



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Servicii digitale pentru management			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: V	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 2		
- examinări: 1		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
Utilizare medii digitale online, aplicații de birotică M365

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Videoproiector, whiteboard acces cont MS Office 365 & Platforma Blackboard
5.2 a activităților practice:
Videoproiector, whiteboard, fise de lucru individual, teste, acces cont MS Office 365 & Platforma Blackboard

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 3 - Modelarea și optimizarea proceselor de e-business -1 ECST
C 4 - Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri -1 ECST
C 6 - Proiectarea, dezvoltarea și implementarea sistemului de relații e-business -1 ECST
6.2 transversale:
CT1 - Comunicare, colaborare, muncă în echipă -1 ECST
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general:
recunoașterea importanței suportului IT&C pentru îmbunătățirea procesului managerial, însușirea principiilor abordării de tip servicii pentru exploatarea proceselor digitalizate din organizație
7.2 Obiective specifice:
designul de strategii, procese, infrastructură în organizații pe principiile managementul serviciilor IT&C; exersarea muncii colaborative într-un mediu de lucru digital, folosind facilităților asigurate de platforma cloud MS O365

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Importanța cunoașterii sistemelor IT suport pentru managementul afacerilor	Expunere, prezentare	-	-	8
2	Principiile și metodele ITSM	Prezentare, problematizare	-	-	8
3	Regulile de operare în aplicația EA & M365 Cloud	Prezentare, problematizare	-	-	4
4	Descrierea procedurilor de lucru și a funcționalității în cadrul aplicației EA & M365 Cloud	Expunere, demonstrație	-	-	8

Bibliografie

1. Liviu Ciucan-Rusu, Informatică pentru managementul afacerilor, suport curs, Univ. "Petru Maior" Tîrgu Mureș, 2016;
2. Liviu Ciucan-Rusu, Informatică pentru managementul afacerilor, fișe de lucru, Univ. "Petru Maior" Tîrgu Mureș, 2018;
3. A Cloud for Global Good, Microsoft Corporation, 2018

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Activarea profilului utilizatorului, înregistrarea echipelor de lucru	Aplicație practică de laborator	-	-	2
2	Partajarea informațiilor în spațiul cloud dedicat	Aplicație practică de laborator	-	-	2

3	Gestiunea unui proiect în spațiul cloud dedicat	Aplicație practică de laborator	-	-	2
4	Designul strategiilor organizaționale în aplicația de modelare	Aplicație practică de laborator	-	-	2
5	Designul structurii organizaționale în aplicația de modelare	Aplicație practică de laborator	-	-	2
6	Designul proceselor organizaționale în aplicația de modelare	Aplicație practică de laborator	-	-	2
7	Prezentarea și analiza modelor realizate	Aplicație practică de laborator	-	-	2

Bibliografie

1. Liviu Ciucan-Rusu, Informatică pentru managementul afacerilor, suport de curs & fișe de lucru, Univ. "Petru Maior" Tîrgu Mureș, 2016;
2. Liviu Ciucan-Rusu, Informatică pentru managementul afacerilor, fișe de lucru, Univ. "Petru Maior" Tîrgu Mureș, 2018;
3. Manual de utilizare, Scene2Model, 2018;
4. Manual de utilizare, Microsoft Office 365, 2020

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului
conceptul complex University to Business U2B

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Exploatarea aplicațiilor informatice	Verificare practică	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea principalelor elemente de ITSM	test tip quiz	40
- examen practic final	Conținutul unui proiect de echipă	Prezentare proiect	30

Standard minim de performanță:

Cunoașterea a trei principii și a doi indicatori de performanță ITSM;
Cunoașterea meniurilor aplicațiilor, lansarea modulelor de lucru, efectuarea unei înregistrări, realizarea unei proceduri.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ciucan-Rusu Liviu	saptamanal 1 ora dupa curs
---------------------------	----------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Statistică pentru e-business			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ștefănescu Daniela			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ștefănescu Daniela			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: V	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 24		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 24		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 23		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: nu e cazul
4.2 de competențe: nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: • Videoproiector, whiteboard, platforma Blackboard
5.2 a activităților practice: • Videoproiector, whiteboard, fișe de lucru individual, teste, platforma Blackboard

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1 Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală – 1 ECTS C3 Modelarea și optimizarea proceselor de e-business – 1 ECTS C4 Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri – 1 ECTS
6.2 transversale: CT 1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Studentii să fie capabili să descrie datele statistice și să ia decizii bazate pe dovezi folosind metode, tehnici și modele statistice care se bazează pe argumente statistice bine motivate.
7.2 Obiective specifice: • Aplicarea adecvată a metodelor statistice de analiză proceselor economice la nivelul unei firme; • Însușirea tehnicilor de formulare și testare a ipotezelor • Efectuarea de analize statistice cu metode moderne; • Interpretarea rezultatelor analizelor statistice.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Concepte și principii de baza în analiza seriilor de timp	Expunerea, Explicația, Prelegere	-	-	2
2	Modele liniare univariate	Expunerea, Prelegerea, Explicația	-	-	2
3	Modele multivariate	Expunerea, Prelegerea, Explicația	-	-	4
4	Analiza ANOVA	Expunerea, Prelegerea, Explicația	-	-	2
5	Ipoteze statistice. Testarea ipotezelor	Expunerea, Prelegerea, Explicația	-	-	4

Bibliografie

- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A., Essentials of modern business statistics with Microsoft Office Excel (4th edition), South-Western: Mason, OH, 2009
- Georgiev Georgi Zdravkov, Statistical Methods in Online A/B Testing: Statistics for data-driven business decisions and risk management in e-commerce, Independently published, 2019
- Greene, W.H., Econometric Analysis, 6th edition, New York: Prentice-Hall, 2007
- Leekley R. M., Applied Statistics for Business and Economics, CRC Press, 2010
- Ștefănescu D., Gabor M.R., Metode statistice și econometrice aplicate în economie – culegere de probleme, Editura Universității Petru Maior, 2011

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Formarea bazei de date pentru analize statistice. Stabilirea tendinței seriei de timp folosind graficele adecvate. Ajustarea seriei prin metode simple	Explicația, Studiul de caz, Problematizarea, Portofolii – proiecte	-	-	4
2	Ajustarea seriei de timp prin metode analitice Aprecierea calității ajustării prin mai multe metode	Explicația, Problematizarea,	-	-	2
3	Aplicarea modelelor uni și multivariate	Explicația, Problematizarea	-	-	2
4	Indicatorii utilizați în analiza ANOVA. Analiza dispersională unifactorială	Explicația, Problematizarea	-	-	4
5	Formularea de ipoteze statistice. Testarea ipotezelor	Explicația, Problematizarea	-	-	2

Bibliografie

1. Anghelache Constantin, Diaconu Aurelian, Modele utilizate in analizele manageriale, Ed. ARTIFEX, București, 2009
2. Bowerman B., Richard R O Connell și Orris J.B, Esential of Business Statistics, Mc. Graw Hill, Irwin, International Edition, 2004
3. Mariappan Perumal, Statistics for Business, Chapman and Hall/CRC, 2019
4. Popescu, T. Serii de timp-aplicații în analiza sistemelor, București, Editura Tehnică, 2000
5. Voineagu V, Lilea E., Vătu M., Goschin Z., Isaic-Maniu I., Statistică Economică. Lucrări Aplicative, Ed. Tribuna Economică, București, 2005

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

Cursul este armonizat cu așteptările reprezentanților mediului de afaceri, asociațiilor profesionale și cu programele unor cursuri similare de la universitățile europene

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Intrebari teoretice	evaluare orala	0
- în timpul activității practice	Activitatea de pe parcursul modului la orele de seminar	Evaluarea raspunsurilor pe parcurs	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Intrebari teoretice din materia parcursa	Verificarea partii teoretice a proiectului	50
- examen practic final	Prezentarea proiectului individual	Evaluarea partii practice a proiectului elaborat	20
Standard minim de performanță: Crearea unei baze de date corecte • Aplicarea corecta a unui tip de metodă/tehnica statistică de prelucrare a bazei de date • Identificarea corecta a variabilelor utilizate			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ștefănescu Daniela	Miercuri 14-16
----------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclul de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Strategii de business în economia globală			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Kardos Mihaela			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Kardos Mihaela			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 36		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 36		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 35		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 108		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală -2 ECTS
C2 Generarea și implementarea deciziilor de business -2 ECTS
C5 Identificarea și exploatarea oportunităților de piață -1 ECTS
6.2 transversale:
CT1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă 1 ECTS
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general:
formarea și dezvoltarea unor competențe și aptitudini analitice și de prezentare care să permită masteranzilor formularea unor decizii privind strategiile de business oportune în contextul economiei globale
7.2 Obiective specifice:
Dezvoltarea competențelor necesare pentru realizarea unei analize strategice a firmelor, pentru elaborarea și implementarea strategiilor prin care se pot obține obiectivele strategice ale organizației și realiza misiunii ei. Înțelegerea și folosirea mecanismelor prin care se poate crește competitivitatea firmei și realizarea avantajului competitiv în economia globală. Înțelegerea rolului managerului în cadrul strategiilor de business.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Bazele strategiilor de business. Analiza strategică Introducere: Privire de ansamblu asupra strategiilor de business	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
2	Analiza mediului extern de afaceri, cu accentul pus pe mediul competițional. Modelul lui Porter. Avantajul competitiv.	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	4
3	Analiza mediului intern de afaceri, cu accentul pus pe identificarea și evaluarea resurselor și competențelor strategice. Analiza lanțului valoric	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	4
4	Formularea strategiilor. Tipuri de strategii Strategii de business: strategia liderului de cost, strategia diferențierii, strategia "Blue ocean"	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	4
5	Strategii de business: strategia de integrare pe verticală, strategia de diversificare	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	4
6	Strategii de business: alianțe strategice, strategia de internaționalizare în economia globală	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
7	Strategii de business: strategia de inovare	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	2

8	Planificarea și implementarea strategică Organizarea pentru avantajul competitiv. Strategia și structura. Cultura Organizațională	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
9	Guvernanța corporativă și etica în afaceri	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
10	Aspecte privind implementarea strategiilor	Prelegere/ Demonstrație / Dezbateri	-	-	2

Bibliografie
Bibliografie obligatorie
Kardos Mihaela, Strategii de business, note de curs, 2022
Roethaermel, Frank, Strategic Management 4th Ed, McGraw-Hill, 2018
Thompson, Arthur A.; Strickland, A. J.; Gamble, John, Crafting and executing strategy : the quest for competitive advantage: concepts and cases, 22nd Ed., , McGraw-Hill, 2019
Eden, C., & Ackermann, F. , Making strategy: The journey of strategic management. Sage, 2013
Bibliografie recomandată
FitzRoy, P., Hulbert, J., & Ghobadian, A. Strategic management: the challenge of creating value. Routledge, 2012
Hill, C., Jones, G., & Schilling, M., Strategic Management: Theory: An Integrated Approach. Cengage Learning, 2014
Hitt, M., Ireland, R. D., & Hoskisson, R., Strategic management cases: competitiveness and globalization. Cengage Learning, 2012
Hrebiniak, L. G. Making strategy work: Leading effective execution and change. FT Press, (2013).
Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., & Pyle, S. Exploring strategy: Text & cases. Harlow: Financial Times Prentice Hal, 2011

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Viziunea, misiunea și obiectivele strategice ale companiei	aplicații practice, studii de caz, discuții interactive	-	-	2
2	Evaluarea mediului intern și măsurarea performanței companiei	aplicații practice, studii de caz, discuții interactive	-	-	2
3	Evaluarea mediului extern – general, al domeniului de business, al competitorilor	aplicații practice, studii de caz, discuții interactive	-	-	2
4	Tipuri de strategii – studii de caz	aplicații practice, studii de caz, discuții interactive	-	-	4
5	Fundamentarea și elaborarea strategiei	aplicații practice, studii de caz, discuții interactive	-	-	2
6	Implementarea și evaluarea strategiei	aplicații practice, studii de caz, discuții interactive	-	-	2

Bibliografie
Kardos Mihaela, Strategii de business, note de curs, 2022
Roethaermel, Frank, Strategic Management 4th Ed, McGraw-Hill, 2018
Thompson, Arthur A.; Strickland, A. J.; Gamble, John, Crafting and executing strategy : the quest for competitive advantage: concepts and cases, 22nd Ed., , McGraw-Hill, 2019
David, F. R., & David, F. R. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, 2012
Bibliografie recomandată
Hitt, M., Ireland, R. D., & Hoskisson, R., Strategic management cases: competitiveness globalization. Cengage Learning, 2012
Eden, C., & Ackermann, F. ,Making strategy: The journey of strategic management. Sage, 2013
Lasserre, P. Global strategic management. Palgrave Macmillan, 2012
Stead, J. G., & Stead, W. E., Sustainable strategic management. ME Sharpe, 2013
Journals: Harvard Business Review, Strategic Management Journal, Journal of Strategy and Management, International Journal of Strategic Management, Management Decisions

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

Cursul este armonizat cu așteptările reprezentanților mediului de afaceri, asociațiilor profesionale și cu programele unor cursuri similare de la universitățile europene și americane.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoașterea conceptelor specifice strategiilor de business; Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeelelor	Test - intrebari grila si intrebari deschise	15
- în timpul activității practice	Înșușirea și înțelegerea problematicei tratate la curs și seminar; • Capacitatea de a explica și utiliza corect concepte specifice Strategiilor de business • Capacitatea de a lua o decizie corectă pe baza unei evaluări exacte a situației date; • Evaluarea argumentelor proprii sau susținute de alții; • Capacitatea de a construi tipurile de argumente pro și contra studiate adaptate la situații reale definite.	• participarea activă la discuțiile din sală în cadrul grupului din care face parte studentul prin formularea unor opinii personale bazate pe argumente - prezentarea studiilor de caz atribuite de profesor	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea conceptelor specifice strategiilor de business; • Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeelelor specifice strategiilor de business • Înțelegerea importanței studiilor de caz în cadrul disciplinei • Construirea tipurilor de argumente pro și contra pentru situații dilematice.	Examenul scris va consta dintr-un set de întrebări grilă și întrebări deschise formulate astfel încât să testeze cunoștințele dobândite, dar și să stimuleze creativitatea studenților.	35

- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: • Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci); • Notele acordate sunt între 1(unu) și 10(zece); • Studenții trebuie să abordeze fiecare problematică (întrebare, aplicație practică) din cadrul subiectului de examen; • Examenul este scris și durează 120 minute; • Cunoașterea principalelor concepte folosite în cadrul disciplinei • Capacitatea de a dezvolta o strategie specifică mediului global de afaceri;			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Kardos Mihaela	Vineri, 9-10
------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclul de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Drept pentru e-business			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Boantă Vasile-Adrian			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Boantă Vasile-Adrian			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 24		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 24		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 23		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: se utilizează platforma blackboard online, pusă la dispoziție de universitate
5.2 a activităților practice: platforma blackboard pune la dispoziție realizarea testelor de evaluare

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală Generarea și implementarea deciziilor de business
6.2 transversale: Comunicare, colaborare, muncă în echipă
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reiesind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Cunoașterea reglementărilor principale aplicabile în domeniul realizării afacerilor și comerțului
7.2 Obiective specifice: Cunoașterea și deprinderea utilizării conceptelor și deciziilor din domeniul comerțului, de la constituirea afacerii, la derularea activităților și parcurgerea diferitelor etape, prin utilizarea mediului online, digital

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Noțiuni introductive. Sfera de aplicabilitate a comerțului electronic. Terminologie specifică	Expunere sistematică, problematizare, conversație	-	-	2
2	Principiile generale ale societății informaționale	Prelegere participativă	-	-	2
3	Afaceri on line cu statul. Achizițiile publice prin sistemul SEAP; Legislația specială	Expunere sistematică	-	-	2
4	Afacerile on line în sistemul de recrutare și în relațiile de muncă. Legislația specifică și condiționalități	Expunere, dezbatere și conversație	-	-	2
5	Protecția consumatorilor. Mecanisme electronice de protecție	Expunere sistematică	-	-	2
6	Digitalizarea documentelor în relația cu statul și autoritățile/instituțiile publice	Expunere sistematică, dezbatere și problematizare	-	-	2
7	Legislația aplicabilă unor Sisteme electronice comerciale	Prelegere participativă	-	-	2

Bibliografie

- Bibliografie
1. COSTIN, N. Mircea; COSTIN, M. Călin. Dicționar de dreptul afacerilor de la A la Z. București : Universul Juridic, 2022.
 2. GĂINĂ, Vioarel. Drept comercial român. Introducere în dreptul comercial. Întreprinderea. Fondul de comerț. Comerțanții: Curs universitar. București : Editura C. H. Beck, 2017.
 3. Adams, F. G. 2003. The E-Business Revolution and The New Economy: E-economics After the Dot-Com Crash. South-Western Educational Publishing.
 4. Meșniță, G., Introducere în afaceri electronice, Ed. Junimea, Iași, 2002
 5. Pleșea, D., 2003 - Analiza eficienței comerciale a unui magazin on-line în volumul Comerț și Globalizare, Ed. ASE București.
 6. Raportul FedEx, privind tendințele în comerț în anul 2021, disponibil la:

https://www.fedex.com/content/dam/fedex/eu-europe/campaigns/h1-2020/trendsreport/fedex_trade_trends_report_ro-ro.pdf

Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (directiva privind comerțul electronic)
Regulamentul General privind Protecția Datelor

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. Elemente de legislație aplicabilă unui serviciu de transport local în context digitalizat	referate și simulare	-	-	2
2	2. Elemente de legislație aplicabilă unui serviciu complex de turism în context digitalizat	problematizare și dezbateri	-	-	2
3	3. Elemente de legislație serviciilor de consultanță în context digitalizat	problematizare și dezbateri	-	-	2
4	4. Elemente de legislație aplicabilă unui serviciu de achiziție publică în context digitalizat	problematizare și dezbateri	-	-	2
5	5. Elemente de legislație aplicabilă unei vânzări de afacere în context digitalizat	problematizare și dezbateri	-	-	2
6	6. Elemente de legislație aplicabilă unui serviciu de asigurări în context digitalizat	problematizare și dezbateri	-	-	2
7	7. Elemente de legislație care condiționează comerțul on-line	problematizare și dezbateri	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie

1. COSTIN, N. Mircea; COSTIN, M. Călin. Dicționar de dreptul afacerilor de la A la Z. București : Universul Juridic, 2022.
2. GĂINĂ, Viorel. Drept comercial român. Introducere în dreptul comercial. Întreprinderea. Fondul de comerț. Comerțanții: Curs universitar. București : Editura C. H. Beck, 2017.
3. Adams, F. G. 2003. The E-Business Revolution and The New Economy: E-economics After the Dot-Com Crash. South-Western Educational Publishing.
4. Meșniță, G., Introducere în afaceri electronice, Ed. Junimea, Iași, 2002
5. Pleșea, D., 2003 - Analiza eficienței comerciale a unui magazin on-line în volumul Comerț și Globalizare, Ed. ASE București.
6. Raportul FedEx, privind tendințele în comerț în anul 2021, disponibil la:
https://www.fedex.com/content/dam/fedex/eu-europe/campaigns/h1-2020/trendsreport/fedex_trade_trends_report_ro-ro.pdf

Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (directiva privind comerțul electronic)
Regulamentul General privind Protecția Datelor

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

Exploatarea unui sistem informatic pentru modelare și colaborare devine un imperativ solicitat de comunitatea angajatorilor, chiar și din IMM-uri, un plus al absolventului antrenat să utilizeze birotica în management. Mai mult, provocările din perioada pandemiei se focalizează în special în sfera digitală și informatizată, influențând inclusiv mediul de afaceri

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Capacitatea de intervenție și problematizare	Directă prin audierea intervențiilor și a feed-back-ului solicitat	10
- în timpul activității practice	Capacitatea de realizare a unui referat, prin respectarea metodologiei științifice Capacitatea de problematizare	Analiza referatelor	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Capacitatea de a oferi răspunsuri corecte	test grilă	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: obținerea a cel puțin 50% de puncte la examenul final tip grilă			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Boantă Vasile-Adrian	Marti 16-18
------------------------------	-------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Human resources în era schimbării			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Conțiu Lia-Codrina			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Conțiu Lia-Codrina			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 41		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 40		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 40		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 122		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
Noțiuni de bază privind managementul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Platforma online - Blackboard
5.2 a activităților practice:
Platforma online - Blackboard
Prezența obligatorie a studenților. Predarea referatelor în termenele stabilite de comun acord.
Tehnologia disponibilă pentru prezentarea modernă a materialelor.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 Identificare, înțelegerea și analiza realităților organizaționale precum și ale mediului de business în era digitală – 2 ECST
C2 Generarea și implementarea deciziilor de business – 2 ECST
C3 Modelarea și optimizarea proceselor de e-business – 1 ECST
6.2 transversale:
C 1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă – 1 ECST
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general:
Cursul își propune să explice de ce este importantă gestionarea oamenilor; să compare strategiile de gestionare a resurselor umane; să evalueze potrivirea dintre strategia de resurse umane a unei organizații, stilul (stilurile) managerului și mediul de afaceri; să prezinte strategii și stiluri pentru gestionarea oamenilor într-o anumită situație; să identifice nevoile, presiunile și constrângerile interne și externe, să exploreze modul în care sunt concepute sistemele de stimulare și modul în care conceptele psihologice precum modificarea comportamentului, imitația, conformitatea influențează și modelează aceste sisteme; identificarea proceselor de gestionare a performanței care există pentru a facilita performanța și creșterea eficientă a angajaților.
7.2 Obiective specifice:
Pe bază de dezbateri, discuții, studii de caz, rezolvări de probleme se vor aborda aspectele practice care privesc dezvoltarea resurselor umane în era schimbării.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Cultura națională și MRU	Prelegere, Dezbatere, Problematizare, Brainstorming	-	-	2
2	Cultura organizațională și MRU	Prelegere, Dezbatere, Problematizare, Brainstorming	-	-	2
3	Managementul resurselor umane în contexte organizaționale în schimbare	Prelegere, Dezbatere, Problematizare, Brainstorming	-	-	2
4	Recrutarea și Selecția resurselor umane. Concepte și surse. Influența valorilor culturale asupra procesului de selecție și recrutare.	Prelegere, Dezbatere, Problematizare, Brainstorming	-	-	2
5	Cultura și motivația resurselor umane	Prelegere, Dezbatere, Problematizare, Brainstorming	-	-	2
6	Influențele culturale asupra evaluării performanțelor	Prelegere, Dezbatere, Problematizare,	-	-	2

		Brainstorming			
7	Influențele culturale asupra managementului recompenselor	Prelegere, Dezbateri, Problematicizare, Brainstorming	-	-	2
Bibliografie Bibliografie obligatorie: 1. Ion-Ovidiu Panisoara, Georgeta Panisoara, Managementul resurselor umane, Editura Polirom, 2016 Bibliografie recomandată: 1. Stephen Taylor, Carol Woodhams, Studying Human Resource Management Paperback, CIPD - Kogan Page, 2016 2. Pastor Ioan – Managementul resurselor umane, Editura Risoprint, 2007 3. Roșca Constantin, colab. – Resurse umane - pregătirea continuă, gestiunea carierei, Editura Universitaria, Craiova, 2005 4. Human Resource Management. A Critical Approach, Second Edition Edited by David G. Collings, Geoffrey T. Wood and Leslie T. Szamosi, Routledge, NY, 2019					

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Abordări alternative în gestionarea resurselor umane	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
2	Identificarea contextului intern și extern și legătura dintre aceste elemente și strategiile de resurse umane	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
3	Recrutare și angajare – Adoptarea de tactici practice pentru recrutare, interviuare, angajare și concediere	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
4	Gestionarea compensațiilor și recompenselor angajaților - o analiză a strategiei de compensare, a practicilor de evaluare comparativă și o analiză a mixului de salarii	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
5	Optimizarea performanței - Structurarea compensațiilor monetare și nemonetare, astfel încât angajații să se simtă apreciați și recompensați	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
6	Dezvoltarea talentelor - strategii pentru implementarea programelor de dezvoltare profesională și gestionarea performanței angajaților	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
7	Dezvoltarea Resurselor umane, Învățarea organizațională și organizațiile care învață	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2

Bibliografie Bibliografie obligatorie: 1. Ben Casnocha, Chris Yeh, Reid Hoffman, Managementul talentelor în era conectivității, Editura Publica, 2016 Bibliografie recomandată: 1. Peter M. Senge, A cincea disciplină. Artă și practica organizațiilor care învață, Editura BusinessTech, 2012 2. Erica Keswin, Bring Your Human to Work: 10 Surefire Ways to Design a Workplace That Is Good for People, Great for Business, and Just Might Change the World, McGraw-Hill Education, 2018 3. Sharon Armstrong & Barbara Mitchell, The Essential HR Handbook: A Quick and Handy Resource for Any Manager or HR Professional, Weiser, 2019					
---	--	--	--	--	--

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

Se face în cadrul dezbaterilor

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Creativitatea și pertinenta opiniilor și a folosirii notiunilor din cadrul cursului	Dezbateri pe teme din cadrul cursului	25
- în timpul activității practice	Creativitatea și pertinenta opiniilor și a folosirii notiunilor învățate	Prezentarea unui proiect	35
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea noțiunilor predate la curs	Test grilă cu întrebări din teorie	20
- examen practic final	Cunoașterea noțiunilor studiate și aplicarea lor în practică	Analiza unui studiu de caz	20
Standard minim de performanță: - Participarea la cel puțin 50% dintre cursuri și seminarii - Răspunsuri corecte la minim 50% din întrebările grilă. - Prezentarea proiectului pe parcursul semestrului			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Conțiu Lia-Codrina	Joi - ora 14.00
----------------------------	-----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Economia digitală			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Herman Emilia-Doina			
2.3 Titularul activităților practice: Prof dr Herman Emilia-Doina			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 41		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 40		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 40		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 122		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1. Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală- 2 ECTS
C2. Identificarea și exploatarea oportunităților de piață - 2 ECTS
C3. Proiectarea, dezvoltarea și implementarea sistemului de relații e-business - 1 ECTS
6.2 transversale:
CT1. Comunicare, colaborare, muncă în echipă - 1 ECTS
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general:
Însușirea și înțelegerea de către masteranzi a structurii economiei digitale, a mecanismului de funcționare a acesteia, precum și a principalilor indicatori (micro și macroeconomici) ce reflectă nivelul de digitalizare a economiei. De asemenea, se urmărește să se asigure cunoașterea modului în care economia digitală influențează piețele, organizațiile și societatea.
7.2 Obiective specifice:
• Înțelegerea și însușirea conceptelor, proceselor și regularităților specifice economiei digitale;
• Înțelegerea mecanismului de funcționare a economiei digitale, prin surprinderea interdependențelor e-consumator și e-producător;
• Cunoașterea, analizarea și interpretarea datelor privind nivelul și dinamica indicatorilor micro și macroeconomici specifici economiei digitalizate;
• Înțelegerea impactului digitalizării asupra afacerilor, consumatorului, economiei naționale și globale.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Economia digitală: concept, factori, trăsături specifice. Principalele componente ale economiei digitale; Măsurarea nivelului de digitalizare a economiei	Prelegere participativă	2 cursuri	-	4
2	Structura piețelor și concurența în economia digitală. Interacțiunea dintre e-consumator și e-producător în economia digitală. Rolul platformelor digitale în economie	Prelegere participativă	2 cursuri	-	4
3	Efectele digitalizării economiei în context macroeconomic. Impactul sectorului digital asupra economiilor naționale și globale; Avantajele e-guvernării la nivel macroeconomic	Prelegere participativă	2 cursuri	-	4
4	Economia digitală - o prioritate a politicilor de dezvoltare economică a Uniunii Europene; Piața unică digitală- suport și mecanism de dezvoltare economică	Prelegere participativă	1 curs	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

1. Herman, E., Economia digitală, suport de curs, UMFST "G.E. Palade" TG. Mureș, 2023

2. EC (2022) Digital Economy and Society Index (DESI) 2022 Methodological note <https://ec.europa.eu/digital->

single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-desi-2020

Bibliografie recomandată:

1. APEC- Asia-Pacific Economic Cooperation (2019) APEC Economic Policy Report 2019: Structural Reform and the Digital Economy, <https://www.apec.org/Publications/2019/11/2019-APEC-Economic-Policy-Report>
2. Ciobanu G. (coord.) (2015) Aspecte ale dezvoltării economiei digitale în România, Ed.Universitară, București, 2015
3. Herman, E. 'The Interplay between Digital Entrepreneurship and Sustainable Development in the Context of the EU Digital Economy: A Multivariate Analysis.' Mathematics 10.10 (2022): 1682.
4. International Monetary Fund (2018) Measuring the Digital Economy <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/PP/2018/022818MeasuringDigitalEconomy.ashx>
5. OECD (2018) Towards a Framework for Measuring the Digital Economy http://www.oecd.org/iaos2018/programme/IAOS-OECD2018_Ahmad-Ribarsky.pdf
6. OECD (2020), A roadmap toward a common framework for measuring the Digital Economy. Report for the G20 Digital Economy Task Force, <https://www.oecd.org/sti/roadmap-toward-a-common-framework-for-measuring-the-digital-economy.pdf>
7. PWC (2018) Studiu privind implementarea Guvernării Digitale în România, Septembrie 2018, www.pwc.com
8. Schwab, K. (2016) The Fourth Industrial Revolution. What it means, how to respond, World Economic Forum-WEF <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
9. UNCTAD/DER (2019) The Digital Economy Report (DER). Value Creation and Capture: Implications for developing countries, https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Revoluțiile industriale și impactul acestora asupra economiei; Economia digitală: oportunități, provocări și riscuri	Studii de caz, dezbateri interactive, prezentare de proiecte	1 seminar	-	2
2	Analiza componentelor economiei digitale; Analiza indicatorilor ce măsoară gradul de digitalizare a economiei	Studii de caz, dezbateri interactive, prezentare de proiecte	1 seminar	-	2
3	E-consumatorul și e-producătorul; Analiza principalelor modele de afaceri: Business-to-Business (B2B), Business-to-Customer (B2C), Business-to-Employee (B2E), Business-to-Government (B2G); Generarea valorii în economia digitală.	Studii de caz, dezbateri interactive, prezentare de proiecte	2 seminarii	-	4
4	Analiza caracteristicilor economice ale platformelor intermediare digitale. Analiza economiei colaborative ("sharing economy"/"collaborative economy"); Sectorul digital în economiile naționale și globale: analize comparative.	Studii de caz, dezbateri interactive, prezentare de proiecte	1 seminar	-	2
5	Impactul digitalizării asupra locurilor de muncă. Analiza noilor forme de ocupare	Studii de caz, dezbateri interactive, prezentare de proiecte	1 seminar	-	2
6	Analiza corelațiilor fundamentale: digitalizare - creștere economică - dezvoltare economică; digitalizare - antreprenoriat; digitalizare- productivitate-competitivitate etc.; Analiza strategiilor naționale și europene privind digitalizarea economiei.	Studii de caz, dezbateri interactive, prezentare de proiecte	1 seminar	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

1. Herman, E., Economia digitală, suport de curs, UMFST "G.E. Palade" TG. Mureș, 2023
2. Herman, E. 'The Interplay between Digital Entrepreneurship and Sustainable Development in the Context of the EU Digital Economy: A Multivariate Analysis.' Mathematics 10.10 (2022): 1682.
3. EC (2015) A Digital Single Market Strategy for Europe /O strategie privind piața unică digitală pentru Europa. COM(2015) 192 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=EN>

Bibliografie recomandată:

1. EU (2018) The use of the collaborative economy. Flash Eurobarometer 467 Octombrie 2018; https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2184_467_ENG
2. EC (2020) Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 Methodological note <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-desi-2020>
3. European Investment Bank (2020) Who is prepared for the new digital age? - Evidence from the EIB Investment Survey, 2020, https://www.eib.org/attachments/efs/eibis_2019_report_on_digitalisation_en.pdf
4. GAFTEA, V.-N. (coord.) România și Piața Unică Digitală a Uniunii Europene. Oportunități și provocări http://www.zbw.eu/econis-archiv/bitstream/handle/11159/1717/SPOS%202017_Studiu_3_FINAL.pdf?sequence=1
5. IMD World Competitiveness Center (2020) IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020, <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2020/>
6. McKinsey Global Institute (2017) A Future that works: Automation, employment, and productivity, McKinsey Global Institute Report OECD (2014) Measuring the digital economy: A new perspective, <https://www.oecd.org/sti/measuring-the-digital-economy-9789264221796-en.htm>
7. McKinsey (2018) The rise of Digital Challengers. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Europe/Central%20and%20Eastern%20Europe%20needs%20a%20new%20engine%20for%20growth/The-rise-of-Digital-Challengers.ashx>
8. WEF (2016) The Future of Jobs: Employment Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution: Global Challenge Insight Report, World Economic Forum, Geneva

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a principalelor concepte și indicatori de bază specifici economiei digitale.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată.	10
- în timpul activității practice	Înțelegerea și însușirea problematicei tratate la curs și seminar.	Elaborarea și prezentarea unui proiect și a unui eseu; Participarea la dezbateri; Prezența la seminarii.	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Însușirea și înțelegerea mecanismului de funcționare a economiei digitale, precum și a principalilor indicatori (micro și macroeconomici) ce reflectă nivelul de digitalizare a economiei. Cunoașterea modului în care economia digitală influențează afacerile, piețele, organizațiile și societatea.	Examen scris, din tot cuprinsul cursului, sub formă de test grilă, și 1-2 subiecte deschise.	50
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

- Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor prezentate în curs la nivelul ideilor esențiale;
- Elaborarea și prezentarea unui proiect;
- Minim 50% din punctajul aferent examenului scris.

11. Orar consultații studenți

Prof dr Herman Emilia-Doina	joi, 14-16
-----------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Management operațional digital			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Blaga Petruța			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Reș Moreno-Doru			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 36		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 36		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 35		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 108		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Servicii digitale pentru interacțiune și colaborare, Decizii complexe în mediul simulat, Soluții e-business pentru management
4.2 de competențe: Competențe specifice disciplinelor predate anterior

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Video-proiector
5.2 a activităților practice: Materiale (formulare, studii de caz) și materiale didactice tipărite

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1. Identificare, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală – 2 ECTS C2. Generarea și implementarea deciziilor de business – 1 ECTS C3. Modelarea și optimizarea proceselor de e-business – 1 ECTS C4. Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri – 1 ECTS
6.2 transversale: CT1. Comunicare, colaborare, muncă în echipă – 1 ECTS
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Managementul operațional oferă cunoștințe de bază despre rolul operațiunilor în obținerea succesului organizației și despre modul cum acestea trebuie abordate pentru a genera plusvaloare. Obiectivul general al disciplinei îl constituie cunoașterea, înțelegerea și analiza caracteristicilor distinctive ale managementului operațional în cadrul întreprinderilor moderne, denumite în prezent întreprinderi digitale. Existența și evoluția întreprinderii stau sub semnul impactului tehnologiei informaționale și telecomunicaționale. / Operational Management provides basic knowledge about the role of operations in achieving organizational success and how they need to be approached to generate added value. The general objective of the discipline is the knowledge, understanding and analysis of the distinguishing characteristics of the operational management in the modern enterprises, now called digital enterprises. The existence and evolution of the enterprise are under the sign of the impact of information and telecommunications technology.
7.2 Obiective specifice: Scopul disciplinei este de a pune bazele pregătirii în domeniul managementului operațional a studenților de la specializarea Management. Cursul va asigura asimilarea cunoștințelor referitoare la: strategii operaționale, managementul calității, metode de îmbunătățire continuă și optimizarea operațiunilor de planificare, aprovizionare și producție. Studenții se vor familiariza cu aspectele necesare fundamentării proceselor de decizie la nivelul fiecărui departament analizat, în vederea creșterii gradului de certitudine în implementarea planurilor și proiectelor de afaceri într-o întreprindere digitală. / The purpose of discipline is to develop training in the field of the operational management of students from Management specialization. The course will ensure the assimilation of knowledge related to: operational strategies, quality management, methods of continuous improvement and optimization of planning, supply and production operations. The students will become familiar with the aspects necessary to support decision-making processes in each analyzed department, in order to increase the degree of certainty in the implementation of the business plans and projects in a digital enterprise.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. Întreprinderea digitală / Digital Factory 1.1. Cele 4 revoluții industriale – o scurtă istorie 1.2. Industry 4.0 și transformările pe care le implică 1.3. Întreprinderea digitală – fundamentul Industry 4.0 1.3.1. Întreprinderea digitală (Digital Factory) – Întreprinderea inteligentă (Smart Factory)	Prelegere, discuții	-	-	6

	1.4. Factorii determinanți ai procesului de producție în era Industry 4.0 1.5. Procesul de digitalizare al producției 1.6. Pilonii producției digitale 1.7. Producția avansată 1.7.1. Producția avansată – mod de abordare 1.7.2. Producția avansată. Provocări și oportunități 1.8. Managementul ciclului de viață al produsului – Product Life-cycle Management (PLM) 1.9. Internetul Industrial al Lucrurilor – The Industrial Internet of Things (IIOT) 1.9.1. Evoluția Internet-ului Obiectelor în mediul Industrial (IIoT) de la eficiență operațională la inovare				
2	2. Strategia operațională / Operations Strategy 2.1. Strategia operațională și managementul operațional 2.1.1. Nivelurile strategiei organizației și procesele decizionale 2.1.2. Perspective asupra strategiei operaționale 2.2. Strategia intenționată, strategia deliberată și strategia emergentă 2.3. Ciclului de viață al produselor/serviciilor și strategia organizațională 2.3.1. Ciclul de viață al produselor/serviciilor și efectele sale asupra strategiei organizațiilor 2.3.2. Factorii competitivi ai produselor/serviciilor 2.4. Compromisuri strategice. Frontiera Eficientă (de performanță)	Prelegere, discuții	-	-	4
3	3. Managementul operațional în servicii / Operations management in services 3.1. Conceptul de servicii și conceptul de management operațional în servicii 3.2. Caracteristicile serviciilor vs. producție 3.3. Tipologia serviciilor 3.4. Proiectarea serviciilor 3.5. Decizii operaționale în servicii 3.5.1. Decizii pentru procese de servicii 3.5.2. Decizii pentru managementul calității în servicii 3.5.3. Decizii pentru stabilirea capacității și programarea serviciilor 3.5.4. Decizii pentru gestiunea stocurilor, lanțurile de aprovizionare și pentru utilizarea tehnologiei informației în servicii 3.6. Furnizarea (prestarea) serviciului	Prelegere, discuții	-	-	4
4	4. Managementul calității / Quality Management 4.1. Evoluția Managementului calității / Evolution of Quality Management 4.1.1. RBPF – Regului de bună practică în fabricație. Prezentare standard / GMP – Good Manufacturing Practice. Standard presentation 4.1.2. RBPF – aplicare în industrie / GMP – application in industry 4.2. Controlul statistic al proceselor / Statistical Process Control 4.3. Noi oportunități / New Opportunities 4.4. Analize descriptive și predictive / Descriptive and Predictive Analytics	Prelegere, discuții	-	-	4
5	5. Management operațional. Metode de analiză și îmbunătățire continuă / Operations Management. Analysis and Improvement Methods. 5.1. Lean Management / Lean Management 5.2. Metodologia Six-Sigma / Six-Sigma Methodology 5.3. Harta fluxului de valoare / Value Stream Maps	Prelegere, discuții	-	-	4
6	6. Digitalizarea și Managementul operațional / Digitization and Operations Management 6.1. Digitalizarea și platformele pentru operații digitale 6.2. Platformele de fabricație digitale 6.2.1. Rolul platformelor industriale digitale 6.3. Managementul lanțului de aprovizionare (Supply Chain Management, SCM) în era digitală 6.3.1. Conceptele de lanț de aprovizionare (Supply Chain) și managementul unui lanț de aprovizionare (Supply Chain Management, SCM) 6.3.2. Structura lanțului de aprovizionare (Supply Chain) 6.3.3. Modelul SCOR de evaluare a performanței lanțului de aprovizionare 6.3.4. Efectul bullwhip în lanțul de aprovizionare 6.3.5. Edificiul Supply Chain Management (SCM) 6.3.6. Noi tendințe în managementul lanțurilor de aprovizionare 6.4. Sisteme informatice pentru managementul lanțului de aprovizionare destinate producției 6.4.1. Material Requirements Planning (MRP) – Planificarea resurselor materiale 6.4.2. Manufacturing Process Management (MPM) – Managementul proceselor de fabricație 6.4.3. Manufacturing Execution Systems (MES) – Sisteme de execuție a producției 6.5. Enterprise Resource Planning (ERP) – Planificarea resurselor întreprinderii	Prelegere, discuții	-	-	6
Bibliografie 1. Abrudan, I., Căndea, D. (coordonatori), Ingineria și managementul sistemelor de producție, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2002 2. Adam, E.E., Ebert, R., Managementul producției și al operațiunilor, Editura Teora, București, 2001 3. Blaga, P., Management operațional digital. Note de curs (format electronic), UMFST "G.E. Palade" din Târgu-Mureș, 2020 4. Dascălu, A., Managementul producției, Universitatea Transilvania din Brașov, 2000 5. Dima, I.C., Managementul producției industriale, Editura Didactică și Pedagogică, 1999 6. Hilb, M., New Corporate Governance. Successful Board Management Tools, Editura Springer-Verlag Berlin and Heidelberg GmbH & Co. KG, 2016 7. Moldovan, L., Managementul calității, Editura Universității Petru Maior Târgu-Mureș, 2011 8. Moldoveanu, G., Managementul operațional al producției în unitățile industriale, Editura Economică, 1996 9. Pârvi, A.L., Managementul producției: teorie și aplicații ERP, Editura Universității Transilvania Brașov, 2015 10. Popa, M. ș. a., Managementul și ingineria sistemelor de producție, Editura Politehnica, Timișoara, 2001 11. Vom Brocke, J., Mendling, J. (editors), Business Process Management Cases. Digital Innovation and Business Transformation in Practice, Editura Springer International Publishing AG, 2017					

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Exemple de lanțuri SCM	Aplicații practice împreună cu studenții	-	-	2
2	Sisteme informatice integrate ERP. Studiu de caz: Microsoft Dynamic NAV 2017	Aplicații practice împreună cu studenții	-	-	2
3	Exemplificarea lanțului SCM integrat în ERP - NAV 2017	Aplicații practice împreună cu studenții	-	-	2
4	Modulul Cumpărări (Achiziții) din NAV 2017	Aplicații practice împreună cu studenții	-	-	2
5	Modulul Producție din NAV 2017	Aplicații practice împreună cu studenții	-	-	2
6	Modulul Marketing-Vânzări din NAV 2017	Aplicații practice împreună cu studenții	-	-	2
7	Tendențe noi în era digitală: Big Data și Cloud	Aplicații practice împreună cu studenții	-	-	2

Bibliografie

1. Abrudan, I., Sisteme flexibile de fabricație. Concepte de proiectare și management, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1996
2. Bărbulescu, C., Managementul producției industriale, Lito A.S.E. București, 1994
3. Blaga, P., Management operațional digital. Note de curs (format electronic), UMFST "G.E. Palade" din Târgu-Mureș, 2020
4. Dascălu, A., Managementul producției: Modelarea și simularea asistate a fluxurilor de producție: Îndrumar de laborator, Universitatea Transilvania din Brașov, 1999
5. Jaba, O., Gestiunea producției și operațiilor: Metode și tehnici ale managementului operațional al producției, Editura Economică, 2002
6. Marian, L., Management operațional: Optimizarea metodelor de lucru, Editura Universității "Petru Maior" Târgu-Mureș, 2003
7. Marian, L., Managementul producției: pentru uzul studenților, Universitatea "Petru Maior" Târgu-Mureș, 2009
8. Părv, A.L., Managementul producției: teorie și aplicații ERP, Editura Universității Transilvania Brașov, 2015
9. Popa, H.L., Managementul și ingineria sistemelor de producție: Metode de analiză, evaluare, proiectare și decizie, Editura Politehnica, Timișoara, 2001
10. Țuțurea, M. (coordonator), Planificarea și organizarea facilităților, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2000
11. Tripon, A., Management operațional: Performanța în echipă, Editura Universității "Petru Maior" Târgu-Mureș, 2003

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

Conținutul acestei discipline vine în întâmpinarea cerințelor și așteptărilor angajatorilor din domeniul producției, prin crearea de competențe și abilități menite să asigure realizarea și implementarea unor activități manageriale la nivelul unei astfel de organizații. Noțiunile dobândite în domeniul managementului operațional constituie un punct de plecare în dezvoltarea profesională a celor care vor fi angajați în departamentele de producție ale organizațiilor.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar.	Evaluare scrisă/Test	25
- în timpul activității practice	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar.	Predarea și susținerea unei lucrări-proiect	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar.	Evaluare scrisă/Test	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță:			
- Obligatorietatea de a participa la toate seminariile și susținerea și promovarea proiectului.			
- La examen nota minimă de promovare este 5.			

11. Orar consultații studenți

Prof dr Blaga Petruța	Marti 16-18
-----------------------	-------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Soluții de optimizare decizională			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Szabó Zsuzsanna-Katalin			
2.3 Titularul activităților practice: Prof dr Szabó Zsuzsanna-Katalin			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: V	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 24		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 24		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 23		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Cercetări operaționale
4.2 de competențe: Utilizare calculator, excel

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Platforma Blackboard, tabla Wacom, Internet, Excel-Solver / Laborator de informatica
5.2 a activităților practice: Platforma Blackboard, tabla Wacom, Internet, Excel-Solver / Laborator de informatica

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Generarea și implementarea deciziilor de business Modelarea și optimizarea proceselor de e-business
6.2 transversale: Comunicare, colaborare, muncă în echipă
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1	Obiectivul general: Luarea deciziilor în afaceri în economia digitală se efectuează (devine o necesitate) cu ajutorul pachetelor de programe de optimizare care oferă capacități de analiză prescriptivă sugerând organizațiilor în mod automat soluții, care permit prelucrarea unor cantități mari de date oferind suport pentru îmbunătățirea deciziilor și susținerea obținerii unor rezultate de afaceri îmbunătățite. Modelele de optimizare folosind știința datelor simplifică deciziile complexe de afaceri. Modelele de optimizare sunt modele de programare matematică cu restricții. Modelele de optimizare cu știința datelor permit afacerilor să extragă date pentru: recunoașterea unor părghii trecute și viitoare de performanță, pentru identificarea oportunităților de venituri noi, pentru identificarea metodelor de creștere a eficienței, pentru identificarea modalităților de îmbunătățire a experienței clienților și pentru a obține o serie de alte informații critice despre afaceri. Adică, știința datelor în acest fel oferă o examinare imparțială a trecutului, în timp ce indică calea către viitor. Curiozitatea, creativitatea și gândirea critică sunt aptitudini și competențe necesare pentru a lucra cu date, pentru a deveni un specialist în optimizare. Instrumentele moderne, modelele de optimizare, permit utilizatorului în domeniul afacerilor să-și optimizeze deciziile folosind argumente științifice. Astfel optimizarea, ramură a matematicilor aplicate, cunoscut în literatura de specialitate ca -cercetarea operațională- devine imperativă în determinarea soluțiilor pentru fenomenele din cele mai diverse domenii social-economice și pentru o varietate de probleme decizionale. Cursul prezintă metode numerice de rezolvare a unor modele de optimizare și prezintă un număr mare de probleme aplicative din domeniul afacerilor. Vor fi studiate probleme pentru care criteriile de optim pot fi formulate cu funcții reale sau funcții vector de n variabile reale liniare. Se va prezenta un pachet de program pentru rezolvarea modelelor de optimizare. Vor fi analizate exemple de modele matematice pentru fundamentarea deciziilor pentru dezvoltarea afacerilor antreprenoriale. / Business decision making in digital economy is made necessarily by optimization software packages which can offer prescriptive analytics capabilities permitting to organizations to recognize solutions by processing big data helping organizations to make better decisions, to obtain improved business outcomes. Optimization models using data science simplify complex business decisions. The optimization models are mathematical programming models with constraints. Data science with optimization models allow businesses to mine that data for drivers of past and future performance, opportunities for new revenue, methods to increase efficiency, ways to improve customer experience and a host of other critical business insights. Data science offers an impartial examination of the past, while pointing the way to the future. Curiosity, creativity and critical thinking are important skills which are required to work with big data, to become a successful decision-maker. Modern tools, optimization models permit to businesses to make decisions based on scientific arguments. Thus the theory of optimization, known in literature as operations research, becomes a useful instrument to analyse and to determine solutions for phenomena in the most diverse socio-economic fields and for scientific decision-making issues. The course presents numerical methods for solving optimization models and presents a large number of applicative problems in businesses. During the semester will be studied problems for which optimal criteria can be described with linear real-valued functions or vector functions with n real variables. A program package to solve optimization models will be presented. Practical problems will be analysed, mathematical models will be built up and solved numerically in order to realize a scientific based decisions making for entrepreneurial businesses, and simulation as well will be made in order to plan the future development.
7.2	Obiective specifice: Dezvoltarea competențelor transversale; să înțeleagă și să însușească procesul de luare a deciziilor bazate pe argumente științifice, asistat de modelare și calculator

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere / Introduction Introducere în teoria optimizării. Modele matematice ca suport de decizii. Decizii fundamentate științific pentru dezvoltarea afacerilor. Modele tip de optimizare. / Introduction in the theory of optimization. Mathematical models as support of decisions. Scientific based decisions for the development of businesses. Model examples.	Expunerea, prelegerea interactivă, conversația, lansarea de teme pentru problematica studiată, studiul individual, exercițiul.	Nu este cazul	Predarea se va realiza cu videoproiectorul și folosind tabla/ BB și tabla Wacom. Va fi folosit pachetul de programe SOLVER.	2
2	Optimizarea liniară cu restricții ca instrument de analiza economica si de fundamentare a deciziilor/ Linear optimization as instrument of economic analysis in decision making Programare liniară cu restricții. Modelare matematică. Alegerea variabilelor, construcția funcției de scop și a restricțiilor. / Linear optimization problems (LP). Mathematical modeling. The choice of variables, the construction of the goal function and restrictions. Theoretical approach	Expunerea, prelegerea interactivă, conversația, lansarea de teme pentru problematica studiată, studiul individual, exercițiul.	Nu este cazul	Predarea se va realiza cu videoproiectorul și folosind tabla/ BB și tabla Wacom. Va fi folosit pachetul de programe SOLVER.	2
3	Prezentare pachetului de program Solver. Utilizarea pachetului Solver la rezolvarea problemelor de optimizare liniară cu restricții. Rolul variabilelor auxiliare. Interpretare economica. Rezolvarea problemelor de optimizare liniară cu restricții cu variabile care nu verifică condiția de nenegativitate cu Solver/ Presentation of Solver package. The usage of the Solver package for linear optimization problems, the case with nonnegativity conditions and without.	Expunerea, prelegerea interactivă, conversația, lansarea de teme pentru problematica studiată, studiul individual, exercițiul.	Nu este cazul	Predarea se va realiza cu videoproiectorul și folosind tabla/ BB și tabla Wacom. Va fi folosit pachetul de programe SOLVER.	2
4	Dualitate. Utilizarea pachetului Solver la scrierea problemei duale și determinarea soluției problemei duale. Interpretarea economica a dualității. / Duality in linear programming. The usage of Solver package to built up the dual problem and to determine its optimal solution. Economic interpretation of duality.	Expunerea, prelegerea interactivă, conversația, lansarea de teme pentru problematica studiată, studiul individual, exercițiul.	Nu este cazul	Predarea se va realiza cu videoproiectorul și folosind tabla/ BB și tabla Wacom. Va fi folosit pachetul de programe SOLVER.	2
5	Programare în numere întregi. Tipuri de probleme discrete. Construcția modelelor aplicative în vederea fundamentării deciziilor. / Discrete programming. Problems type. Application in practice. Discrete optimization for scientific decisions making	Expunerea, prelegerea interactivă, conversația, lansarea de teme pentru problematica studiată, studiul individual, exercițiul.	Nu este cazul	Predarea se va realiza cu videoproiectorul și folosind tabla/ BB și tabla Wacom. Va fi folosit pachetul de programe SOLVER.	2
6	Problema de transport. Terminologie de bază. Adaptarea metodei de rezolvare cu Solver al problemelor de optimizare liniară cu restricții pentru problema de transport. / Transportation problem. Basic notions. The usage of Solver package	Expunerea, prelegerea interactivă, conversația, lansarea de teme	Nu este cazul	Predarea se va realiza cu videoproiectorul și folosind tabla/ BB și tabla Wacom. Va fi	2

	Problema de alocare a resurselor. Terminologie de baza. Adaptarea metodei de rezolvare cu Solver al problemelor de optimizare liniara cu restrictii pentru problema de alocare a resurselor. / Resource allocation process. Basic notions. The usage of Solver package. Simulation	pentru problematica studiată, studiul individual, exercițiul.		folosit pachetul de programe SOLVER.	
7	Probleme aplicative. Modelare, rezolvare cu Solver. Interpretarea soluțiilor. Modelare pentru probleme de organizare a producției, probleme de amestec, scrierea modelelor de planificare pe perioada determinată în vederea maximizării profitului. Interpretarea rezultatelor obținute cu Solver. Simulare. Analiza sensibilității / Applications, modeling, numerical solution, interpretation, simulation, decision-making. Modeling of organization of production, blending problems, built up time-bound planning models in order to maximize profit. Interpretation of results obtained with Solver package	Expunerea, prelegerea interactivă, conversația, lansarea de teme pentru problematica studiată, studiul individual, exercițiul.	Nu este cazul	Predarea se va realiza cu videoproiectorul și folosind tabla/ BB și tabla Wacom. Va fi folosit pachetul de programe SOLVER.	2
Bibliografie Obligatorii 1.Szabo Zsuzsanna, Cercetări operaționale, Optimizări liniare, Editura Universității Petru Maior, 2005. 2.Wayne L. Winston: Operations Research, Applications and Algorithms, Indiana University, 1991, 2004 PWS-Kent Publishing Company, https://marieallalimn.files.wordpress.com/2015/08/winston-operationsresearch.pdf 3.ION PURCARU: Elemente de algebră și programare liniară, Ed.Stiintifică și enciclopedică., Bucuresti - 1982. 4.PUGNA, C. BRIEA, N. COCIU, Ingineria Sistemelor de Producție Universitatea Tehnică din Timisoara –1992 5.F.J. Gould, G.D. Eppen, C.P. Schmidt: Introductory Management Science, Prentice Hall, New Jersey 1991 6.David R. Anderson, Dennis J. Sweeney, Thomas A. Williams: An introductory to management science; 1991 West Publishing Co, USA 7.Cristian NECULAESCU; Ovidiu VEGHES Introducere in algebra liniara, 2019, http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=362&idb= 8.Eugen Tiganescu, Dorin Mitrut, 2019, Bazele Cercetării Operaționale, http://www.asecib.ase.ro/Mitrut%20Dorin/Curs/bazeCO/Cuprins.htm 9.Vasile Nica, 2019, Cercetari operationale I, http://www.asecib.ase.ro/Nica/ID/ID_Cercetari_operationale_I.pdf 10. http://www.asecib.ase.ro/cursuri_online.htm					

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Modelare matematică. Alegerea variabilelor, construcția funcției de scop și a restricțiilor. Aplicații. / Mathematical modeling, the choice of variables, the construction of the goal function and restrictions. Application in practice	Studii de caz Dezbateri Învățare dirijată	Nu este cazul	La seminar se va urmări aplicarea noțiunilor teoretice astfel încât masteranzii să formeze deprinderi în construcția modelelor de optimizare și să găsească metode adecvate de rezolvare. Sa recunoască datele de intrare și să interpreteze soluțiile obținute. Sa formuleze decizii pentru dezvoltarea afacerii. Se va urmări formarea deprinderilor pentru utilizarea programului Solver.	2
2	Utilizarea pachetului Solver folosind proprietățile algebrice ale problemei. Alegerea datelor de intrare și interpretarea rezultatelor. Recunoașterea variabilelor auxiliare și interpretarea economică ale valorilor obținute cu Solver. Rezolvarea problemelor de optimizare liniară cu condiția de nenegativitate asupra variabilelor și în cazul în care nu are loc această condiție. / The usage of Solver package, the algebraic properties of LP and the introduction of data, interpretation of answer report, economic interpretation of the obtained numerical results. The usage of the Solver package in case when the nonnegativity condition is hold and without this restriction.	Studii de caz Dezbateri Învățare dirijată	Nu este cazul	La seminar se va urmări aplicarea noțiunilor teoretice astfel încât masteranzii să formeze deprinderi în construcția modelelor de optimizare și să găsească metode adecvate de rezolvare. Sa recunoască datele de intrare și să interpreteze soluțiile obținute. Sa formuleze decizii pentru dezvoltarea afacerii. Se va urmări formarea deprinderilor pentru utilizarea programului Solver.	2
3	Rezolvarea problemelor de programare discretă cu Solver. Aplicații practice. Analiza economică, simulare. / Numerical solution for discrete problems with Solver. Application in practice. Decision making	Studii de caz Dezbateri Învățare dirijată	Nu este cazul	La seminar se va urmări aplicarea noțiunilor teoretice astfel încât masteranzii să formeze deprinderi în construcția modelelor de optimizare și să găsească metode adecvate de rezolvare. Sa recunoască datele de intrare și să interpreteze soluțiile obținute. Sa formuleze decizii pentru dezvoltarea afacerii. Se va urmări formarea deprinderilor pentru	2

				utilizarea programului Solver.	
4	Dualitate. Utilizarea pachetului Solver la scrierea problemei duale și determinarea soluției problemei duale. Interpretarea economică a dualității. Probleme specifice folosite pentru modelarea unor fenomene economice și care pot fi reduse la probleme de optimizare liniară cu restricții./ Duality in linear programming. The usage of Solver package to built up the dual problem and to determine its optimal solution. Economic interpretation of duality. Some special problems used for modeling economic phenomena by linear optimization problems	Studii de caz Dezbateri Învățare dirijată	Nu este cazul	La seminar se va urmări aplicarea noțiunilor teoretice astfel încât masteranzii să formeze deprinderi în construcția modelelor de optimizare și să găsească metode adecvate de rezolvare. Sa recunoască datele de intrare și să interpreteze soluțiile obținute. Sa formuleze decizii pentru dezvoltarea afacerii. Se va urmări formarea deprinderilor pentru utilizarea programului Solver.	2
5	Probleme aplicative în vederea dezvoltării unei afaceri, urmărind creșterea profitului, posibilitatea de extindere a unei afaceri, planificare pe o perioadă determinată, costurile și beneficiile extinderii, analiza economică. Modelare, rezolvare cu Solver. Interpretarea soluțiilor. Simulare. Analiza sensibilității./ Solver for simulation for scientific decision making by simulation. Sensitivity analysis, planning activities for a certain period, simulation for higher benefit	Studii de caz Dezbateri Învățare dirijată	Nu este cazul	La seminar se va urmări aplicarea noțiunilor teoretice astfel încât masteranzii să formeze deprinderi în construcția modelelor de optimizare și să găsească metode adecvate de rezolvare. Sa recunoască datele de intrare și să interpreteze soluțiile obținute. Sa formuleze decizii pentru dezvoltarea afacerii. Se va urmări formarea deprinderilor pentru utilizarea programului Solver.	2
6	Probleme aplicative. Modelare, rezolvare cu Solver. Interpretarea soluțiilor. Simulare. Analiza sensibilității. Rezolvarea problemelor de transport./ Solver package for transportation problem, simulation, applications	Studii de caz Dezbateri Învățare dirijată	Nu este cazul	La seminar se va urmări aplicarea noțiunilor teoretice astfel încât masteranzii să formeze deprinderi în construcția modelelor de optimizare și să găsească metode adecvate de rezolvare. Sa recunoască datele de intrare și să interpreteze soluțiile obținute. Sa formuleze decizii pentru dezvoltarea afacerii. Se va urmări formarea deprinderilor pentru utilizarea programului Solver.	2
7	Probleme aplicative. Modelare, rezolvare cu Solver. Interpretarea soluțiilor. Simulare. Construirea modelelor unor fenomene economice. Determinarea soluțiilor cu pachetul Solver. Simularea deciziilor Analiza sensibilității. Rezolvarea problemelor de alocare./ Solver package for resource allocation problems, simulation. Built up mathematical models for some special cases in practice. Numerical solution with Solver. Simulation for decision making	Studii de caz Dezbateri Învățare dirijată	Nu este cazul	La seminar se va urmări aplicarea noțiunilor teoretice astfel încât masteranzii să formeze deprinderi în construcția modelelor de optimizare și să găsească metode adecvate de rezolvare. Sa recunoască datele de intrare și să interpreteze soluțiile obținute. Sa formuleze decizii pentru dezvoltarea afacerii. Se va urmări formarea deprinderilor pentru utilizarea programului Solver.	2

Bibliografie

Obligatorii

1. Szabo Zs: Suport seminar Soluții de optimizare decizională, format electronic, Platforma BlackBoard, 2021

2. Manual de Utilizare Solver: https://www.solver.com/files/support/PSP-for-MacOS_Manual.pdf

3. Culegere de probleme de Bazele Cercetării Operaționale, Dorin Mitrut, 2019,

<http://www.asecib.ase.ro/Mitrut%20Dorin/Seminar/BCO-cul/PL.PDF>

4. Szabo Zsuzsanna, Cercetări operaționale, Optimizări liniare, Editura Universității Petru Maior, 2005.

Facultative

5. Romica Trandafir, Modele și algoritmi de optimizare, 2004, <http://civile.utcb.ro/mao.pdf>

6. Probleme aplicative - <http://www.maximalsoftware.com/modellib/modWinston4.html>- Wayne L. Winston, Operations Research: Applications and Algorithms, 4th ed.

7. Wayne L. Winston, Operations Research: Applications and Algorithms, 4th ed.

8. <http://www.nuibooks.com/operations-research-applications-and-algorithms-PDF-1821109/>

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor

profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Dezvoltarea unei gândiri riguroase pentru analiza și modelarea fenomenelor economice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Verificare pe parcurs, Teste de evaluarea cunostintelor teoretice	Teste grilă (multiple choice)	40
- în timpul activității practice	Verificare pe parcurs. Activitate la seminar, rezolvarea problemelor, scrierea modelelor, rezolvarea problemelor propuse	Teste grilă (multiple choice)	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice	Teste grilă (multiple choice)	10
- examen practic final	Verificarea cunoștințelor practice	Teste grilă (multiple choice)	10
Standard minim de performanță: Realizare 50% din total de puncte			

11. Orar consultații studenți

Prof dr Szabó Zsuzsanna-Katalin	Mart 14-16
---------------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclul de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Soluții e-business pentru management			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Reș Moreno-Doru			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Reș Moreno-Doru			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: V	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 27		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 27		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Cunoștințe generale despre servicii digitale pentru interacțiune și colaborare, Decizii complexe în medii simulat.
4.2 de competențe: Competențe specifice disciplinelor predate anterior

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Video-proiector, Smart board, calculator, Internet
5.2 a activităților practice: Calculator, Internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1. Identificare, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală – 2 ECTS C2. Generarea și implementarea deciziilor de business – 1 ECTS C3. Modelarea și optimizarea proceselor de e-business – 1 ECTS C4. Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri – 1 ECTS
6.2 transversale: CT1. Comunicare, colaborare, muncă în echipă
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Soluții E-business pentru management oferă cunoștințe de bază despre digitalizarea proceselor de afaceri. Obiectivul general al disciplinei îl constituie cunoașterea, înțelegerea și analiza caracteristicilor distinctive ale managementului în mediul on-line. Existența și evoluția afacerilor stau sub semnul impactului tehnologiei informaționale și telecomunicaționale.
7.2 Obiective specifice: Scopul disciplinei este de a pune bazele pregătirii în domeniul afacerilor digitale pentru studenții de la specializarea Management. Cursul va asigura asimilarea cunoștințelor referitoare la: digitalizare / digitizare, direcții în acest sens în România, conceptele de „smart city”, „smart zone”, etc. Aspecte juridice aferente transferului afacerilor în mediul on-line, cunoștințe de bază despre Big Data și Cloud.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. Impactul digitalizării asupra economiei 1.1. Digitalizare versus digitizare 1.2. Impactul digitalizării asupra economiei 1.2.1. Considerații generale 1.2.2. Direcții și domenii strategice în politicile de competitivitate ale Uniunii Europene 1.2.3. Obstacolele întâmpinate de către companiile din România în procesul de digitalizare	Prelegere, platforma on-line Blackboard	-	-	4
2	2. Digitalizarea și competențele digitale 2.1. Digitalizarea, provocarea secolului XXI 2.2. Relația tehnologie – educație – economie 2.3. Studiu de caz – model pentru digitalizarea unei regiuni – „Smart Zone”	Prelegere, platforma on-line Blackboard	-	-	4
3	3. Aspecte juridice ale provocărilor mediului digital de afaceri	Prelegere, platforma on-line Blackboard	-	-	2

4	4. Rolul managementului, guvernanței și analizei datelor de mari dimensiuni – Big Data	Prelegere, platforma on-line Blackboard	-	-	2
5	5. Conceptul de Cloud Computing 5.1. Definiții și concepte generale 5.2. Organizații de standardizare și reglementare Cloud Computing 5.3. Caracteristicile esențiale ale tehnologiilor cloud 5.4. Principalele beneficii și limitări ale cloud-ului 5.5. Costurile utilizării Cloud Computing-ului	Prelegere, platforma on-line Blackboard	-	-	2

Bibliografie
1. Alexandru, Adriana; Coardos, Dora, BIG DATA – concepte, arhitecturi și tehnologii, Revista Română de Informatică și Automatică, vol.27, nr.1, 2017
2. Unguru, Manuela, Impactul digitalizării economiei asupra competitivității și pieței muncii, Institutul de Economie Mondială – Academia Română, 2018
3. Deacu, Elena, STUDIU - Procesul de digitalizare accelerează în rândul companiilor din Romania. Ce obstacole întâlnesc acestea. La adresa: https://adevarul.ro/economie/afaceri/studiu-procesul-digitalizare-accelereaza-inrandulcompaniilor-romania-obstacole-intalnescacestea1_5aead2cddf52022f7588937d/index.html)
4. Dumitrache, Mihail- Cloud Computing – o nouă etapă în dezvoltarea Internetului, Revista Română de Informatică și Automatică, vol.24, nr.4, 2014
5. Florian, Vladimir; Neagu, Gabriel – Abordări și soluții specifice în managementul, guvernanța și analiza datelor de mari dimensiuni (Big Data), Revista Română de Informatică și Automatică, vol. 26, nr. 1, 2016
6. Greavu-Șerban, Valerică, Cloud Computing, caracteristici și modele, Colecția: Cercetare postdoctorală avansată, Editura ASE București, 2015
7. Leția, Alina, International Conference of the Institute for Business Administration in Bucharest, 2014, vol15 S4
8. Iovan, Ștefan; Daian, Gheorghe Iulian, Noi provocări: „Big Data” și „Consumer Intelligence”, Analele Universității din „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, seria Inginerie, Nr. 4/2012
9. KUKKAMÄKI, Joni; SALMINEN Vesa; RUOHOMAA Heikki, Development of ITC Education in digitalizing business environment, publicat în: Applied Mathematics, Mechanics, and Engineering Vol. 61, Issue IV, p.719, Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Noiembrie, 2018
10. Reș, Moreno-Doru, Digitalizarea proceselor de afaceri: Big Data, Cloud, Editura RISOPRINT, Cluj-Napoca, 2018
11. Sullivan, Josh; Escaravage, Jason; Guerra, Peter- The Cloud Analytics Reference Architecture: Harnessing Big Data to Solve Complex Problems, Booz Allen Hamilton White paper. McLean, VA, SUA, 2014 la adresa: https://docplayer.net/5419360-Harnessing-big-data-to-solve-complex-problems-the-cloud-analytics-reference-architecture-josh-sullivan-ph-d-sullivan_joshua-bah.html

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. Soluții E-business pe piața românească	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	2
2	2. Prezentare soluție: Charisma eBusiness (Firma TotalSoft București)	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	4
3	3. Prezentare soluție: Oracle e-business suite	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	4
4	4. Licitații on-line: eBay, Ricardo, ocazii.ro	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	2
5	5. E-banking = e-wallet	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	4
6	6. E-commerce	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	4
7	7. E-directories (Yahoo, Altavista)	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	2
8	8. E-learning	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	4
9	9. Tendințe noi în era digitală: Big Data și Cloud. - Microsoft AZURE	Aplicații practice împreună cu studenții, platforma on-line Blackboard	.	-	2

Bibliografie
1. Alexandru, Adriana; Coardos, Dora, BIG DATA – concepte, arhitecturi și tehnologii, Revista Română de Informatică și Automatică, vol.27, nr.1, 2017
2. Unguru, Manuela, Impactul digitalizării economiei asupra competitivității și pieței muncii, Institutul de Economie Mondială – Academia Română, 2018
3. Deacu, Elena, STUDIU - Procesul de digitalizare accelerează în rândul companiilor din Romania. Ce obstacole întâlnesc acestea. La adresa: https://adevarul.ro/economie/afaceri/studiu-procesul-digitalizare-accelereaza-inrandulcompaniilor-romania-obstacole-intalnescacestea1_5aead2cddf52022f7588937d/index.html)
4. Dumitrache, Mihail- Cloud Computing – o nouă etapă în dezvoltarea Internetului, Revista Română de Informatică și Automatică, vol.24, nr.4, 2014
5. Florian, Vladimir; Neagu, Gabriel – Abordări și soluții specifice în managementul, guvernanța și analiza datelor de mari dimensiuni (Big Data), Revista Română de Informatică și Automatică, vol. 26, nr. 1, 2016
6. Greavu-Șerban, Valerică, Cloud Computing, caracteristici și modele, Colecția: Cercetare postdoctorală avansată, Editura ASE București, 2015
7. Leția, Alina, International Conference of the Institute for Business Administration in Bucharest, 2014, vol15 S4
8. Iovan, Ștefan; Daian, Gheorghe Iulian, Noi provocări: „Big Data” și „Consumer Intelligence”, Analele Universității din „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, seria Inginerie, Nr. 4/2012
9. KUKKAMÄKI, Joni; SALMINEN Vesa; RUOHOMAA Heikki, Development of ITC Education in digitalizing business environment, publicat în: Applied Mathematics, Mechanics, and Engineering Vol. 61, Issue IV, p.719, Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Noiembrie, 2018
10. Reș, Moreno-Doru, Digitalizarea proceselor de afaceri: Big Data, Cloud, Editura RISOPRINT, Cluj-Napoca, 2018
11. Sullivan, Josh; Escaravage, Jason; Guerra, Peter- The Cloud Analytics Reference Architecture: Harnessing Big Data to Solve Complex Problems, Booz Allen Hamilton White paper. McLean, VA, SUA, 2014 la adresa: https://docplayer.net/5419360-Harnessing-big-data-to-solve-complex-problems-the-cloud-analytics-reference-architecture-josh-sullivan-ph-d-sullivan_joshua-bah.html

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

Conținutul acestei discipline vine în întâmpinarea cerințelor și așteptărilor angajatorilor din domeniul economic, prin crearea de competențe și abilități menite să asigure realizarea și implementarea unor activități manageriale la nivelul unei astfel de organizații. Noțiunile dobândite în domeniul managementului afacerilor on-line constituie un punct de plecare în dezvoltarea profesională a celor care vor fi angajați în departamentele ale organizațiilor.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs.	Test grilă	30
- în timpul activității practice	Însușirea și înțelegerea problematicii tratate la curs și seminar. Cunoașterea aspectelor practice specifice managementului on-line.	Lucrare practică - proiect	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea noțiunilor și conceptelor fundamentale cu care operează disciplina.	Test grilă	30
- examen practic final	Nu este cazul	Nu este cazul	0
Standard minim de performanță: - Obligatorietatea de a participa la toate lucrările practice. - Nota minimă de promovare a examenului practic este 5, iar la testul grilă din tematica cursurilor este necesară obținerea minim a notei 5.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Reș Moreno-Doru	30 de minute după fiecare curs
-------------------------	--------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Decizii complexe în medii simulate			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 27		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 27		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Economie, Management, Contabilitate - fundamental
4.2 de competențe: -

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Videoproiector, whiteboard
5.2 a activităților practice: Videoproiector, whiteboard, fise de lucru individual, teste, acces cont cloud MS365, Configurarea aplicației informatice Planet Business Cockpit

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 1 - Identificare, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală (1 CST) C 2 - Generarea și implementarea deciziilor de business -1 ECST C 4 - Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri -1 ECST C 5 - Proiectarea, dezvoltarea și implementarea sistemului de relații e-business -1 ECST
6.2 transversale: CT 1 - Identificare oportunităților de dezvoltare personală -1 ECST
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: dezvoltarea competențelor manageriale prin simularea situațiilor decizionale din organizații
7.2 Obiective specifice: cunoașterea importanței jocurilor manageriale pentru stimularea comportamentului decizional, acționarea în condiții diferite de piață pe parcursul a mai multor exerciții financiare, calculul indicatorilor de performanță economică și întocmirea tabloului de bord al afacerii

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Importanța simulării în educația pentru managementul afacerilor	Expunere, prezentare	-	-	2
2	Regulile de desfășurare a competiției între întreprinderile simulate	Expunere, argumentație	-	-	2
3	Descrierea materialelor de lucru și a funcționalității în cadrul simulării	Prezentare, problematizare	-	-	4
4	Folosirea documentelor operaționale în echipa de lucru	Expunere, demonstrație	-	-	4
5	Tabloul de bord al firmelor simulate	Prezentare, demonstrație	-	-	2
Bibliografie Liviu Ciucan-Rusu, Manualul de utilizare Planet Business Cockpit, suport de curs & fișe de lucru, Univ. "Petru Maior" Tîrgu-Mureș, 2018; Microsoft Learn, https://docs.microsoft.com/en-us/learn/ , 2021;					

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Simularea a minim 3 exerciții financiare în situații de context economic diferit	Experiment, simulare, munca în echipă	-	-	20
2	Realizarea de tablouri de bord decizionale	Argumentație, experiment	-	-	4
3	Prezentarea raportului managerial sintetic	Prezentare, argumentație	-	-	4

Bibliografie
 Liviu Ciucan-Rusu, Manualul de utilizare Planet Business Cockpit, suport de curs & fișe de lucru, Univ. "Petru Maior" Tîrgu-Mureș, 2018;
 Microsoft Learn, <https://docs.microsoft.com/en-us/learn/>, 2021;

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

Consultările cu reprezentanții comunității de afaceri au evidențiat avantajul de a pune absolventul în situații decizionale concrete într-un mediu concurențial simulat pentru a înțelege impactul deciziei, efectele pozitive și negative generate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Lucrul cu formulare, Reactivitate	Monitorizare continuă	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea principiilor organizației și mediului de afaceri simulat	Test scris	40
- examen practic final	Calitatea prezentării proiectului raport	Multicriteriala	30
Standard minim de performanță: Cunoașterea a trei situații cauză-efect în simulare și a indicatorilor aferenți, explicarea unei decizii strategice a echipei de lucru, elaborarea unei concluzii referitoare la mediul concurențial			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ciucan-Rusu Liviu	saptamanal 1 ora dupa curs
---------------------------	----------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclul de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Programare pentru e-business			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Comes Călin-Adrian			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Comes Călin-Adrian			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 24		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 24		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 23		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Bazele Informaticii, Matematica
4.2 de competențe: Procesare de tabele

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Videoproector, whiteboard, Mediul Teams
5.2 a activităților practice: Videoproector, whiteboard, Mediul Teams

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: 1) Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală 2) Modelarea și optimizarea proceselor de e-business 3) Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri
6.2 transversale: 1) Identificarea oportunităților de dezvoltare personală
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Studentii masteranzi vor înțelege rolul abordărilor interdisciplinare în proiectarea de sisteme interactive și vor aplica metode de proiectare a softului centrate pe utilizator – UI
7.2 Obiective specifice: - Studentii masteranzi vor fi capabili să identifice nevoile utilizatorilor UR și să le transpună în cerințe UX - Studentii masteranzi vor fi capabili să proiecteze modeleze sisteme utilizabile și accesibile UX-UI - Studentii masteranzi vor fi capabili să evalueze utilizabilitatea unui produs informatic și să ofere soluții de îmbunătățire a acesteia

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Ce este Interacțiunea Om-Calculator IOC?	Expunerea, Discuții, studiu de caz	MS Office 365, MS Teams, MS PoweApps	-	2
2	Componentele de interacțiune – OMUL – Actor(Percepție, Memorie, Rezolvarea de probleme, Modele mentale, Eroarea umană)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	MS Office 365, MS Teams, MS PoweApps	-	2
3	Componentele de interacțiune – CALCULATORUL – Actor(Modele de interacțiune, Stiluri de interacțiune, Interfețe WIMP)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	MS Office 365, MS Teams, MS PoweApps	-	2
4	Proiectarea procesului de interacțiune(procesul de proiectare, personas, proiectarea navigării, prototip)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	MS Office 365, MS Teams, MS PoweApps	-	2
5	Modele de interacțiune(cognitive, lingvistice, fizice)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	MS Office 365, MS Teams, MS PoweApps	-	2
6	Proiectarea elementelor de interacțiune(principii, standarde, reguli)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	MS Office 365, MS Teams, MS PoweApps	-	2
7	Proiectarea elementelor de prezentare(elemente grafice, criterii de utilizare)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	MS Office 365, MS Teams, MS PoweApps	-	2

Bibliografie
 [1]. Elena Mihaela Iagar , Inovația în Întreprinderile din Mediul de Afaceri=Innovation in Business Area Enterprises, 2018, Institutul Național de Statistică, București, Romania.
 [2]. Ioana Manafi, Mihai Daniel Roman, Teoria jocurilor. Teorie si aplicatii, 2016, Editura ASE, Bucuresti.
 [3]. Paul Hopkin, Fundamentals of Risk Management. Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management, 4th Edition, Biblioteca UMFST 2017
 [4]. Stelian Stancu, DATA SCIENCE in mediul R. Teorie si aplicatii, 2020, Editura ASE, Bucuresti.
 [5]. Șebu, Maria Laura, Business processes modeling solution for cross-organizational collaboration, Timisoara, Biblioteca UMFST 2016.

www

Documentatie si Exemple Nicrosoft

<https://docs.microsoft.com/en-us/samples/browse/?products=azure>

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Proiectarea procesului de interacțiune(procesul de proiectare, personas, proiectarea navigarii, prototip)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	Mediul MS Office 365, MS Teams, PowerApps	-	4
2	Modele de interacțiune(cognitive, lingvistice, fizice)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	Mediul MS Office 365, MS Teams, PowerApps	-	4
3	Proiectarea elementelor de interacțiune(principii, standarde, reguli)	Expunerea, Discuții, studiu de caz	Mediul MS Office 365, MS Teams, PowerApps	-	2
4	Realizarea unei aplicatii in PowerApps cu Tabela in Excel	Expunerea, Discuții, studiu de caz	Proiect Mediul MS Office 365, MS Teams, PowerApps	-	2
5	Realizarea unei aplicatii in PowerApps cu baza de date MySQL	Expunerea, Discuții, studiu de caz	Proiect Mediul MS Office 365, MS Teams, PowerApps, MySQL	-	2

Bibliografie
 [1]. Elena Mihaela Iagar , Inovația în Întreprinderile din Mediul de Afaceri = Innovation in Business Area Enterprises, 2018, Institutul Național de Statistică, București, Romania.
 [2]. Ioana Manafi, Mihai Daniel Roman, Teoria jocurilor. Teorie si aplicatii, 2016, Editura ASE, Bucuresti.
 [3]. Paul Hopkin, Fundamentals of Risk Management. Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management, 4th Edition, Biblioteca UMFST 2017
 [4]. Stelian Stancu, DATA SCIENCE in mediul R. Teorie si aplicatii, 2020, Editura ASE, Bucuresti.
 [5]. Șebu, Maria Laura, Business processes modeling solution for cross-organizational collaboration, Timisoara, Biblioteca UMFST 2016.

www

Documentatie si Exemple Nicrosoft

<https://docs.microsoft.com/en-us/samples/browse/?products=azure>

www

Documentatie si Exemple Nicrosoft

<https://docs.microsoft.com/en-us/samples/browse/?products=azure>

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

Studentii masteranzi vor fi capabili sa proiecteze in mediile de afaceri

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Proiectarea unei aplicatii	Discutii interactive Test online	30
- în timpul activității practice	Proiectarea unei aplicatii	Discutii interactive Test online	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Realizarea unei aplicatii in PowerApps	Testarea aplicatiei	20
- examen practic final	Realizarea unei aplicatii in PowerApps	Testarea aplicatiei	20
Standard minim de performanță: Realizarea unei aplicatii in PowerApps			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Comes Călin-Adrian	Joi 8-10
----------------------------	----------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclul de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Finanțe comportamentale			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pop-Nistor Paula			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Pop-Nistor Paula			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 30		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 30		
- tutorial: 15		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 108		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
--
4.2 de competențe:
--

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
studentii dispun de calculator și de o conexiune internet
5.2 a activităților practice:
studentii dispun de calculator și de o conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2. Folosirea tehnicilor financiar- contabile pentru întocmirea și interpretarea situației financiare întocmite în conformitate cu standardele internaționale de raportare financiară IFRS.
C3. Analiza și diagnoza financiar contabilă pentru gestiunea activității entităților.
C4. Perfecționarea activităților specific auditului financiar/extern.
C5. Managementul activității financiar -contabile.
C6. Aplicarea conceptelor și paradigmelor moderne ale entității în societatea informațională.
6.2 transversale:
CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.
CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată, coordonarea activităților și folosirea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general:
Obiectivul general comportamentale.
- Culegerea, analiza și interpretarea de date în vederea formulării unei problematice specifice domeniului de studiu Finanțe Comportamentale
- Aplicarea raționamentului specific gândirii critice în analiza și fenomenelor din aria finanțelor comportamentale.
7.2 Obiective specifice:
Aplicarea principiilor, normelor și valorilor domeniului de studiu finanțe comportamentale
- Cunoașterea, înțelegerea, analiza și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și a metodelor fundamentale de investigare și prospectare aplicabile în finanțele comportamentale

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tema 1: Finanțe comportamentale: Introducere	Predare intensificată, problematizare, dezbateri.	*	*	4
2	Tema 2: Teoria Eficienței Piețelor (TEP)	Predare intensificată, problematizare, dezbateri.	*	*	4
3	Tema 3: Limitări ale TEP. Argumente empirice	Predare intensificată, problematizare, dezbateri.	*	*	4
4	Tema 4: Economie și finanțe comportamentale: teoria prospectului și evaluarea activelor	Predare intensificată, problematizare, dezbateri.	*	*	4
5	Tema 5: Euristic și erori ale investitorilor	Predare intensificată, problematizare, dezbateri.	*	*	4
6	Tema 6: Finanțe corporative comportamentale	Predare intensificată, problematizare, dezbateri.	*	*	4
7	Tema 7: Piețe emergente- demonstrarea erorilor comportamentale ca modele de selecție greșită	Predare intensificată, problematizare, dezbateri.	*	*	4

Bibliografie
 1. Ackert, Deaves. Behavioral Finance: Psychology, Decision-Making, and Markets. Cengage Learning; 1 edition, 2010.
 2. Shleifer, Andrei (2000). Inefficient Markets: An Introduction to Behavioral Finance. Oxford, UK: Oxford University Press.
 3. Hersh Shefrin, (2000) Beyond Greed and Fear, Harvard Business School Press.
 4. Venezia, Itzhak. 2019, Lecture Notes in Behavioral Finance, World Scientific Publishing Company

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tema 1. Teoria piețelor eficiente informațional. Ce se întâmplă cu investitorii iraționali?	Explicații; Demonstrații; Probleme aplicative; Studii de caz.	*	*	2
2	Tema 2. Cum testăm eficiența piețelor. Care sunt fenomenele care limitează eficiența piețelor de capital?	Explicații; Demonstrații; Probleme aplicative; Studii de caz.	*	*	2
3	Tema 3: Anomalii ale piețelor de capital	Explicații; Demonstrații; Probleme aplicative; Studii de caz.	*	*	4
4	Tema 4: Erori comportamentale. Behavioral biases	Explicații; Demonstrații; Probleme aplicative; Studii de caz.	*	*	4
5	Tema 5: Consecințe ale erorilor comportamentale	Explicații; Demonstrații; Probleme aplicative; Studii de caz.	*	*	2

Bibliografie
 Ackert, Deaves. Behavioral Finance: Psychology, Decision-Making, and Markets. Cengage Learning; 1 edition, 2010. Hersh Shefrin, (2000) Beyond Greed and Fear, Harvard Business School Press. Shleifer, Andrei (2000). Inefficient Markets: An Introduction to Behavioral Finance. Oxford, UK: Oxford University Press. Heath, C., & Tversky, A. (1991). Preference and belief: Ambiguity and competence in choice under uncertainty. Journal of Risk and Uncertainty, 4, 5–28. Tversky, D.; Kahneman. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases // Science 27: 185 (4157), 1124-1131. CFA Level 3 Schweser Notes, 2014 Cronqvist, H., Siegel, S. (2014) The genetics of investment biases // Journal of Financial Economics 113, pp. 215-234. Kaustia, Markku and Samuli Knüpfer, 2008, —Do investors overweight personal experience? Evidence from IPO subscriptions//, Journal of Finance 63(6), 2679-2702.
 Venezia, Itzhak. 2019, Lecture Notes in Behavioral Finance, World Scientific Publishing Company

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

Titularul cursului este un membru activ al comunității economice și bancare atât în plan regional cât și național. Printre activitățile care susțin implicarea titularului enumerăm participarea acestuia în calitate de:
 Organizator de manifestări științifice: Emerging Markets Queries in Finance and Business, Tîrgu-Mureș, ROMANIA, 24th-27th, October 2012, http://www.rorcf.ro/EMQFB2012/?page_id=178, publicată în Procedia Economics and Finance (indexată Scindirect și ISI Web of Knowledge)
 Organizator de manifestări științifice: Emerging Markets Queries in Finance and Business, Tîrgu-Mureș, ROMANIA, 24th-27th, October 2013, <http://www.rorcf.ro>, publicată în Procedia Economics and Finance (indexată Scindirect și ISI Web of Knowledge)
 Organizator de manifestări științifice: Emerging Markets Queries in Finance and Business, Tîrgu-Mureș, ROMANIA, 24th-27th, October 2014, <http://www.rorcf.ro>, publicată în Procedia Economics and Finance (indexată Scindirect și ISI Web of Knowledge)
 Organizator de manifestări științifice: Emerging Markets Queries in Finance and Business, Tîrgu-Mureș, ROMANIA, 24th-27th, October 2015, <http://www.rorcf.ro>, publicată în Procedia Economics and Finance (indexată Scindirect și ISI Web of Knowledge)
 Organizator de manifestări științifice: Emerging Markets Queries in Finance and Business, Tîrgu-Mureș, ROMANIA, 24th-27th, October 2016, <http://www.rorcf.ro>, publicată în Procedia Economics and Finance (indexată Scindirect și ISI Web of Knowledge)
 Editor Procedia Economics and Finance, Indexat Scindirect și ISI Web of Knowledge.
<http://www.sciencedirect.com/science/journal/22125671/3>,
 Recenzor The Review of Finance and Banking, <http://www.rfb.ase.ro/referees.asp#S> (REPEC, DOAJ), ISSN 2067-2713 2067-3825

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Analizarea gradului de însușire a cunoștințelor, conceptelor, metodelor prezentate în cadrul cursului.	întrebări deschise adresate pe parcurs	10
- în timpul activității practice	Rezolvarea unor cerințe practice punctuale	studii de caz/aplicații, jocuri de rol	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Analizarea gradului de însușire a cunoștințelor, conceptelor, metodelor prezentate în cadrul cursului.	examen oral	10
- examen practic final	Proiect	examen oral	60
Standard minim de performanță: Cunoașterea temeinică a problematicei finanțelor comportamentale expuse clar fundamentat și documentat.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pop-Nistor Paula	Joi 9-10
--------------------------	----------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Evaluarea performanței de business			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ștefan Daniel			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ștefan Daniel			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 36		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 36		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 35		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 108		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: platforma online - Blackboard
5.2 a activităților practice: platforma online - Blackboard

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Modelarea și optimizarea proceselor de e-business Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri Proiectarea, dezvoltarea și implementarea sistemului de relații e-business
6.2 transversale: Identificarea oportunităților de dezvoltare personală
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: The purpose of is to facilitate a more efficient allocation of resources, demonstrating the convenience for society and resource efficiency
7.2 Obiective specifice: Using tools like Cost-Benefit Analysis (CBA) - an analytical tool for judging the economic advantages or disadvantages of an investment decision by assessing its costs and benefits in order to assess the welfare change attributable to it

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Organizația – areal managerial financiar, Informația și indicatori în managementul financiar / Organization –financial Management, information and indicators	Prelegere	-	-	2
2	Indicatori, diagnostic și analiză – argumente în managementul financiar / Indicators, diagnostics and analysis –arguments in financial management	Prelegere	-	-	4
3	Instrumente previzionale în managementul întreprinderii / Forecasting instruments in the financial management. Gestiunea Datelor	Prelegere	-	-	4
4	Planificarea și gestiunea bazată pe bugete. Bugete statice – Bugete Flexibile	Prelegere	-	-	4
5	Tabloul de bord – sistem de monitorizare si de raportare/ Balanced scorecard	Prelegere	-	-	4
6	Tehnici de evaluare a riscului in managementul financiar / Risk assessment techniques in financial management	Prelegere	-	-	2
7	Sisteme de Business analitics (BA) si Busines Inteligence (BI)	Prelegere	-	-	6
8	Fezabilitate și evaluare în areal managerial / Feasibility and evaluation in the management	Prelegere	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie

Campbell, Harry F.; Brown, Richard (2003). 'Valuing Traded and Non-Traded Commodities in Benefit-Cost Analysis'. Benefit-Cost Analysis: Financial and Economic Appraisal using Spreadsheets. Cambridge: Cambridge University Press

Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects, EUROPEAN COMMISSION Directorate-General for Regional and Urban policy, 2014
 Horngren, C. T. (2012). Cost accounting: A managerial emphasis, 14/e. Pearson Education India.
 Larson, D., & Chang, V. (2016). A review and future direction of agile, business intelligence, analytics and data science. International Journal of Information Management, 36(5), 700-710.
 Laursen, G. H., & Thorlund, J. (2016). Business analytics for managers: Taking business intelligence beyond reporting. John Wiley & Sons.
 Meulbroek, Lisa. 'The promise and challenge of integrated risk management.' Risk Management and Insurance Review 5.1 (2002): 55-66.
 Negash, Solomon, and Paul Gray. 'Business intelligence.' Handbook on decision support systems 2. Springer, Berlin, Heidelberg, 2008. 175-193.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Organizația – areal managerial financiar, Informația și indicatori în managementul financiar / Organization –financial Management, information and indicators	Dezbateri	-	-	1
2	Instrumente previzionale în managementul întreprinderii / Forecasting instruments in the financial management. Gestiunea Datelor	Studii de caz, Aplicații	-	-	2
3	Planificarea și gestiunea bazată pe bugete. Bugete statice – Bugete Flexibile	Studii de caz, Aplicații	-	-	3
4	Tabloul de bord – sistem de monitorizare și de raportare	Studii de caz, Aplicații	-	-	2
5	Tehnici de evaluare a riscului în managementul financiar / Risk assessment techniques in financial management	Studii de caz, Aplicații	-	-	2
6	Sisteme de Business analytics (BA) și Business Intelligence (BI)	Studii de caz, Aplicații	-	-	3
7	Fezabilitate și evaluare în areal managerial / Feasibility and evaluation in the management	Studii de caz, Aplicații	-	-	1

Bibliografie
 Horngren, C. T. (2012). Cost accounting: A managerial emphasis, 14/e. Pearson Education India.
 Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects, EUROPEAN COMMISSION Directorate-General for Regional and Urban policy, 2014
 Campbell, Harry F.; Brown, Richard (2003). 'Valuing Traded and Non-Traded Commodities in Benefit-Cost Analysis'. Benefit-Cost Analysis: Financial and Economic Appraisal using Spreadsheets. Cambridge: Cambridge University Press
 Negash, Solomon, and Paul Gray. 'Business intelligence.' Handbook on decision support systems 2. Springer, Berlin, Heidelberg, 2008. 175-193.
 Belov, Sergey, Jim Spohrer, and Haluk Demirkan. 'Introduction to Business Intelligence, Analytics and Cognitive: Case Studies and Applications (COGS) Minitrack.' (2017).
 Fjermestad, J., Kudyba, S., & Lawrence, K. (2018). Business intelligence and analytics case studies. J. Org. Computing and E. Commerce, 28(2), 77-78.

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

Disciplina răspunde cerințelor actuale ale comunității epistemice și angajatorilor, oferind informații de bază privind înțelegerea modului de evaluare a eficienței activităților economice în concordanță cu cerințele actuale privind implicațiile evoluțiilor digitale în managementul afacerii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluarea cunoștințelor care să asigure cunoașterea metodelor și tehnicilor de utilizare a instrumentelor de evaluare a performanțelor	Test	20
- în timpul activității practice	Evaluarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a spetelor specifice diferitelor studii de caz	test, proiect	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea cunoștințelor care să asigure cunoașterea metodelor și tehnicilor de utilizare a instrumentelor de evaluare a performanțelor	Examen scris	30
- examen practic final	Evaluarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a spetelor specifice diferitelor studii de caz	examen scris	30
Standard minim de performanță: Dobândirea de cunoștințe privind elementele constitutive ale elementelor de BI și implicații în evaluarea performanței			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ștefan Daniel	Luni 9-10
-----------------------	-----------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclul de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Social media marketing			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 27		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 27		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Nu e cazul
4.2 de competențe: Nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Video-proiector, laptop, materiale suport
5.2 a activităților practice: Video-proiector, laptop, materiale listate (fișe, studii de caz)

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1. Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digital - 2 ECTS C4. Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri- 2 ECTS
6.2 transversale: C1. Comunicare, colaborare, muncă în echipă - 1 ECTS
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Parcursarea acestei discipline va permite însușirea de către masteranzi a noțiunilor de bază cu privire la conceptul de social media marketing, și în același timp, va stimula creativitatea acestora prin transpunerea aspectelor teoretice în practică, prin intermediul unor campanii efective de social media marketing.
7.2 Obiective specifice: - identificarea principalelor rețele de socializare - înțelegerea caracteristicilor, respectiv a principiilor de funcționare a acestora - stabilirea aspectelor cheie în dezvoltarea unei strategii de social media marketing - analiza și evaluarea unei campanii pe platformele social media

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea prin rețelele de socializare	Expunere, problematizare	-	-	2
2	Targetarea în Social media. Tipologii ale rețelelor de socializare	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2
3	Rolul rețelelor de socializare în afaceri	Expunere, problematizare, dezbateri	-	-	2
4	Strategia de social media marketing	Expunere, dezbateri, argumentare	-	-	2
5	Marketing prin intermediul Facebook	Expunere, problematizare, dezbateri	-	-	2
6	Marketing prin intermediul Instagram	Expunere, problematizare	-	-	2
7	Marketing prin intermediul LinkedIn și Youtube	Expunere, problematizare	-	-	2

Bibliografie

1. Suport curs 'Social media marketing' - 2022, disponibil pe platforma BlackBoard/Teams
2. Guy Kawasaki, Peg Fitzpatrick – Arta rețelelor sociale, Editura Publica, 2015
3. Brian Solis – The End of Business As Usual, Editura John Wiley & Sons Inc 2011

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în social media	Prezentare, dezbateri	-	-	2

2	Analiza principalelor rețele de socializare din România și din lume	Prezentare, dezbateri, studii de caz	-	-	2
3	Inovația în campaniile de social media	Prezentare, studii de caz	-	-	2
4	Efectele socio-culturale ale rețelelor de socializare	Prezentare, dezbateri, studii de caz	-	-	2
5	Particularități ale creării și administrării unei pagini de Facebook	Prezentare, studii de caz	-	-	2
6	Particularități ale creării și administrării unui cont de Instagram	Prezentare, studii de caz	-	-	2
7	Particularități ale creării și administrării unui cont de LinkedIn și Youtube	Prezentare, studii de caz	-	-	2
8	Studiu individual – dezvoltarea de proiecte de promovare prin social media	Prezentare proiecte	-	-	14

Bibliografie

1. Suport curs 'Social media marketing' - 2022, disponibil pe platforma BlackBoard/Teams
2. Raport Digital 2022: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
3. Rețelele de socializare: Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, etc.
4. Indicatorii de performanță în social media marketing: <https://blog.hootsuite.com/social-media-metrics/>

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

Temele abordate sunt de actualitate, putând fi utilizate atât la nivel personal, cât și în orice unitate de producție sau de prestări servicii din țară sau din străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Dobândirea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei.	Test scris	10
- în timpul activității practice	Implicarea în dezbaterile privind diferitele rețele de socializare existente și utilizarea informațiilor teoretice în vederea dezvoltării unor campanii de promovare prin social media.	Susținerea unui proiect, conform planificării realizate la începutul modului.	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Dobândirea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei.	Test scris	40
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor prezentate la cursuri și la seminarii. Prezentarea proiectului.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ciucan-Rusu Liviu	saptamanal 1 ora dupa curs
---------------------------	----------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Cercetări de marketing			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Gabor Manuela-Rozalia			
2.3 Titularul activităților practice: Prof dr Gabor Manuela-Rozalia			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 25		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 6		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: marketing, statistica, comportamentul consumatorului
4.2 de competențe: utilizare softuri statistice, marketing

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: • Inițiativa CDIO, Problem Based Learning, Project Based Learning • Studenții vor parcurge anterior cursului bibliografia indicată;
5.2 a activităților practice: • Inițiativa CDIO, Problem Based Learning, Project Based Learning • Studenții vor parcurge anterior cursului bibliografia indicată;

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: • Inițiativa CDIO, Problem Based Learning, Project Based Learning • Studenții vor parcurge anterior cursului bibliografia indicată;
6.2 transversale: • C1. Comunicare, colaborare, muncă în echipă – 1 ECTS
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Realizarea pregătirii masteranzilor pe problemele specifice cercetărilor de marketing, prin însușirea corectă și completă a metodelor de analiză cantitativă și calitativă pentru datele de marketing în e-business. Prin metodele și modelele prezentate se asigură o pregătire superioară a masteranzilor precum și formarea unor raționamente logice.
7.2 Obiective specifice: Cunoștințele dobândite de masteranzi în timpul orelor de seminar/laborator le oferă baza și instrumentele de lucru necesare pentru integrarea lor în activitatea economică și pentru soluționarea problemelor concrete cu care se vor confrunta ca personal de specialitate în domeniul managementului și marketingului în domeniul e-business.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. Rolul analizei statistice în cercetările de marketing 2. Proiectarea cercetărilor de marketing 1.1. Conținutul, aria și necesitatea cercetărilor de marketing 1.2. Tipuri de cercetări de marketing. Cercetare calitativă versus cercetare cantitativă 1.3. Etapele unei cercetări de marketing	PbBL	1 prelegere	-	2
2	3. Măsurarea și scalarea fenomenelor de marketing 3.1. Niveluri de măsurare și probleme ale măsurării statistice în marketing 3.2. Metode de scalare, evaluarea validității și fidelității scalelor, alegerea scalelor de măsurare 3.3. Particularități ale scalelor utilizate în marketing	PbBL	1 prelegere	-	2
3	4. Particularități metodologice ale elaborării chestionarului ca instrument de culegere a datelor. Instrumente și softuri pentru culegerea datelor de marketing	PbBL	1 prelegere	-	2
4	5. Sondajul – metodă principală de studiu a cercetărilor de marketing 5.1. Particularități și avantaje ale apicării sondajului pentru studii de piață 5.2. Ipotezele proiectării eșanionului și a bazei de sondaj 5.3. Ajustarea finală (post-stratificare) și tratarea nonrăspunsurilor	PbBL	1 prelegere	-	2

	5.4. Organizarea unei investigații prin sondaj pentru cercetarea de marketing 5.5. Sondajul statistic probabilistic ca metodă de culegere a datelor 5.6. Sondajul statistic non- probabilistic ca metodă de culegere a datelor 5.7. Sondajul longitudinal				
5	6. Analiza și inferența statistică a datelor de marketing 6.1. Testarea ipotezelor – particularități metodologice pentru datele de marketing. Teste parametrice. Teste neparametrice. Testare uni-bi și multivariată a datelor de marketing 6.2. Metode descriptive de analiza datelor (ACP, AFC, analiza canonică, scalarea multidimensională, analiza tipologică, etc.) 6.3. Metode explicative de analiza datelor (analiza de regresie, ANOVA; ANCOVA, MANOVA, segmentare, analiza conjoint, etc.)	PbBL	1 prelegere	-	2
6	7. Metode noi (moderne) de analiza datelor de marketing 7.1. Grila Kelly (interviul grilei repertor). Teoria construcțiilor personale a lui Kelly. 7.2. Metodologia Q (analiza factorială de tip Q)	PbBL	2 prelegeri	-	4

Bibliografie
Bibliografie - Curs

1. Aaker, D.A., Kumar, V., Day G. S. (1998) Marketing research – sixth edition, Ed. John Wiley & Sons, New York.
2. d'Astous, A. (2005) Le projet de recherche en marketing, Ed. Chenelière Éducation, Montréal, Canada.
3. Bearden, W. O., Netemeyer, R. G. - Handbook of marketing scales – second edition (Multi-item measures for marketing and consumer behavior research), Ed. Published in cooperation with the Association for Consumer Research, 1999, SAGE Publications International
4. Berenson, M.L., Levine, D.M., Krehbiel, T. C. (2001) – Basic Business Statistics – concepts and applications – 8th edition, Ed. Prentice Hall, New Jersey
5. Bourroche, J. M. (1977) Analyse des données en marketing, Ed. Masson, Paris
6. Cătoi, I. (coordonator) (2002) – Cercetări de marketing, ed. Uranus, București
7. Céheussat, R. (1976) – Exercices commentés de statistique et informatique appliquées, Ed. Dunod, Paris, Franța
8. Chisnall, P.M. (1992) Marketing research – 4th edition, Ed. McGraw Hill, Londra,
9. Décaudin, J. - M., Lemoin, J.-F., Trinquecoste, J. F. (coord.) (2006) Les courants actuels de recherche en marketing – synthèse et perspectives, Ed. L'Harmattan, Paris,
10. Delbés, R., Teyssonière de Gramont, É. (1991) Études de marché – 2e édition (revue et corrigée), Ed. Belford – Delmas, Paris
11. DeLurgio, S. (1998) – Forecasting principles and applications - first edition, Ed. McGraw Hill
12. Demetrescu, M.C. (2001) – Metode de analiză în marketing, Ed. Teora, București
13. Demetrescu, M.C. (1996) – Practica prospectării pieței, Ed. Europa Nova, București
14. Evrard, Y., Pras, B., Roux, E. (2003) Market – études et recherche en marketing – 3e édition, Ed. Dunod, Paris, 2003
15. Gabor, M.R. (2016) – Analiza și inferența datelor de marketing, Ed. CH Beck, București
16. Gabor, M.R. (2013) – Prospectarea pieței prin metode statistice, Ed. CH Beck, București
17. Gabor, M. R. (2013) - Q – methodology (Q factor analysis) – particularities and theoretical considerations for marketing data, International Journal of Arts and Commerce”, vol.2, nr. 4/April, pp. 116 – 126, ISSN 1929-7106
18. Gabor, M. R. (2012) - Kelly grid – a quantitative or qualitative method for marketing data?, Proceeding of „International collection of scientific work on the occasion of 60th anniversary of university education at faculty of Business Economy with seat in Košice of University of Economics in Bratislava”, Ed. Melandrium, Prague, Cehia, ISBN 978-80-86175-80-5
19. Gabor M. R. (2009) Statistics tests used in data analysis, Management și Inginerie Economică, AMIER Cluj, 6(3), ISSN 1583 – 624X, pp. 185 – 194
20. Gabor M. R. (2009) Typological analysis as analysis method of marketing data, Management & Marketing nr. 4, Ed. Economică București, ISSN 1842 – 0206, pp. 125-132
21. Gabor M. R. (2007) Non – probabilistic sampling use in qualitative marketing research. Haphazard sampling. Volunteer sampling, Analele Universității din Oradea, XVI, vol. I, ISSN - 1582 – 5450, p. 920 – 925
22. Gabor M. R. (2007) Types of non – probabilistic sampling used in marketing research. Quota sampling. Purposive (judgment) sampling, Revista de Management și Inginerie Economică, AMIER Cluj, 6(22), 197 – 207
23. Gabor M. R. (2007) Types of non – probabilistic sampling used in market research. Snowball sampling, Management & Marketing, Nr. 3, ISSN 1842 – 0206, pp. 61 – 70.
24. Iliescu, D. (2005) – Metodologia Q, Ed. Comunicare.ro, București
25. Jolibert, A., Jourdan, Ph. - Marketing research – méthodes de recherche et d'études en marketing, Ed. Dunod, Paris, 2006
26. Malhorta, N. - Études marketing avec SPSS – 4e édition, Ed. Pearson Education France, Paris, 2004
27. Mountinho, L., Goode, M., Davies, F. (2005) Analiza cantitativă în managementul marketingului, Ed. Tehnica-Info, Chișinău.
28. Prutianu, Ș., Anastasiei, B., Jihie, T. (2005) Cercetarea de marketing – studiul pieței pur și simplu, Ed. Polirom, Iași, ediția a II a.
29. Șerban, D. (2004) Statistica pentru studii de marketing și administrarea afacerilor, Ed. ASE, București
30. Tull, D. S., Hawkins, D. L. - Marketing research. Measurement & method – fifth edition, Ed. Maxwell Mac Millian International, Singapore, 1990
31. Gabor, MR, Cristache, N. (2021). Q or R Factor Analysis for Subjectiveness Measurement in Consumer Behavior? A Study Case on Durable Goods Buying Behavior in Romania, Mathematics, vol. 9(10), ID articol 1136, pp. 1-23, DOI: 10.3390/math9101136, FI 2019 = 1,747, WOS:000655199300001, <https://www.mdpi.com/2227-7390/9/10/1136>
- Gabor, M.R., Blaga, P., Gavrilăș, V. A., Marian, L. (2021). Features and particularities of the medicine supply chain in Romania: a complex statistical analysis, Farmacia, vol 69 (2), pp. 384-388, ISSN 0014-8237, <https://doi.org/10.31925/farmacia.2021.2.25>, FI 2019 = 1,607, AIS 2018 = 0,119, WOS:0006476 82700026, https://farmaciajournal.com/wp-content/uploads/art-25-Gabor_Marian_384-388.pdf
- Gabor, M.R., Cristache, N., Oltean, F.D. (2020). Romanian Consumer Preferences for Celebrity Endorsement TV Ads for Romanian and Global Apparel Brands. Fibres & Textiles in Eastern Europe, 6(144), pp. 8-14, ISSN 1230-3666, 10.5604/01.3001.0014.3792, FI 2019 = 0,775, AIS 2019 = 0,101, WOS: 000591209000001, <http://www.fibtex.lodz.pl/article2245.html>
- Oltean, FD; Gabor, MR; Stăncioiu, AF; Kardos, M.; Kiss, M.; Marinescu, R.C. (2020). Aspects of Marketing in Dental Tourism - Factor of Sustainable Development in Romania. Sustainability, vol. 12(10), ID 4320, pp. 1-13, ISSN 2071-1050, <https://doi.org/10.3390/su12104320>, FI 2019 = 2,576, AIS 2019 = 0,332, WOS 000543421400378, <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/10/4320>

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Proiectarea cercetărilor de marketing. Etapele unei cercetări de marketing – studii de caz, proiectare chestionar, proiectare eșantion, constituirea bazei de eșantionare și calculul indicatorilor de sondaj, ipotezele cercetării și estimarea prealabilă a valorii informațiilor obținute, variabilele cercetării	PjBL	2seminarii	-	4
2	2. Măsurarea și scalarea fenomenelor de marketing – aplicații	PjBL	1 seminar	-	2
3	3. Particularități metodologice ale elaborării chestionarului ca instrument de culegere a datelor – studiu de caz, aplicații, exemplificări, testare online a instrumentelor electronice de culegere a datelor (grila Kelly, Google Docs, esondaje, etc.)	PjBL	2 seminarii	-	4

4	4. Sondajul – metodă principală de studiu a cercetărilor de marketing – aplicație practică: constituirea eșantionului, ajustarea datelor, erorile cercetării prin sondaj	PjBL	2 seminarii	-	4
5	5. Introducere în SPSS (sesiune de lucru, ferestre, gestiunea fișierelor) 6. Pregătirea, sistematizarea și prezentarea datelor în SPSS (definirea și introducerea datelor, sistematizarea și prezentarea datelor în SPSS, prezentarea grafică a unei distribuții în SPSS) 7. Statistica descriptivă cu SPSS pentru date de marketing	PjBL	2 seminarii	-	4
6	8. Analiza și inferență statistică cu SPSS pentru date de marketing 8.1. Testarea ipotezelor statistice 8.2. Teste parametrice în SPSS asupra mediilor și proporțiilor 8.3. Teste neparametrice în SPSS 8.4. Verificarea normalității unei distribuții utilizând SPSS	PjBL	1 seminar	-	2
7	9. Analiza de corelație și regresie cu SPSS	PjBL	2 seminarii	-	4
8	10. Culegerea datelor de marketing utilizând grila Kelly și softuri aferente. Prelucrarea și interpretarea datelor.	PjBL	1 sem	-	2
9	11. Culegerea datelor de marketing utilizând metodologia Q și softul PQ Method. Prelucrarea și interpretarea datelor	PjBL	1 sem	-	2

Bibliografie

- Berenson, M.L., Levine, D.M., Krehbiel, T. C. (2001) – Basic business Statistics – concepts and applications – 8th edition, Ed. Prentice Hall, New Jersey
- Constantin, C. (2012) – analiza datelor de marketing – aplicații în SPSS, ed. CH Beck, București
- Conțiu, L. C., Gabor, M.R. (2014) –Using social networks to promote global brands among Romanian young people, în cartea "Interdisciplinary Perspectives on Social Sciences", Ed. Cambridge Scholars Publishing, Marea Britanie, pp. 55 – 63, ISBN (10): 1-4438-5579-0, ISBN (13): 978-1-4438-5579-2, editori: G. Rață, H. Arslan, P. L. Runcan, A. Akdemir.
- Gabor, M.R., Blaga, P., Gavrilas, V. A., Marian, L. (2020). Features and particularities of the medicine supply chain in Romania: a complex statistical analysis, revista Farmacia
- Gabor, M.R., Blaga, P., Gavrilas, V. A. (2019). Perception of promoting activity in Romanian supply chain of medicine. A complex statistical analysis Revista de Chimie, vol. 12
- Gabor, M. R., Oltean, F.D. (2018) - Is the old communist brand preferred by the young consumers? A country of origin study case with multimethod analysis. International Conference "Risk in Contemporary Economy", ISSN-L 2067-0532 ISSN online 2344-5386, XIXth Edition, Galati, Romania, pp. 355-366
- Gabor, M.R. (2016) – Analiza și inferența datelor de marketing, Ed. CH Beck, București
- Gabor, M.R., Oltean, F.D. (2016)– Economia comerțului și turismului – studii de caz, aplicații, cercetări, Petru Maior University Press, Tg. Mureș
- Gabor, M. R. (2016) – Car's brands perception among Romanian young consumers - a Kelly's Personal Construct Theory approach, Eurasian Journal of Business & Economics, Kurghistan, nr. 18
- Gabor, M.R. (2015) Marketingul și comportamentul consumatorului organizațional, Ed. „Petru Maior” University Press, Tg. Mureș, ISBN 978-606-581-149-2, 230 pagini (CD).
- Gabor, M. R. (2014) - Retailer – consumer relationships for durable goods market in Romania. A multimethod analysis, International Journal of Economic Behaviour, vol. 4, ISSN 2069 – 5756, pp. 67 -82
- Gabor, M.R. (2013) – Propsectarea pieței prin metode statistice, Ed. CH Beck, București
- Gabor, M.R., L. C. Conțiu (2013) – Brand –communication tool versus social responsibility tool, în cartea "Applied Social Science: Communication Studies", Ed. Cambridge Scholars Publishing, Marea Britanie, pp. 99 – 107, ISBN (10): 1-4438-4340-7, ISBN (13): 978-1-4438-4340-9, editori: G. Rață, G. Clitan, P. L. Runcan.
- Gabor, M.R., (2012) - Transnational study regarding organizational innovation by global brand's logo and effects for SMEs, în cartea „Management consulting for business and public administration”, editori: M. Cwiklicki, M. Jablonski și V. Potočan, Cracow, Polonia, Ed. Publishing House Cracow University of Economics Foundation, pp. 112 – 125, ISBN 978-83-62511-06-8
- Gabor, M. R. (2012). Positioning of brand concerning durable goods and other variables used in the Romanian consumer's acquisition process, Actual Problems of Economic, nr. 8 (134), ISSN 1993-6788, pp. 357 -372
- Gabor, M. R. (2012) - A "new" non-parametrical statistics instruments: Friedman test. Theoretical considerations and particularities for marketing data, pp. 1 – 8, ISBN 978-80-86175-79-9, Proceeding of "International Day in Statistics & Economics in Prague", vol. CD, 2012, Ed. Melandrium, Praga, Cehia
- Gabor, M. R., Conțiu, L. C. (2012) - Is Dacia–Logan car brand on the first place of Romanian youth preferences? Testing the influence of advertising campaigns with nonparametric statistics, Procedia Social and Behavioral Science, vol. 58, ISSN 1877-0428, pp. 1344-1352
- Gabor, M.R. (2011) Comportamentul consumatorului – studii de caz, aplicații, cercetări, Ed. „Petru Maior” University Press. Tg. Mureș, ISBN 978-606-581-042-6, 198 pagini.
- Gabor, M. R., Isaic – Maniu, Al. (2011) – Analysis of the discriminating – applications identifying the preference of endowment with goods, Revista Română de Statistică, nr. 10, pp. 51 –77, ISSN 1844-7694, Ed. Institutului Național de Statistică, București
- Gabor, M. R., Isaic – Maniu, Al. (2011) - Identificarea principalelor surse de informații în achiziționarea bunurilor de folosință îndelungată folosind analiza factorială a corespondențelor, Studii si Cercetări de Calcul Economic și Cibernetică Economică, nr. 1-2, ISSN 0585-7511, pp. 55 – 67, Ed. ASE, București
- Jaba, E., Grama, A. (2004) – Analiza statistică cu SPSS sub Windows, Ed. Polirom, Iași
- Kardos, M., Gabor, M.R., Cristache, N. (2019). Green Marketing Roles for Sustainability and Ecopreneurship. Case Study: Green Packaging Impact on Romanian Young Consumers' Environmental Responsibility, Sustainability, vol. 11, issue 3, pp. 1-13
- Gabor, M.R., Blaga, P., Gavrilas, V. A. (2019). Perception of promoting activity in Romanian supply chain of medicine. A complex statistical analysis, Revista de Chimie, vol. 70(12), ISSN 0034-7752, pp. 4477-4481, DOI: 10.37358/RC.19.12.7779
- Kardos, M., Gabor, M.R., Cristache, N. (2019). Green Marketing Roles for Sustainability and Ecopreneurship. Case Study: Green Packaging Impact on Romanian Young Consumers' Environmental Responsibility, Sustainability, vol. 11, issue 3, pp. 1-13, ISSN 2071-1050, DOI: 10.3390/su11030873

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	cunoașterea și utilizarea corectă a noțiunilor teoretice și practice din domeniul cercetării de marketing, utilizarea softului SPSS, a softului PQ Method, a instrumentelor online pentru grila Kelly; etc.	test grila rapid	5
- în timpul activității practice	aplicarea adecvată a metodelor de eșantionare; estimare a parametricilor de sondaj, utilizare a softului SPSS pentru culegerea datelor, prelucrarea și interpretarea acestora, întocmirea raportului de cercetare de marketing, lucrul individual și în echipă, culegerea datelor	sustinere proiect individual	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	examen sumativ	examen sumativ	25

- examen practic final	aplicarea adecvată a metodelor de eşantionare; estimare a parametricilor de sondaj, utilizare a softului SPSS pentru culegerea datelor, prelucrarea şi interpretarea acestora, întocmirea raportului de cercetare de marketing, lucrul individual şi în echipă, culegerea datelor	sustinere proiect individual	45
Standard minim de performanţă: Obligatorietatea de a participa la toate lucrările practice, de a întocmi un protocol şi un raport de validare. Nota minimă de promovare a examenului practic este 5, iar la testul grilă din tematica cursurilor este necesară obţinerea minim a notei 5.			

11. Orar consultații studenți

Prof dr Gabor Manuela-Rozalia	Marti 10-11
-------------------------------	-------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Managementul marketingului			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu 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: 10		
- tutorial: 2		
- examinări: 1		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Nu e cazul
4.2 de competențe: Nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Videoproiector, whiteboard, medii digitale M365, Blackboard
5.2 a activităților practice: Videoproiector, whiteboard, medii digitale M365, Blackboard

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 1 - Identificare, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală - 1 ECST C 2 - Generarea și implementarea deciziilor de business -1 ECST C 4 - Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri -1 ECST C 5 - Identificarea și exploatarea oportunităților de piață -1 ECST C 6 - Proiectarea, dezvoltarea și implementarea sistemului de relații e-business -1 ECST
6.2 transversale: CT 2 - Identificare oportunităților de dezvoltare personală -1 ECST
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: formarea, dezvoltarea și consolidarea de competențe în managementul marketingului
7.2 Obiective specifice: dezvoltarea capacităților de a crea și implementa planuri strategice și operaționale de marketing, dezvoltarea unor politici de comunicare de marketing și de fidelizare a consumatorilor; însușirea tehnicilor de vânzare, aplicarea tehnicilor de construcție a planului comercial, organizarea și implementarea unei structuri comerciale; gestiunea identității și comunicării integrare de marketing digital.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Strategii și tactici în managementul marketingului	Expunere, prezentare	-	-	2
2	Planul de marketing – instrument în managementul marketingului	Prezentare, demonstrație	-	-	4
3	Politici specifice marketingului serviciilor	Expunere, prezentare	-	-	4
4	Investigarea comportamentului consumatorului	Expunere, prezentare	-	-	4
5	Principiile managementului relațiilor cu clienții	Prezentare, problematizare	-	-	2
6	Elemente de managementul vânzărilor	Prezentare, problematizare	-	-	4
7	Brandingul – coloana vertebrală a strategiei de comunicare	Prezentare, demonstrație	-	-	2
8	E-marketing în mediul de afaceri contemporan	Prezentare, problematizare	-	-	2
9	Managementul comunicării digitale de marketing	Prezentare, problematizare	-	-	4

Bibliografie

Ciucan-Rusu, L, Transformarea digitală a marketingului, UMFST G.E.Palade, 2021
Ciucan-Rusu, L, Managementul marketingului în economia cunoașterii, Editura UPM, Tîrgu-Mureș, 2011
Kotler, P., Managementul marketingului, Teora, București, 1998;

Womack, J.; Jones, D., Le lean au service du client, Vuibert, Paris, 2006;
 Libaert, T.; Marco, A., Les tableaux de bord de la communication, Dunod, Paris, 2006;
 Haig, M., Manual de e-marketing, Rentrop & Stratorn, București, 2006;
 Pasco-Berho, C., Marketing international, Dunod, Paris, 2006;
 Prutianu, Ș.; Munteanu, C.; Caluschi, C., Inteligența marketing

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Întrebări cheie pentru planul de marketing	Problematicizare, experiment	-	-	2
2	Implicații logistice ale deciziilor comerciale	Experiment, simulare	-	-	4
3	Adaptarea tehnicilor de vânzare	Experiment, simulare	-	-	2
4	Concepția și execuția unei campanii promoționale	Experiment, simulare	-	-	2
5	Soluții de e-marketing actuale, soluții IT	Simulare, modelare, dezbateri	-	-	4

Bibliografie
 Ciucan-Rusu, L., Transformarea digitală a marketingului, UMFST G.E.Palade, 2021
 Ciucan-Rusu, L., Managementul marketingului în economia cunoașterii, Editura UPM, Tîrgu-Mureș, 2011
 Kotler, P., Managementul marketingului, Teora, București, 1998;
 Womack, J.; Jones, D., Le lean au service du client, Vuibert, Paris, 2006;
 Libaert, T.; Marco, A., Les tableaux de bord de la communication, Dunod, Paris, 2006;
 Haig, M., Manual de e-marketing, Rentrop & Stratorn, București, 2006;
 Pasco-Berho, C., Marketing international, Dunod, Paris, 2006;
 Prutianu, Ș.; Munteanu, C.; Caluschi, C., Inteligența marketing

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

Disciplina se înscrie în trendul actual în domeniul studiului deciziilor aplicate în marketingul, angajatorii și profesioniștii de marketing fiind interesați de transferul de know-how în relația cu studenții.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	nivele de evoluție în rezolvarea cazurilor propuse, participarea la proiecte de echipă, prezentare individuală,	CBL	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea elementelor și metodelor utile în managementul marketingului	Test final - suport digital	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Elaborarea unui proiect individual, participarea la un proiect de echipă, identificarea și explicarea a trei concepte sau metode în managementul marketingului.			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ciucan-Rusu Liviu	saptamanal 1 ora dupa curs
---------------------------	----------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Etică și integritate academică			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ștefănescu Daniela			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 0		
- examinări: 1		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 61		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: nu e cazul
4.2 de competențe: nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: whiteboard, flipchart, videoproiector, platforma Blackboard
5.2 a activităților practice: -

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1 Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală – 2 ECTS
6.2 transversale: CT 1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Înșușirea de către studenți a cunoștințelor privind etica și integritatea academică Înțelegerea și utilizarea acestora în vederea formării unui comportament adecvat mediului academic, atât în timpul derulării activităților didactice cât și în derularea activităților de elaborare și redactare a lucrărilor cu caracter științific.
7.2 Obiective specifice: - Utilizarea de practici corecte din punct de vedere al comportamentului etic în desfășurarea activităților didactice și de cercetare, în redactarea lucrărilor științifice precum și în modalitățile de comunicare academică - Identificarea formelor de plagiat în activitatea academică și a modalităților de sesizare a acestora forurilor în drept - Folosirea corectă, corespunzător principiilor etice, a materialelor de documentare bibliografică în vederea contracarării plagiatului

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Concepte fundamentale: Moral-imoral-amoral. Principii, valori și datorii morale. Autonomia morală și responsabilitatea personal. Morala comună și etica academică	prelegere	-	-	4
2	Fundamentele eticii academice. Etica și deontologia profesională. Provocări etice în mediul academic	prelegere	-	-	2
3	Integritatea personală versus integritatea publică. Cadru juridic de asigurare a integrității	prelegere	-	-	2
4	Standarde de integritate în activitatea didactică și de cercetare din mediul academic	prelegere	-	-	2
5	Definiția și formele plagiatului în mediul universitar.	prelegere	-	-	1
6	Instrumente de identificare și sancționare a plagiatului	prelegere	-	-	1
7	Programe utilizate în vederea stabilirii gradului de similitudine în lucrările științifice	prelegere	-	-	2
Bibliografie 1. Ghiatau, R. - Codul deontologic al profesiei didactice, Ed. Sedcom Libris SA, Iasi, 2011 2. Papadima, L. (Ed.). - Deontologie academică. Editura Universității din București, 2018 3. Ștefan, E.E. - Etică și integritate academică. București, Pro Universitaria, 2018 4. CARTA UMFST, Cod regulament: UMFST-REG-01, 2023 5. CODUL DE ETICĂ ȘI DEONTOLOGIE PROFESIONALĂ AL UMFST, 2023					

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Verificarea gradului de înțelegere a noțiunilor parcurse	teste grila	30
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	cunoașterea și utilizarea corectă a noțiunilor de bază: etică, deontologie, integritate, morală; gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	examen scris	70
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: • Recunoașterea principalelor teorii și paradigme asociate eticii și integrității academice. • Proiectarea obiectivelor și metodelor de cercetare specifice unei conduite etice. • Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii în mediul academic			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ștefănescu Daniela	Miercuri 14-16
----------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclul de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comunicare și Public relations			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Coțțiu Lia-Codrina			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Coțțiu Lia-Codrina			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 0		
- examinări: 4		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Noțiuni de bază privind managementul
4.2 de competențe: -

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu tehnologia necesară prezentării sistematizate a cursului Platforma Blackboard
5.2 a activităților practice: Prezența obligatorie a studenților. Predarea referatelor în termenele stabilite de comun acord. Tehnologia disponibilă pentru prezentarea modernă a materialelor. Platforma Blackboard

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1 Identificare, înțelegerea și analiza realităților organizaționale precum și ale mediului de business în era digitală – 1 ECST C4 Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri – 1 ECST C5 Identificarea și exploatarea oportunităților de piață – 1 ECST
6.2 transversale: C 1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă. – 1 ECST C2 Identificarea oportunităților de dezvoltare personală – 1 ECST
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Cursul își propune să explice ce este comunicarea în general, apoi comunicarea interpersonală, de grup și importanța leadershipului, comunicarea de masă și efectele mass-mediei. Abordarea practică va urmări abilitățile interpersonale și de comportament în comunicare, comunicarea orală și în scris, precum și principalele caracteristici ale social media și ceea ce o face populară în rândul publicului larg. Din perspectiva Relațiilor publice, cursul își propune o introducere în teoria relațiilor publice, abordarea aspectelor legate de realizarea unei strategii de PR, precum și planificarea și crearea unui plan de PR.
7.2 Obiective specifice: Pe bază de dezbateri, discuții, studii de caz, rezolvări de probleme se vor aborda aspectele practice care privesc comunicarea și PR-ul.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea - concepte, scop, elemente, caracteristici, limbaj si bariere in comunicare	Prelegere, eseu, discuții interactive, studii de caz, dezbateri	-	-	2
2	Formele comunicării - Comunicarea verbală	Prelegere, eseu, discuții interactive, studii de caz, dezbateri	-	-	2
3	Formele comunicării - comunicarea nonverbală	Prelegere, eseu, discuții interactive, studii de caz, dezbateri	-	-	2
4	Comunicare de grup: cum se poate menține dinamica grupului și importanța leadershipului în comunicarea de grup.	Prelegere, eseu, discuții interactive, studii de caz, dezbateri	-	-	2
5	Introducere în relațiile publice în era mass-media Teoria relațiilor publice: teorii despre mass-media și opinia publică	Prelegere, eseu, discuții interactive, studii de caz, dezbateri	-	-	2

6	Strategia de relații publice: elementele cheie ale strategiei de PR și rolul cercetării în orientarea unei strategii eficiente; Planificarea de PR și crearea unui plan de PR	Prelegere, eseu, discuții interactive, studii de caz, dezbateri	-	-	2
7	Elementele cheie ale strategiei unei campanii de PR Relații publice - Tactici, tendințe și abilități necesare pentru viitor	Prelegere, eseu, discuții interactive, studii de caz, dezbateri	-	-	2

Bibliografie
Bibliografie obligatorie:
1. Kory Floyd, Comunicarea interpersonală, Editura Polirom, 2013
2. Doug Newsom, Judy VanSlyke Turk, Dean Kruckeberg, Totul despre relațiile publice (ediția a II-a), Editura Polirom, 2010

Bibliografie recomandată:
1. Cristina Coman, Relații Publice: Modele Teoretice și Studii de Caz, Editura Universității din București, 2009
2. Keith Quesenberry, Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution, Rowman & Littlefield Publishers, London, 2019
3. Prutianu, Stefan, Tratat de comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, București, 2008
4. Ofer Feldman, Sonja Zmerli, The Psychology of Political Communicators: How Politicians, Culture, and the Media Construct and Shape Public Discourse, Routledge, NY, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Abilități interpersonale Introducere în comunicarea interpersonală	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
2	Comportament și comunicare Personalitate și comunicare	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
3	Comunicarea orală Fundamentele comunicării orale	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
4	Realizarea prezentărilor profesionale Planificare și pregătire Exersare și punere în practică	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
5	Scrierea profesională: Bazele comunicării în scris în afaceri	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
6	Scrierea profesională - aplicații Correspondență de afaceri Rapoarte și rezumate Comunicare informativă și persuasivă	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2
7	Social Media: modul în care social media influențează societatea și ordinea socială, principalele caracteristici ale social media și ceea ce o face populară în rândul publicului larg.	Studii de caz, Dezbateri, Fișe de lucru	-	-	2

Bibliografie
Bibliografie obligatorie:
1. Kory Floyd, Comunicarea interpersonală, Editura Polirom, 2013

Bibliografie recomandată:
1. Milo O. Frank, Cum să îți comunici eficient punctul de vedere în 30 de secunde sau mai puțin, Editura BusinessTech, 2009
2. Gilles Amado, Andre Guittet, Psihologia comunicării în grupuri, Editura Polirom, 2007
3. Keith Quesenberry, Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution, Rowman & Littlefield Publishers, London, 2019
4. Ofer Feldman, Sonja Zmerli, The Psychology of Political Communicators: How Politicians, Culture, and the Media Construct and Shape Public Discourse, Routledge, NY, 2019

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

Se face în cadrul dezbaterilor și a studiilor de caz

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Creativitatea și pertinenta opiniilor și a folosirii noțiunilor învățate	Dezbateri pe teme din cadrul seminarului	30
- în timpul activității practice	Corectitudinea răspunsurilor date în analiza studiului de caz	Analiza unui studiu de caz	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea noțiunilor predate la curs	Test grilă cu întrebări din teorie	40
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: - Participarea la cel puțin 50% dintre cursuri și seminarii - Răspunsuri corecte la minim 50% din întrebările grilă. - Prezentarea proiectului pe parcursul semestrului			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Conțiu Lia-Codrina	Marti - ora 14.00
----------------------------	-------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Inovare și transformare digitală			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: V	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 24		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 24		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 23		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: nu este cazul
4.2 de competențe: nu este cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Videoproector, whiteboard acces cont MS Office 365 & Platforma Blackboard
5.2 a activităților practice: Videoproector, whiteboard acces cont MS Office 365 & Platforma Blackboard, laborator IT

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 3 - Modelarea și optimizarea proceselor de e-business -1 ECST C 4 - Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri -1 ECST C 6 - Proiectarea, dezvoltarea și implementarea sistemului de relații e-business -1 ECST
6.2 transversale: CT 2 - Identificare oportunităților de dezvoltare personală -1 ECST
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Stimularea unui comportament proactiv în mediul de afaceri și gestionarea unui salt organizațional pe un nivel calitativ superior prin implementarea inovației pe suport digital
7.2 Obiective specifice: Identificarea tipurilor de inovație și a metodelor de lucru; Utilizarea instrumentelor de analiză a punctului de plecare; Designul de soluții inovative; Alegerea unei foi de parcurs în transformarea organizațională; Managementul echipelor de schimbare; Optimizarea stilului de lucru pentru îmbunătățirea continuă.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Inovația ca experiență a progresului	Expunere, prezentare	-	-	2
2	Surse și modele ale inovației tehnologice, Pilonii inovației prin digitalizare	Expunere, prezentare, problematizare	-	-	2
3	Analiza pre-inovare a mediului de lucru	Prezentare, demonstrație	-	-	2
4	Faza de design a soluției inovative	Prezentare, demonstrație	-	-	2
5	Testarea soluției	Prezentare, demonstrație	-	-	2
6	Importanța viziunii pentru transformare digitală	Prezentare, demonstrație	-	-	2
7	Implementarea tranziției spre modelul de business digitalizat	Prezentare, demonstrație	-	-	2

Bibliografie

1. Neugebauer, R, Digital Transformation, Springer Verlag, Munchen, 2019;
2. Fagerberg J, Mowery D, Nelson R, The Oxford Handbook of Innovation, Oxford University Press, 2006
3. Mishra, A. Ranjan A, A Modern Playbook of Digital Transformation, Sage Publication India 2019
4. Herbert, L, Digital Transformation: Build Your Organization's Future for the Innovation Age, Bloomsbury Publishing, 2017;
5. Narayanan, K, Colarelli O'Connor G, Encyclopedia of Technology and Innovation Management, Wiley and Sons, 2010
6. Metoda DIGITTRANS – Interreg Danube , <https://digitrans.me/psm/home?lang=ro>, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
----	------	-------------------	------------	-----------------	--------

1	Principii de lucru în laboratorul de inovare digitală	Problematizare, experiment	-	-	2
2	Identificarea forțelor și tendințelor mediului de business	Experiment, simulare, proiect	-	-	2
3	Generarea și selecția ideilor pentru inovare	Experiment, simulare, proiect	-	-	2
4	Modelarea propunerii de valoare a prototipului	Experiment, simulare, proiect	-	-	2
5	Leadership digital pentru foaia de parcurs a transformării	Experiment, simulare, proiect	-	-	2
6	Implicarea și motivarea pentru schimbare	Experiment, simulare, proiect	-	-	2
7	Stiluri de lucru pentru implementarea inovației și tranziția digitală	Experiment, simulare, proiect	-	-	2
Bibliografie 1. Ciucan-Rusu, L., Ghid de laborator pentru inovare și transformare organizațională prin digitalizare, UMFST G.E Palade, 2020 2. Metoda DIGITRANS – Interreg Danube , https://digitrans.me/psm/home?lang=ro , 2019 3. IBM Garage Methodology, https://www.ibm.com/garage?gc_2019					

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

Consultările cu reprezentanții comunității de afaceri au evidențiat avantajul unui comportament pro-inovare al absolventului, completat de capacitatea de transpunere a schimbărilor impuse de implementarea tehnologiei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Punerea în practică a conceptelor de marketing, capacitatea de a exemplifica și de a extrapola informațiile.	proiect de echipa, monitorizare continuă, prezentare individuală	70
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoașterea și înțelegerea conceptelor de bază ale inovării și transformării digitale	test tip quiz	30
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Cunoașterea conceptelor cheie, utilizare a minim 5 tehnici cu materialele aferente pentru diverse faze de inovare și transformare digitală organizațională.			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ciucan-Rusu Liviu	saptamanal 1 ora dupa curs
---------------------------	----------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Tehnologii emergente pentru e-business			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr ing Crainicu Bogdan			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr ing Crainicu Bogdan			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 24		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 24		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 23		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Nu e cazul.
4.2 de competențe: Nu e cazul.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Videoproector, whiteboard, conectare Internet.
5.2 a activităților practice: Videoproector, whiteboard, sisteme de calcul conectate la Internet, sistem server de aplicații.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP1 Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală. CP3 Modelarea și optimizarea proceselor de e-business. CP4 Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri.
6.2 transversale: CT1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă. CT2 Identificarea oportunităților de dezvoltare personală.
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Cursul oferă o imagine de ansamblu asupra celor mai recente și disruptive tehnologii care vor avea un impact major în viitorul apropiat asupra activităților comerciale și felul în care aceste tehnologii pot fi integrate în procesele strategice și operaționale ale unei organizații.
7.2 Obiective specifice: - Identificarea și analiza diverselor tehnologii emergente (Inteligență artificială, Cloud Computing, Internet of Things, Blockchain, Edge Computing). - Identificarea și analiza diversilor factori care afectează strategia de afaceri din perspectiva adoptării tehnologiilor emergente. - Înțelegerea impactului tehnologiilor emergente asupra societății în ansamblu.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. Introducere Conceptul de tehnologie emergentă. Tehnologii emergente și inovatoare. Tendințe în tehnologie cu impact major asupra mediului de afaceri în viitorul apropiat.	Problem-based learning (prelegere/descrierea problemei, problematizare/parametrizare, identificare soluții, explicație/conversație, studii de caz, diseminare rezultate).	-	-	2
2	2. Modele de afacere disruptive Subscription Model. Freemium Model. Free Model. Marketplace Model. Access-over-Ownership Model. Hypermarket Model. Experience Model. Pyramid Model. On-Demand Model. Ecosystem Model	Problem-based learning (prelegere/descrierea problemei, problematizare/parametrizare, identificare soluții, explicație/conversație, studii de caz, diseminare rezultate).	-	-	2
3	3. Inteligența artificială Definirea conceptului de Inteligență artificială. Elemente de învățare automată (Machine Learning). Elemente de procesare a limbajului natural (Natural Language Processing).	Problem-based learning (prelegere/descrierea problemei, problematizare/parametrizare, identificare soluții, explicație/conversație, studii de caz, diseminare rezultate).	-	-	2

	Învățarea automată și procesarea limbajului natural în business.				
4	4. Cloud Computing Paradigma Cloud Computing. Servicii de business în Cloud – avantaje, dezavantaje. Metode de implementare a platformelor de Cloud Computing. Rolul Cloud Computing in business.	Problem-based learning (prelegere/descrierea problemei, problematizare/parametrizare, identificare soluții, explicație/conversație, studii de caz, diseminare rezultate).	-	-	2
5	5. Edge Computing Noțiuni introductive. Procesarea distribuită a datelor. Motivațiile modelului Edge Computing de procesare a datelor. Benefeciile adopării modelului Edge Computing pentru business.	Problem-based learning (prelegere/descrierea problemei, problematizare/parametrizare, identificare soluții, explicație/conversație, studii de caz, diseminare rezultate).	-	-	2
6	6. Internet of Things (IoT) Fundamente IoT. Diferențele dintre IoT și sistemele tradiționale de colectare a datelor. Relația dintre IoT, Cloud Computing și Big Data. Arhitectura, operarea și beneficiile pentru business ale IoT.	Problem-based learning (prelegere/descrierea problemei, problematizare/parametrizare, identificare soluții, explicație/conversație, studii de caz, diseminare rezultate).	-	-	2
7	7. Blockchain Introducere în tehnologia Blockchain. Conceptele de registru distribuit, contract inteligent și criptomonedă. Caracterul disruptiv al tehnologiei Blockchain în domeniul financiar-bancar. Evaluarea tipurilor de aplicații pentru business care beneficiază de tehnologia Blockchain.	Problem-based learning (prelegere/descrierea problemei, problematizare/parametrizare, identificare soluții, explicație/conversație, studii de caz, diseminare rezultate).	-	-	2
Bibliografie [1] Agarwal, A., Emerging Technology Trends - Frequently Asked Questions: Blockchain, Cryptocurrencies, Artificial Intelligence, Augmented Reality, Smart Homes, and more, Independently published, 2018. [2] Bambara, J., Espinosa, R., Wolff, S., Allen, P., Barker, M., R., AI, IoT and the Blockchain: Using the Power of Three to create Business, Legal and Technical Solution, BookBaby, 2019. [3] Buyya, R., Sriama, S., Fog and Edge Computing: Principles and Paradigms, 1st Edition, Wiley, 2019. [4] Diamandis, P., H., Kotler, S., The Future Is Faster Than You Think: How Converging Technologies Are Transforming Business, Industries, and Our Lives, Simon & Schuster, 2020. [5] Furlonger, D., Uzureau, C., The Real Business of Blockchain: How Leaders Can Create Value in a New Digital Age, Harvard Business Review Press, 2019. [6] Hudak, M., Fortify Your Data: A Guide to the Emerging Technologies, Michael Hudak, 2019. [7] Hurley, R., Business Intelligence: An Essential Beginner's Guide to BI, Big Data, Artificial Intelligence, Cybersecurity, Machine Learning, Data Science, Data Analytics, Social Media and Internet Marketing, Independently published, 2019. [8] Jones, T., Disruption OFF: The Technological Disruption Coming For Your Company and What To Do About It, Book Baby, 2019. [9] Kale, V., Guide to Cloud Computing for Business and Technology Managers: From Distributed Computing to Cloudware Applications, 1st Edition, Chapman and Hall/CRC, 2019. [10] Li, C., The Disruption Mindset: Why Some Organizations Transform While Others Fail, Ideapress Publishing, 2019. [11] Siebel, T., Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction, RosettaBooks, 2019. [12] Sinha, S., R., Park, Y., Building an Effective IoT Ecosystem for Your Business, 1st Edition, Springer, 2017. [13] Yao, M., Applied Artificial Intelligence: A Handbook For Business Leaders, TOPBOTS, 2018. [14] Yarli, A., Cloud, Fog, and Edge: Technologies and Trends in Telecommunications Industry, Nova Science Pub Inc, 2018. [15] ***EMC Cloud Infrastructure and Services (CIS), v2, EMC Proven Professional Certification. http://edu.umfst.ro/cloud/ .					

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Factori decisivi de adoptare a tehnologiilor emergente Adoptarea eficientă a tehnologiilor emergente de către organizații.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizare datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor).	-	-	2
2	Modele de afaceri disruptive – studii de caz. Netflix, LinkedIn, Google, Facebook, eBay, Amazon, Apple, Uber.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizare datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor).	-	-	2
3	Învățarea automată și procesarea limbajului natural în practică. Adoptarea tehnologiilor de învățare automată în industriile majore: finanțe, sănătate, comunicații, educație, comerț electronic, securitate IT, detectarea fraudelor.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizare datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor).	-	-	2
4	Învățarea automată și procesarea limbajului natural în practică (2). Utilizarea procesării limbajului natural în business: monitorizarea social media, analiză de sentiment, clasificare și filtrare de email-uri, recunoașterea voci/vorbirii, traduceri automate, analize de text, chatbot, market intelligence.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizare datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor).	-	-	2
5	Google Cloud Platform (GCP) Prezentare și utilizare GCP. Tipuri de aplicații pe platforma GCP.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizare datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor).	-	-	2
6	Aplicații reale IoT Senzori IoT. Analize IoT de date. Sisteme de monitorizare IoT. Big Data și IoT.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizare datelor de intrare, exemple,	-	-	2

		demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor).			
7	Aplicații dezvoltate pe tehnologii Blockchain Tipuri de Blockchain și criptomonede (Bitcoin, Ethereum). Domenii de aplicabilitate ale tehnologiilor Blockchain.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizare datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor).	-	-	2
Bibliografie [1] Buyya, R., Srirama, S., Fog and Edge Computing: Principles and Paradigms, 1st Edition, Wiley, 2019. [2] Hurley, R., Business Intelligence: An Essential Beginner's Guide to BI, Big Data, Artificial Intelligence, Cybersecurity, Machine Learning, Data Science, Data Analytics, Social Media and Internet Marketing, Independently published, 2019. [3] Jones, T., Disruption OFF: The Technological Disruption Coming For Your Company and What To Do About It, Book Baby, 2019. [4] Mehta, N., Agashe, A., Detroja, P., Blockchain Bubble or Revolution: The Present and Future of Blockchain and Cryptocurrencies, Paravane Ventures, 2019. [5] Medicine, J., Artificial Intelligence Business Applications: A New Approach to AI and Machine Learning in Modern Business and Marketing, for Beginners and Advanced, Amazon.com Services LLC, 2019. [6] Norman, A., T., Blockchain Technology Explained: The Ultimate Beginner's Guide About Blockchain Wallet, Mining, Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Zcash, Monero, Ripple, Dash, IOTA And Smart Contracts, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. [7] Pelz-Sharpe, A., Kompella, K., Practical Artificial Intelligence: An Enterprise Playbook, Deep Publishing, 2019. [8] Pritzker, Y., Evans, N., Inventing Bitcoin: The Technology Behind the First Truly Scarce and Decentralized Money Explained, Independently published, 2019. [9] Sinha, S., R., Park, Y., Building an Effective IoT Ecosystem for Your Business, 1st Edition, Springer, 2017. [10] Yao, M., Applied Artificial Intelligence: A Handbook For Business Leaders, TOPBOTS, 2018. [11] Yarali, A., Cloud, Fog, and Edge: Technologies and Trends in Telecommunications Industry, Nova Science Pub Inc, 2018. [12]**EMC Cloud Infrastructure and Services (CIS), v2, EMC Proven Professional Certification. http://edu.umfst.ro/cloud/ . [13]**Google Cloud Computing, https://cloud.google.com .					

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

Cursul facilitează înțelegerea impactului și al potențialului extraordinar ale tehnologiilor emergente nu doar în business, ci și în lumea reală. Conținutul disciplinei abordează stadiul și direcțiile actuale de adoptare ale unora dintre cele mai importante tehnologii emergente, având o puternică componentă practică. Noțiunile dobândite devin fundamentale pentru cei implicați în activități de management și pentru factorii decidenți responsabili în luarea deciziilor tehnico-strategice la nivel de organizație și pentru care înțelegerea tehnologiilor și a tendințelor de evoluție inovativă a proceselor de business devine o obligativitate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluare formativă pentru verificarea pregătirii pe tot parcursul semestrului. Capacitatea de analiză și sinteză.	Testare TBL.	30
- în timpul activității practice	Înșușirea și înțelegerea problematicei tratate la seminar.	Evaluare PBL - prezentare/sustinere orală a unor referate pe teme date.	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluare sumativă pentru verificarea pregătirii și înțelegerii tematicii cursului. Cunoașterea noțiunilor și conceptelor fundamentale.	Probă finală scrisă.	20
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: - Înțelegerea felului în care tehnologiile studiate sunt utilizate în contextul unor industrii și cum pot influența și modela activitatea unei organizații. - Capacitatea de evaluare a impactului pe care tehnologiile inovative prezentate îl au asupra planificării, dezvoltării și implementării de strategii de business în cadrul organizațiilor pentru obținerea unor avantaje competitive. - Fiecare dintre cele 2 componente ale notei finale trebuie să fie trecută cu minim nota 5.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr ing Crainicu Bogdan	Marti, 12-14, sala A305.
-----------------------------	--------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Crearea și dezvoltarea prezenței online			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Varga Elena-Iulia			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Varga Elena-Iulia			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: V	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 24	3.5 din care curs: 12	3.6 activități practice: 12
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 40		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 40		
- tutorial: 4		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 126		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Marketing, Marketing digital, Strategii
4.2 de competențe: Nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Video-proiector, laptop, materiale suport
5.2 a activităților practice: Video-proiector, laptop, materiale listate (fișe, studii de caz)

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2. Generarea și implementarea deciziilor de business – 1 ECTS C4. Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri – 2 ECTS C5. Identificarea și exploatarea oportunităților de piață – 1 ECTS
6.2 transversale: C2. Identificarea oportunităților de dezvoltare personală – 1 ECTS
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Prin intermediul disciplinei "Crearea și dezvoltarea prezenței online" ne propunem să stimulăm capacitatea de a îngloba cunoștințe din mai multe domenii și de a le aplica pentru realizarea unor aplicații concrete. De asemenea, parcurgerea acestei discipline va permite dobândirea de cunoștințe referitoare la conceptul de prezență web, site web, analiza concurenței și a comportamentului clienților.
7.2 Obiective specifice: - pașii construirii unui website profesionist - analiza tendințelor și a concurenței în online - analiza nevoilor și a comportamentului clienților pe site-ul propriu, realizarea profilului consumatorului - construirea unei pagini web și pregătirea strategiei de dezvoltare a prezenței web

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Ce este și cum se construiește un site web	Expunere, problematizare	-	-	2
2	Principalele limbaje/platforme de dezvoltare a paginilor web, respectiv importanța CMS-urilor	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2
3	Cum să construiești o campanie de marketing online	Expunere, dezbateri	-	-	2
4	Analiza clienților	Expunere, problematizare, dezbateri	-	-	2
5	Analiza CCC (Competitori, Colaboratori, Companie)	Expunere, problematizare	-	-	4

Bibliografie

1. Suport curs 'Crearea și dezvoltarea prezenței online' - 2022, disponibil pe platforma BlackBoard/Teams
2. Nicolae Sfetcu – Managementul micilor afaceri pe Internet - Dezvoltare web, marketing pe Internet, rețele sociale, Editura Multi Media Publishing, 2018
3. Secrier Alexandru – Digital Induction, Editura Digital Editions, 2017

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Pași necesari în crearea unei prezențe web	Prezentare, dezbateri	-	-	2
2	Inițiere în utilizarea platformei Wordpress	Prezentare, studiu de caz	-	-	2

3	Stabilirea obiectivelor de marketing și analiza indicatorilor de performanță, a ratelor de conversie	Prezentare, dezbateri, studii de caz	-	-	2
4	Utilizarea instrumentelor Google (Analytics, Trends) și Facebook (Insights)	Prezentare, dezbateri, studii de caz	-	-	2
5	Prezentarea de proiecte care implică utilizarea instrumentelor discutate la curs și seminar	Prezentare proiecte	-	-	4

Bibliografie
1. Suport curs 'Crearea și dezvoltarea prezentei online' - 2022, disponibil pe platforma BlackBoard/Teams
2. Raport Digital 2022: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
3. Cursuri Google - Atelierul digital: https://learn.digital.withgoogle.com/atelieruldigital/course/digital-marketing?ds_kid=43700039209218236&gclid=EAlalQobChMlqf6iZ2b9AIVOIKDBx3ilAT4EAYASAAEgli3fD_BwE&gclidsrc=aw.ds
4. www.wordpress.com

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

Temele abordate sunt de actualitate, adaptate la realitățile lumii în care trăim, fiind utile atât la nivelul IMM-urilor, cât și al liberilor profesioniști, studenți, masteranzi sau persoane care sunt interesate în inițierea în domeniul site-urilor web și a instrumentelor de analiză a clienților / concurenței online.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Întrebări din materia parcursă	Test scris/online	10
- în timpul activității practice	Prezența la întâlnirile planificate, respectiv implementarea conceptelor / strategiilor discutate într-un proiect practic.	Susținerea unui proiect, conform planificării realizate la începutul modului.	70
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Dobândirea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei.	Test scris/online	20
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor prezentate la cursuri și la seminarii. Prezentarea proiectului.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Varga Elena-Iulia	Marti 9-10
---------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Design thinking și modelarea afacerilor			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ștefănescu Daniela			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan Rusu Liviu			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 36	3.5 din care curs: 12	3.6 activități practice: 24
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 37		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 54		
- tutorial: 14		
- examinări: 6		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 139		
3.9 Total ore pe semestru: 175		
3.10 Număr de credite: 7		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: nu e cazul
4.2 de competențe: nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sala de curs cu videoproiector, platforma Blackboard
5.2 a activităților practice: Sala de seminar pentru dezbateri și lucru în echipă, dotată cu videoproiector, whiteboard, fișe de lucru

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală social – 1 ECTS
C2 Generarea și implementarea deciziilor de business – 1 ECTS
C3 Modelarea și optimizarea proceselor de e-business – 1 ECTS
C4 Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri – 1 ECTS
C5 Identificarea și exploatarea oportunităților de piață – 1 ECTS
6.2 transversale:
CT 1. Comunicare, colaborare, muncă în echipă – 2 ECTS.
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: Disciplina urmărește formarea de competențe și abilități de testare a ideilor de afaceri și modalitățile de demarare a unei noi afaceri.
7.2 Obiective specifice: • Cunoașterea sistemului antreprenorial • Înțelegerea mecanismului demarării și conducerii unei afaceri • Însușirea metodelor și modelelor de testare a ideilor de afaceri • Identificarea ideilor de afaceri

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Antreprenoriatul și dezvoltarea sistemului antreprenorial. Antreprenoriatul și antreprenorii	Expunere, dialog, dezbateri	-	-	2
2	Crearea și dezvoltarea afacerilor	Expunere, dialog, dezbateri	-	-	2
3	Metode creative de testare a ideilor de afaceri	Expunere, dialog, dezbateri	-	-	4
4	Modele de afaceri	Expunere, dialog, dezbateri	-	-	4

Bibliografie

1. Chiriac, Cristina, Ungureanu, Adriana, Educație antreprenorială. Școala de business, Ed. EIKON, 2019
2. Fulop, G et al., Entrepreneurship, Kosice, 2009.
3. Hirsich, Entrepreneurship, Irwin, N.Y., 2002.
4. Guilebeau, Chris, The 100\$ Startup, Editura: Pan Macmillan, 2015
5. Onetiu, Cristian, Start in antreprenoriat. Calatoria antreprenorului de la a ști la a avea înspre a deveni, Editura: Act și Politon, 2019
6. Osterwalder Alexander, Pigneur Yves, Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, John Wiley & Sons Inc., New York, 2010
7. Weissbach H.-J. et. al., Entrepreneurial Creativity and Innovation Management, Kosice, 2009

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Cunoștințe și concepte antreprenoriale. Caracteristicile liderilor. Diferențele dintre patron și manager	Studii de caz, brainstorming, conversația	-	-	2
2	Studiu de caz: Identificarea ideilor de afaceri	Studii de caz, brainstorming, conversația	-	-	4
3	Studiu de caz: Identificarea ideilor de afaceri	Studii de caz, brainstorming, conversația	-	-	2
4	Studiu de caz: Aplicarea metodei Design thinking	Studii de caz, brainstorming, conversația	-	-	4
5	Studiu de caz: Business Model Canvas	Studii de caz, brainstorming	-	-	8
6	Dezvoltarea capacităților creative prin tehnici specifice	Studii de caz, brainstorming, conversația	-	-	2
7	Documentația specifică unui start-up	Studii de caz, brainstorming, conversația	-	-	2

Bibliografie

- Blank, Steve, Dorf, Bob, The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company, Wiley; 2020
- Chiriac, Cristina, Ungureanu, Adriana, Educație antreprenorială. Școala de business, Ed. EIKON, 2019.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G., Teaching entrepreneurship : a practice-based approach. Cheltenham, UK ; Northampton, MA: Edward Elgar, 2014
- Onetiu, Cristian, Start in antreprenoriat. Calatoria antreprenorului de la a ști la a avea înspre a deveni, Editura: Act si Politon, 2019
- Osterwalder Alexander, Pigneur Yves, Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, John Wiley & Sons Inc., New York, 2010
- Weissbach H.-J. et. al., Entrepreneurial Creativity and Innovation Management, Kosice, 2009

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluare cunoștințe	întrebări grilă	0
- în timpul activității practice	Proiect: Prezentarea unei idei de afaceri testată printr-o metodă creativă	evaluarea proiectului	80
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea noțiunilor înșușite privind antreprenoriatul	teste grilă	20
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Cunoștințe referitoare la: definirea antreprenoriatului, a metodelor creative, caracteristicile întreprinzătorului, descrierea unei idei de afacere			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ștefănescu Daniela	Miercuri 14-16
----------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Cercetare științifică avansată			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ștefănescu Daniela			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ștefănescu Daniela			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 36	3.5 din care curs: 24	3.6 activități practice: 12
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 29		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 29		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 89		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sala trebuie să fie dotată cu tablă, calculator cu videoproiector. Tehnologii digitale. Bibliografie recomandată. Studenții se vor prezenta cu telefoanele mobile închise. Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
5.2 a activităților practice: Calculatoare PC. Acces la baze de date științifice. Software: soft-uri specifice. Termenele predării temelor sunt stabilite de titular de comun acord cu studenții. Temele sunt obligatorii și vor fi notate de către cadrul didactic coordonator.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1 Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală – 1 ECTS C4 Utilizarea de soluții și aplicații digitale pentru afaceri – 2 ECTS C5 Identificarea și exploatarea oportunităților de piață – 2 ECTS
6.2 transversale: CT 1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă – 1 ECTS
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: • Verificarea capacității de documentare, sistematizare și sintetizare a cunoștințelor dobândite pe parcursul studiilor. • Bazele cercetării științifice. Identificarea și familiarizarea cu noțiunile, etapele și instrumentele în elaborarea unui teme de cercetare științifică. • Verifying the ability to document, systemize and synthesize the knowledge acquired during the studies. • The basics of scientific research. Identifying and getting an insight in the notions, stages and tools needed to produce a scientific research project
7.2 Obiective specifice: • Verificarea capacității de utilizare a cunoștințelor dobândite în rezolvarea unor probleme din domeniul sistemelor automate de conducere a proceselor • Verifying the ability to use the knowledge acquired in solving specific problems in the field of automated control systems

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Cercetare: concept, scop, trăsături	Expunerea, Explicația, Prelegerea	-	-	2
2	Metodologii, metode ale cercetării, forme de comunicare în cercetare	Expunerea, Explicația, Prelegerea	-	-	2
3	Formularea și clarificarea domeniului de cercetare	Expunerea, Explicația, Prelegerea	-	-	4
4	Accesul la date și etica cercetării	Expunerea, Explicația, Prelegerea	-	-	2
5	Tehnica culegerii de date	Expunerea, Prelegerea, Explicația	-	-	4
6	Analiza calitativă a datelor	Expunerea, Prelegerea, Explicația	-	-	2

7	Analiza cantitativă a datelor	Expunerea, Prelegerea, Explicația,	-	-	4
8	Elaborarea și prezentarea raportului de cercetare	Expunerea, Prelegerea, Explicația,	-	-	4

Bibliografie
1. Vlasceanu, L. Introducere în metodologia cercetării sociologice. Polirom, 2013
2. Ranjit Kumar, Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners, Sage, 2014
3. Pagadala Suganda Dev Research Methodology: A Handbook for Beginners, Notion Press, 2017
4. Vataman, D. Metodologia cercetării științifice. Editura Pro Universitaria, 2019
5. C. George Thomas Research Methodology and Scientific Writing, Springer Verlag, 2021

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Instrumentele cercetării științifice 1. Biblioteca și resursele sale 2. computerul și programele software 3. Tehnicile de măsurare (determinare experimentală) 4. Statistica 5. Facilități de comunicare și limbaj de specialitate	Project Based Learning (PjBL) Metode interactive. Lucrul în echipă sau individual. Documentare individuală. Expunere, problematizare, discuții.	pentru activitate online se utilizează platforme și tehnologii digitale	-	4
2	Cercetarea bibliografică de specialitate 1. Definirea și delimitarea netă a obiectivelor 2. Lista de cuvinte-cheie introduse de referințele bibliografice 3. Traducerea listei de cuvinte-cheie (keywords) 4. Listarea documentelor de cercetat 5. Consultarea cărților de referință, tratate de specialitate din domeniul de interes 6. Consultarea indexurilor de reviste, colecțiilor de sumare, abstracte 7. Consultarea articolelor științifice de specialitate, lucrări de licență și masterat/disertație. 8. Introducerea referințelor bibliografice în text. 9. Instruire privind plagiatul și metode de descoperire a acestuia.	Project Based Learning (PjBL) Metode interactive. Lucrul în echipă sau individual. Documentare individuală. Expunere, problematizare, discuții.	pentru activitate online se utilizează platforme și tehnologii digitale	-	2
3	Resurse științifice de documentare în inginerie Baze de date. Web site-uri. Resurse de documentare în domeniul programului de studii.	Project Based Learning (PjBL) Metode interactive. Lucrul în echipă sau individual. Documentare individuală. Expunere, problematizare, discuții.	pentru activitate online se utilizează platforme și tehnologii digitale	-	4
4	Prezentarea și valorificarea rezultatelor cercetării: (i) Fondul, forma și prezentarea textului; (ii) Prezentarea rezultatelor cercetării sub formă de comunicare orală.	Project Based Learning (PjBL) Metode interactive. Lucrul în echipă sau individual. Documentare individuală. Expunere, problematizare, discuții.	pentru activitate online se utilizează platforme și tehnologii digitale	-	2
5	Prezentarea și valorificarea rezultatelor cercetării: Prezentarea rezultatelor cercetării sub formă de comunicare/articol/tratat/lucrare științifică	Project Based Learning (PjBL) Metode interactive. Lucrul în echipă sau individual. Documentare individuală. Expunere, problematizare, discuții.	pentru activitate online se utilizează platforme și tehnologii digitale	-	2

Bibliografie
Bibliografie obligatorie:
1. Vataman, D. Metodologia cercetării științifice. Editura Pro Universitaria, 2019
2. Sistem Antiplagiat -Software de detectare a antiplagiatului, www.antiplagiat.ro
3. Dorin BICA, Sorina MOICA, Elena HARPA, Sorin ALBU, Andreea BAN - Etică și integritate academică (2018)
4. CODUL DE ETICĂ ȘI DEONTOLOGIE PROFESIONALĂ AL UMFST, 2023
5. Regulamentul activității de cercetare științifică UMFST, 2023

Bibliografie opțională:
1. Vlasceanu, L. Introducere în metodologia cercetării sociologice. Polirom, 2013
2. Ranjit Kumar, Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners, Sage, 2014
3. Popa, L - Metodologia cercetării metodologia cercetării științifice și managementul i managementul proiectului de cercetare, 2016
4. Pagadala Suganda Dev Research Methodology: A Handbook for Beginners, Notion Press, 2017
5. C. George Thomas Research Methodology and Scientific Writing, Springer Verlag, 2021

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

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Întrebări teoretice pe parcurs	evaluare orală	0
- în timpul activității practice	Activitatea pe parcursul semestrului	evaluarea răspunsurilor și contribuția la desfășurarea orelor de seminar	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea teoriei parcurse	Examen scris - teste grila	40
- examen practic final	Elaborarea și prezentarea planului de cercetare al lucrării de disertație	Evaluarea proiectului	40
Standard minim de performanță: • Elaborarea planului de cercetare-elementele de bază • Formularea scopului, obiectivelor/ipotezelor cercetării • Identificarea corectă a metodelor de cercetare adecvate temei propuse • Respectarea normelor de redactare și prezentare a rezultatelor cercetării			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ștefănescu Daniela	Miercuri 14-16
----------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Managementul proiectelor			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Kardos Mihaela			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Kardos Mihaela			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 24	3.5 din care curs: 12	3.6 activități practice: 12
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 60		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 40		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 5		
- examinări: 1		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 126		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 Identificarea, înțelegerea și analiza realităților organizaționale și ale mediului de business în era digitală
C2 Generarea și implementarea deciziilor de business
C5 Identificarea și exploatarea oportunităților de piață
6.2 transversale:
CT1 Comunicare, colaborare, muncă în echipă
CT2 Identificarea oportunităților de dezvoltare personală
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general:
Studentul trebuie să fie capabil să creeze un proiect și să înțeleagă mecanismul de implementare a proiectului
7.2 Obiective specifice:
•Întelegerea unui ghid de proiect
-Cuantificarea indicatorilor de proiect
•Cuantificarea resurselor proiectului
•Intocmirea unui buget al proiectului

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	CONCEPTUL DE PROIECT - DEFINIȚII, CARACTERISTICI, TIPURI DE PROIECTE. PROIECT VS. PROGRAM, ORGANIZAȚIA CENTRATĂ PE PROIECTE	Prelegere / Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
2	MANAGEMENTUL PROIECTELOR – CONCEPTE. PRINCIPIILE FUNDAMENTALE ALE MANAGEMENTULUI PROIECTELOR	Prelegere / Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
3	MANAGEMENTUL CICLULUI DE PROIECT (PCM – PROJECT CYCLE MANAGEMENT).	Prelegere / Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
4	METODE ȘI INSTRUMENTE DE PLANIFICARE - CADRUL LOGIC, DIAGRAMA GANTT, GRAFIC PERT. ELABORAREA PROPUNERII DE PROIECT	Prelegere / Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
5	MANAGEMENTUL CALITĂȚII PROIECTELOR. MANAGEMENTUL ECHIPEI DE PROIECT	Prelegere / Demonstrație / Dezbateri	-	-	2
6	MANAGEMENTUL FINANCIAR AL PROIECTULUI - MANAGEMENTUL ADMINISTRĂRII RESURSELOR MATERIALE. MANAGEMENTUL RISCULUI. EVALUAREA PROIECTULUI	Prelegere / Demonstrație / Dezbateri	-	-	2

Bibliografie

- Kardos Mihaela, Managementul proiectelor europene – note de curs, 2022
- Florescu Daniela, Managementul proiectelor cu finanțare europeană, Ed. CH Beck, 2012
- Morris Peter, Oxford Handbook of Project Management, Oxford University Press, 2012

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Programe de finanțare. Obiective. Conținut.	studiu de caz, proiect, discuții interactive	-	-	2
2	Documentare pentru accesarea fondurilor	studiu de caz, proiect, discuții interactive	-	-	2
3	Principalele documente de lucru în proiectele europene. Ghidul solicitantului. Formularele de aplicație	studiu de caz, proiect, discuții interactive	-	-	2
4	Manualul financiar al unui proiect. Costuri eligibile și neeligibile. Bugetul proiectului	studiu de caz, proiect, discuții interactive	-	-	2
5	Evaluarea proiectelor	studiu de caz, proiect, discuții interactive	-	-	2
6	Studiul comparativ al diferitelor programe de finanțare.	studiu de caz, proiect, discuții interactive	-	-	2

Bibliografie

1. Kardos Mihaela, Managementul proiectelor europene – note de curs, 2022
2. Florescu Daniela, Managementul proiectelor cu finanțare europeană, Ed. CH Beck, 2012
3. Morris Peter, Oxford Handbook of Project Management, Oxford University Press, 2012

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

cunostintele dobândite, abilitățile și deprinderile formate în urma cursului răspund cerințelor angajatorilor din mediul de afaceri

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------

Evaluare pe parcursul semestrului

- la curs	Cunoașterea conceptelor specifice managementului proiectelor	Test	15
- în timpul activității practice	• Însușirea și înțelegerea problematicei tratate la curs și seminar; • Capacitatea de a explica și utiliza corect concepte specifice managementului proiectelor • Capacitatea de a lua o decizie corectă pe baza unei evaluări exacte a situației date; • Capacitatea de a construi tipurile de argumente pro și contra studiate adaptate la situații reale definite. - Capacitatea de a întocmi o propunere de proiect	- participarea activă la discuțiile din sală în cadrul grupului din care face parte studentul prin formularea unor opinii personale bazate pe argumente - prezentarea studiilor de caz atribuite de profesor	50

Evaluare finală

- examen teoretic final	Cunoașterea conceptelor specifice managementului proiectelor Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeelor specifice managementului proiectelor Înțelegerea importanței proiectelor	Examenul scris va consta dintr-un set de întrebări grilă și întrebări deschise formulate astfel încât să testeze cunoștințele dobândite, dar și să stimuleze creativitatea studenților	35
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

- Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci);
- Notele acordate sunt între 1(unu) și 10(zece);
 - Studenții trebuie să abordeze fiecare problemă (întrebare, aplicație practică) din cadrul subiectului de examen;
 - Cunoașterea principalelor concepte folosite în cadrul disciplinei
 - Capacitatea de a dezvolta o strategie specifică mediului global de afaceri;

11. Orar consultații studenți

Conf dr Kardos Mihaela	Vineri, 9-10
------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Practică de specialitate			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ștefănescu Daniela			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 14	3.2 din care curs: -	3.3 activități practice: 14
3.4 Total ore din planul de învățământ: 84	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 84
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 0		
3.9 Total ore pe semestru: 84		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: nu e cazul
4.2 de competențe: nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: fisa de practica, acordul de practica, caietul de practica

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Proiectarea, dezvoltarea și implementarea sistemului de relații e-business
6.2 transversale: Identificarea oportunităților de dezvoltare personală
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general: • Practica de specialitate urmărește evidențierea aspectelor privind managementul strategic, marketingul, specificul activităților online. Masteranzii trebuie să urmărească să operaționalizeze în practica economică și managerială cunoștințele teoretice și practice dobândite pe parcursul modulelor.
7.2 Obiective specifice: • Practica de specialitate presupune elaborarea unui proiect de tip studiu de caz privind aspecte referitoare la organizația în care studentul masterand efectuează stagiul de practică. Masteranzii vor urmări aspecte privind managementul strategic, marketingul și specificul activităților online derulate de către organizație.

8.1 Conținutul orelor de practică, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Prezentarea organizației: structura organizatorică; profil - obiect de activitate; obiectivele fundamentale pentru următorii 2 ani.	studiu de caz	-	-	6
2	Analiza și evoluția principalilor indicatori economico-financiarți în ultimii 3 ani.	studiu de caz	-	-	6
3	Evaluarea managementului marketingului în organizație: organizarea internă și realizarea funcțiilor marketingului	studiu de caz	-	-	7
4	Evaluarea managementului marketingului în organizație: politica promoțională; managementul relațiilor cu clienții; managementul vânzărilor.	studiu de caz	-	-	7
5	Categorii de sisteme informatice utilizate în cadrul organizației și scopul utilizării acestora	studiu de caz	-	-	6
6	Evaluarea corelației dintre sistemul informatic și sistemul decizional: descrierea sistemului informațional pe suport informatic.	studiu de caz	-	-	8
7	Evaluarea corelației dintre sistemul informatic și sistemul decizional: indicatori monitorizați și utilizarea tabloului de bord, simularea unor decizii	studiu de caz	-	-	8
8	Elemente privind strategia organizației: particularități ale strategiei; prezentarea sistemului de obiective ale organizației; modalități previzionale de management pentru realizarea obiectivelor fundamentale și derivate.	studiu de caz	-	-	6
9	Elemente privind strategia organizației: surse de finanțare pentru realizarea obiectivelor; exemple de strategii, politici, programe,	studiu de caz	-	-	6

	proiecte dezvoltate sau în curs de derulare în cadrul organizației analizate				
10	Elaborarea diagnosticului global cu ajutorul matricei SWOT.	studiu de caz	-	-	6
11	Identificarea și prezentarea principalelor categorii de activități online desfășurate de organizație	studiu de caz	-	-	6
12	Modalități de îmbunătățire a activității organizației	studiu de caz	-	-	6
13	Prezentarea proiectului de practică	conversația, dezbateră	-	-	6
Bibliografie					
Cursurile parcurse la toate disciplinele studiate					

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

Conținutul tematicii de practică s-a realizat în conformitate cu activitatea și cerințele angajatorilor din mediul economic la care studenții masteranzi efectuează stagiul de practică de specialitate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Parcurgerea tematicii de practică.	Verificare orală	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	nu e cazul	nu e cazul	0
- examen practic final	Verificarea abilităților de a caracteriza și identifica principalele puncte forte și puncte slabe ale organizației la care a desfășurat practica.	Prezentare orală	75
Standard minim de performanță: Cunoașterea activității organizației din prisma tematicii de practică și analiza SWOT.			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ciucan-Rusu Liviu	saptamanal 1 ora dupa curs
Conf dr Ștefănescu Daniela	Miercuri 14-16

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Economie și Drept
1.3 Departamentul: ED1 - Științe Economice
1.4 Domeniul de studii: Management
1.5 Ciclu de studii: master
1.6 Programul de studii: E-business management și marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Elaborarea lucrării de disertație			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Ciucan-Rusu Liviu			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 0	3.2 din care curs: 0	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 60	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 60
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 5		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 5		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 0		
- tutorial: 5		
- examinări: 0		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 15		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
Elaborare lucrare de disertatie.
6.2 transversale:
Sinteze informationale si spirit critic.
6.3 program de studiu:

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general:
Elaborare lucrare de disertatie.
7.2 Obiective specifice:
Sinteze informationale si spirit critic.

8.1 Conținutul orelor de practică, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Sinteza surselor bibliografice.	studiu bibliografic	-	-	30
2	Dezvoltare aplicatie practica.	experiment, cercetare aplicativa	-	-	30
Bibliografie extras - Regulamentul finalizare studii					

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

Colaborarea si integrare cu mediul socio-economic, piata muncii.
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	nivel al progresului	prezentare intermediara	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	structura si utilitatea extaselor bibliografice	prezentare intermediara	30
- examen practic final	nivel avansat al progresului	prezentare finala	40
Standard minim de performanță: elaborare lucrare in format draft cu respectarea cerintelor obligatorii stipulate de regulament			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ciucan-Rusu Liviu	saptamanal 1 ora dupa curs
---------------------------	----------------------------

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice