

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca – Centrul Universitar Nord din Baia Mare
1.2 Facultatea	de Inginerie
1.3 Departamentul	de Inginerie Electrică, Electronică și Calculatoare
1.4 Domeniul de studii	Inginerie Electronică și Telecomunicații
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Electronică aplicată/Inginerie
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență
1.8 Codul disciplinei	IELAL705

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul afacerilor online						
2.2 Aria de conținut							
2.3 Responsabil de curs	Șef lucrări ec. dr. ing. Gabriela LOBONȚIU – gabriela.lobontiu@cunbm.utcluj.ro						
2.4 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect							
2.5 Anul de studiu	4	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	C	2.8 Regimul disciplinei	DC

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	0
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	0
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					7
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					0
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	24				
<b>3.8 Total ore pe semestru</b>	52				
<b>3.9 Numărul de credite</b>	2				

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• N/A
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului / proiectului	• N/A

## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	<p><b>CT1</b> Analiza metodică a problemelor întâlnite în activitate, identificând elementele pentru care există soluții consacrate, asigurând astfel îndeplinirea sarcinilor profesionale</p> <p><b>CT2</b> Definirea activităților pe etape și repartizarea acestora subordonaților cu explicarea completă a îndatoririlor, în funcție de nivelurile ierarhice, asigurând schimbul eficient de informații și comunicarea interumană</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea, înțelegerea și dobândirea cunoștințelor de bază în domeniul managementului și marketingului</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Însușirea terminologiei specifice și a instrumentelor de lucru active din domeniul economic</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>Cap. 1. Fundamentele teoretice ale managementului (4 ore)</p> <p>1.1. Management: generalități și elemente definitorii</p> <p>1.2. Procesele de management</p> <p>1.3. Relațiile de management</p> <p>1.4. Principiile și sistemul de management</p>	Expunere, discuții, studiu de caz	
<p>Cap. 2. Funcțiile managementului (6 ore)</p> <p>2.1. Previziunea</p> <p>2.2. Organizarea</p> <p>2.3. Coordonarea</p> <p>2.4. Antrenarea</p> <p>2.5. Control-evaluarea</p>		
<p>Cap. 3. Organizarea procesuală și structurală a firmei (6 ore)</p> <p>3.1. Organizarea procesuală</p> <p>3.2. Organizarea structurală</p>		
<p>Cap. 4. Noțiuni generale de marketing (12 ore)</p> <p>1.1. Definirea marketingului</p> <p>1.2. Conceptul de marketing</p> <p>1.3. Funcțiile marketingului</p> <p>1.4. Nevoi, dorințe și cereri</p> <p>1.5. Valoare, cost și satisfacție</p> <p>1.6. Implementarea conceptului de marketing</p> <p>1.7. Strategia de marketing</p> <p>1.8. Specializarea marketingului</p> <p>1.9. Filozofia managementului activității de marketing</p>		

### Bibliografie

1. ABRUDAN, I. și CÂNDEA, D. (coord.) – Ingineria și Managementul Sistemelor de Producție. Manual de Inginerie Economică. Cluj Napoca: Editura Dacia, 2002.

2002. 3. HILL, E. și O’SULLIVAN, T. - Marketing. București: Editura Antet, 1997. 4. KOTLER, PH. - Principiile Marketingului. București: Editura Teora, 1998. 5. NICOLESCU, O. și VERBONCU, I. - Management. București: Editura Economică, 1995. 6. RUSSU, C. – Management. București: Editura Expert, 1993. 7. SIMIONESCU, A. (coord.) – Management general. Manual de Inginerie Economică. Cluj Napoca: Editura Dacia, 2002.		
8.2 Seminar / laborator / proiect	Metode de predare	Observații
Bibliografie		
1.		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conținutul disciplinei, împreună cu deprinderile și abilitățile dobândite, corespund așteptărilor organizațiilor profesionale de profil, firmelor de profil la care studenții își desfășoară activitățile de practică și/sau ocupă un loc de muncă, precum și a organismelor naționale și internaționale de asigurare a calității (ARACIS). De asemenea asigură adoptarea unor standarde etice adecvate practicii ingineresti.</li> </ul>
--

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Participare la cursuri. Referate tematice. Participare la discuții pe teme anunțate anterior	Test grilă Verificare prin colocviu individual, pe bază de test grilă: 45 de întrebări, punctate cu 0.2 pct./întrebare + 1 pct. din oficiu	100%
10.5 Seminar/Laborator			
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea noțiunilor de bază prezentate la curs și obținerea minim a notei 5 la evaluarea finală. Nota 5 se acordă dacă studentul a răspuns corect și complet la minimum 20 de întrebări din testul grilă.			

Data completării	Titular de curs Șef lucrări ec. dr. ing. Gabriela LOBONȚIU	Titular de seminar / laborator / proiect
.....	.....	.....
Data avizării în Departament	Director Departament Șef lucr. dr. ing. Liviu NEAMȚ	
.....	.....	