și le utilizeze cu respectarea normelor eticii și deontologiei științifice - redacteze referate și lucrarea de disertație respectând regulile eticii și integrității științifice - identifice și interpreteze texte specifice domeniului de specializare academică Familiarizarea cu instrumentele software pentru verificarea similitudinilor Abilitatea de a recunoaște, analiza și rezolva situații complexe de etică în cercetare sau în cadrul activităților universitare.	
Responsabilitate și autonomie	- Dezvolta capacitatea de a utiliza responsabil și autonom noțiunile și cunoștințele specifice deontologiei academice. Adoptarea unei conduite morale în relațiile dintre masteranzi și cadrele didactice, bazată pe respect și onestitate. - poate acționa cu responsabilitate în valorificarea muncii de cercetare cu respectarea normelor privind proprietatea intelectuală. - are autonomie în aplicarea principiilor eticii academice în relațiile cu ceilalți actori din mediul academic. Înțelege și respectă normele împotriva discriminării, hărțuirii sexuale și abuzurilor în mediul academic - poate acționa responsabil și autonom în activitatea de redactare de lucrări și studii de specialitate, în realizarea lucrării de disertație	

7. Conținuturi curs/seminar/laborator

7.1 Curs	Conținuturi	Metodă/ timp alocat
1. Obiectul disciplinei. Morală-componenta a sistemului axiologic. Analiza raportului : religie-moralitate-legalitate	1. 1. Obiectul disciplinei 1. 1.1. Importantă și conținut 1.1.2 . Clarificări conceptuale: moral, amoral, immoral, etică, integritate, deontologie 1.2. Morală-componenta a sistemului axiologic. Valori, principii, norme morale-componente ale sistemului axiologic 1.3. Analiza raportului : religie- moralitate-legalitate; interconexiuni și diferențe	Expunere Dialog Prelegere Problematizare 2 ore

2. Rolul universității în producerea și transmiterea valorilor morale. Considerații privind managementul eticii în universități.	2.1. Rolul universității în producerea și transmiterea valorilor morale 2.1.1. Educația în secolul XXI 2.1.2. Dezbateri privind autonomia și capacitatea universității de a produce și transmite valori 2.2. Considerații privind managementul eticii în universități 2.2.1. Managementul eticii în universități. 2.2.2. Rolul Codul Etic al Universității	Prelegere Conversație euristică Problematizare 2 ore
3. Reglementări privind etica în universitățile din România și din Europa. Etica cercetării științifice în domeniul economic	3.1. Reglementări privind etica în universitățile din România și din Europa 3.1.1. Reglementări europene 3.1.2. Reglementări în universitățile din România. Reguli morale și de etichetă în spațiul academic românesc 3.2. Etica cercetării științifice 3.2.1. Reglementări și standarde ale comunităților profesionale din spațiul academic referitoare la cercetarea științifică 3.2.2. Reglementări referitoare la proprietatea intelectuală și deontologia valorificării rezultatelor cercetării științifice în domeniul economic	Conversație euristică Problematizare Prelegere Dialog 2 ore
4. Dificultăți și dileme în cercetarea științifică. Etica muncii în echipă în spațiul academic. Redactarea corectă a unei lucrări academice	4.1. Dificultăți și dileme în cercetarea științifică 4.1.1. Probleme, obstacole, dificultăți 4.1.2. Modalități de rezolvare : studii de caz 4.2. Etica muncii în echipă în spațiul academic. 4.2.1. Munca în echipă: între aspirație și realitate 4.2.2. „Trustul de creiere” și producerea cunoașterii 4.2.3. Deontologia muncii de echipă în cercetarea științifică 4.3. Redactarea corectă a unei lucrări academice 4.3.1. Autori, Autorat, Co-autorat 4.3.2. Copie, a copia în epoca digitală 4.3.3. Indicarea corectă a surselor	Prelegere Dialog Problematizare 2 ore
5. Plagiatul. Autoplagiarea. Folosirea IA	5.1. Plagiatul 5.1.1. Definiții juridice și instituțional-academice 5.1.2. Definirea conceptuală și operațională în recunoașterea plagiatului 5.1.3. Valorile care fundamentează combaterea și sancționarea plagiatului 5.1.4. Norme și procedee de identificare a plagiatului 5.2. Autoplagiarea vs. originalitate 5.3. Folosirea IA în cercetare: provocări și limite	Prelegere Dialog Problematizare 2 ore
6. Etica dialogului și a diversității în mediul academic	6. Etica dialogului și a diversității în mediul academic 6.1. Respectarea unicității, diversității ființei umane 6.2. Promovarea interculturalității 6.3. Promovarea libertății de gândire și exprimare 6.4. Promovarea originalității, inovației, gândirii critice	Prelegere Dialog Problematizare 2 ore
7. Etica democratizării relațiilor dintre participanții la actul educațional. Universitatea morală: între ideal și realitate	7.1. Etica democratizării relațiilor dintre participanții la actul educațional - combaterea discriminării, fenomenelor de hărțuire, bullying etc 7.2. Universitatea morală: între ideal și realitate 7.2.1. Idealul de universitate morală 7.2.2. Studii și cercetări privind starea morală a universităților	Prelegere Dialog Problematizare 2 ore

Bibliografie curs

1. VASILE, Valentina – Etică și integritate academică Note de curs, 2026 prezentari in ppt incarcate pe clasa disciplinei
2. Elena Emilia Stefan, 2023 - Etica si integritate academica, Ed III-a, ProUniversitaria, 326.p, cota 174/S81
3. Andreea Tabacu, Etica, integritate si reguli de conduita in mediul universitar- Curs de baza, Bucuresti Universul Juridic 2023, 102 p , cota 174/T11
4. Corina Ilin, Reamintirea normelor morale, Psihologia Socială, nr. 50 (II)/2022, pp. 205-212, <https://observatorsocial.ro/wp-content/uploads/2024/04/18-Corina-ILIN-Reamintirea-normelor-morale.pdf>
5. Ștefan Elena, *Etică și integritate academică*, Ed. Prouniversitaria, București, 2018, **174/S81**
6. Androniceanu Armenia, *Fundamente privind elaborarea unei lucrări științifice*, Ed. Universitară, București, 2017, **001/A55**
7. Circa Adrian, *Protecția drepturilor intelectuale. Actualități și perspective*, Universul juridic, București, 2013, **347.77/.78/C54**
8. Florea Sonia, *Plagiatul și încălcarea drepturilor de autor*, <https://www.juridice.ro/467536/plagiatul-si-incalcarea-drepturilor-de-autor.html>
9. Legea nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare
10. Legea nr. 398/2006 privind modificarea și completarea Legii 206/2004

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

Conținutul disciplinei *Etica și integritate academică* are în vedere însușirea de către studenți a unor noțiuni ce contribuie la dezvoltarea bunelor practici în deontologia muncii intelectuale ca parte a întregului flux academic. Se asigură, în acest fel, accesul la ocupații specifice domeniului de studiu, conform ESCO: 2421.2 consultant de afaceri/consultanta de afaceri; 2421.3 specialist strategia afacerii; 2431.5 specialist dezvoltare afaceri

9. Evaluare

Criteriile de evaluare a activității de curs:

- participarea la activitatea didactică;
- participarea la cercurile științifice din UNT, la CONSTANT-Conferința studențească anuală “Nicolae Titulescu” ori la alte manifestări științifice studențești.

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- răspunsurile la examen/verificare (evaluarea finală) – 70%
- testarea continuă pe parcursul semestrului (teme, referate)– 30%

Modalitatea practică de evaluare finală: verificare constând în elaborarea și susținerea unui proiect

Data completării 05.09.2026	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
Data avizării în Departament 10.09.2026	Semnătura Directorului Departamentului	

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Nicolae Titulescu” din București
1.2. Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3. Departamentul	Științe Economice
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/Calificarea	Antreprenoriat și Administrarea Afacerilor
1.7. Tip master	Master profesional
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL ȘI AL CONSUMATORULUI
2.2. Codul disciplinei	S.B.1.2.1.3
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. COSTEL STANCIU
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. COSTEL STANCIU
2.5. Anul de studii	I
2.6. Semestrul	II
2.7. Tipul de evaluare	Examen
2.8. Categoria de opționalitate a disciplinei (obligatorie, opțională, facultativă)	Obligatorie
2.9. Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, de specializare, complementară)	De specializare

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					47
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

Activitățile didactice se vor desfășura în regim mixt, conform orarului afișat, cu respectarea *Standardelor de calitate ARACIS cu privire la modul de desfășurare a activităților de predare, învățare, cercetare, aplicații practice și evaluare, la forma de învățământ cu frecvență, prin utilizarea unor resurse electronice, informatice și de comunicații sincrone specifice.*

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Masterandul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor.
Aptitudini	Masterandul lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri; transmite informații clar și concis, atât verbal cât și în scris
Responsabilități și autonomie	Masterandul utilizează coerent conceptele în vederea: adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în situații complexe și imprevizibile

7. Conținuturi curs/seminar/laborator

7.1 Curs	Conținuturi	Metodă și timp alocat
1. Organizatia, misiunea si obiectivele ei	1.1 Conceptul de organizatie 1.2. Tipologia organizatiilor 1.3. Misiunea organizatiei	Prelegere Problematizare 2 ore
2.Cultura organizationala	2.1. Conceptul de cultura organizationala 2.2. Factorii care influenteaza cultura organizationala 2.3. Impactul socializarii asupra culturii organizationale	Prelegere Problematizare 2 ore
3. Managementul deciziilor	3.1. Definirea deciziei 3.2. Tipologia deciziilor	Prelegere Problematizare 2 ore
4. Leadershipul organizational	4.1. Conceptul de leadership 4.2. Leadershipul multicultural 4.3. Abordari contemporane in leadership	Prelegere Problematizare 2 ore
5. Managementul schimbarii	5.1. Schimbarea culturii organizationale 5.2. Rezistenta la schimbare 5.3. Planificarea schimbarii organizationale	Prelegere Problematizare 2 ore
6. Managementul stresului	6.1. Conceptul de stres 6.2. Factorii de stres 6.3. Reactii la stresul din organizatie 6.4. Managementul si prevenirea stresului	Prelegere Problematizare 2 ore
7. Managementul conflictelor	7.1. Conceptul de conflict organizational 7.2. Strategii de gestionare a conflictelor	Prelegere Problematizare 2 ore
8.Comportamentul consumatorului organizational	8.1. Tipuri de piete organizationale 8.2. Caracteristicile pietelor organizationale 8.3. Decizii de cumparare organizationala	Prelegere Problematizare 2 ore
9.Responsabilitatea sociala	9.1. Evolutia conceptului de responsabilitate sociala 9.2. Sistemul de management al responsabilitatii sociale	Prelegere Problematizare 2 ore
10. Comportamentul consumatoru	10.1. Consideratii generale	Prelegere Problematizare 2 ore

	10.2. Factorii care influenteaza comportamentul consumatorului	
11. Comportamentul de consum al Europeanilor versus comportamentul de consum al americanilor	11.1. Particularitatile comportamentului consumatorului european 11.2. Particularitatile comportamentului consumatorului european	Prelegere Problematicizare 2 ore
12. Modalitati de rezolvare a problemelor de consum	12.1. Medierea 12.2. Solutionarea alternativa a disputelor 12.2. Soluționarea online a litigiilor	Prelegere Problematicizare 2 ore
13. Abordari ale miscarii consumeriste la nivel global	13.1. Conceptul de consumerism 13.2. Organizatii ale consumatorilor 13.3. Implicatiile campaniilor de informare asupra comportamentului de consum	Prelegere Problematicizare 2 ore
14. Radiografia miscarii consumatoriste din Romania	14.1. Cadrul legal 14.2. Rolul organizatiilor de consumatori in procesul de modificare a obiceiurilor de consum	Prelegere Problematicizare 2 ore

Bibliografie curs

13. Cercelariu, Madalin-Lucian, Teodorescu, Nicolae, Modelarea si cercetarea atitudinii consumatorului, Editura ASE, Bucuresti, 2022
14. Gherasim Daniel, Gherasim Adrian, Comportamentul clientilor, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2022
15. Gheorghe Militaru , Comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M73
16. George Moldoveanu, Analiză și comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M87
17. MURESAN, Valentin: Managementul eticii in organizatii.- Bucuresti; Editura Universitatii din Bucuresti, 2009, 348 pag. 005 M96
18. Mircea Oancea (coord.), Comunicare și comportament organizațional, Printech, București, 2010, disponibil online la:
http://www.ruralantreprenor.ro/c/document_library/get_file?p_l_id=55701&folderId=75938&name=DLFE-4406.pdf
19. VOINEA, Lelia; NEGREA, Teodor Mihai: Cultura consumatorului.- Bucuresti: Editura A.S.E., 2016.- 246 p. 366 V84

8.Seminar/ laborator	Conținuturi	Metodă
Seminar 1	Identificarea tipului de cultura organizationala	Conversația euristică+ expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 2	Metode de rezolvare a unor incidente organizationale	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 3	Strategii de supravietuire in cadrul unei organizatii	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 4	Teste de evaluare a stresului	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 5	Masurarea gradului de satisfactie a consumatorului	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 6	Importanta brandului in procesul de achizitie	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice 2 ore
Seminar 7	Valoarea perceputa de consumator si personalizarea ofertei	Conversația euristică + expunere directă a elementelor practice

		2 ore
Bibliografie seminar - Dinu, Diana-Mariana; Orzan, Gheorghe, Studiul comportamentului consumatorului online in contextul volumelor mari de date, Editura ASE, Bucuresti, 2024 - Ene Irimia, Nistoreanu Puiu, Reactia consumatorului fata de intruziunea inteligentei artificiale in sectorul tertiar, Editura ASE, Bucuresti, 2022 - Gheorghe Militaru , Comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M73 - George Moldoveanu, Analiză și comportament organizațional, Editura Economică, București, 2005 005/M87 - Mircea Oancea (coord.), Comunicare și comportament organizațional, Printech, București, 2010, disponibil online la: http://www.ruralantreprenor.ro/c/document_library/get_file?p_l_id=55701&folderId=75938&name=DLFE-4406.pdf - Yaharia, Giulia-Elena; Cetină Iuliana, Modelarea comportamentului consumatorului online in sfera serviciilor universitare, Editura ASE, Bucuresti, 2024		

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

Conținutul disciplinei *Comportament organizational si al consumatorului* are în vedere însușirea de către studenții a problematicii specifice domeniului, dezvoltarea capacității studenților de a utiliza noțiunile și cunoștințele economice de specialitate, însușirea de abilități în utilizarea instrumentelor și tehnicilor specifice acestui domeniu. Se asigură, în acest fel, accesul la ocupații specifice domeniului de studiu, conform ESCO: 2421.2 consultant de afaceri/consultanta de afaceri; 2421.3 specialist strategia afacerii; 2431.5 specialist dezvoltare afaceri

10. Evaluare

Criteriile de evaluare a activității de curs:

- participarea activă a masteranzilor la curs;

Criteriile de evaluare a activității de seminar/laborator:

- realizarea de studii in echipa pe baza modelelor analizate în cadrul seminarului

- rezolvarea corectă a studiilor de caz și aplicațiilor propuse spre rezolvare;

- proiect final

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- participarea activă a masteranzilor la seminar; discuții libere, de grup – 30%

- proiectul individual – 70%

Modalitatea practică de evaluare finală: Sustinerea proiectului de catre fiecare masterand

Data completării 03.09.2026	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
Data avizării în Departament 15.09.2026	Semnătura Directorului Departamentului	