

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ELABORAREA LUCRĂRII DE DISERTAȚIE								
2.2 Codul disciplinei									
2.3 Titularul activităților de curs									
2.4 Titularul activităților de seminar	Cadrul didactic coordonator al lucrării de disertație								
2.5 Anul de studiu	2	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	C	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă)	O	2.9 Numărul de credite ECTS	7

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	-	din care:	-	3.3 seminar / laborator	-
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	2				
3.5 Total ore din planul de învățământ	60	din care:	-	3.7 seminar / laborator	60
		3.6 curs			
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					-
Tutoriat/Consultații					4
Examinări					6
Alte activități: conceperea și redactarea lucrării de disertație					55
3.7 Total ore studiu individual					115
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)					175

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Disciplinele parcurse în timpul programului de masterat
4.2 de competențe	Utilizarea și aplicarea adecvată a cunoștințelor fundamentale și avansate din teoriile marketingului și ale comunicării, realizarea de cercetări

aprofundate de marketing, precum și comunicarea eficientă cu diferite categorii de parteneri de afaceri

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	-
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Conform planului de învățământ, disciplina prevede activități care se desfășoară sub forma întâlnirilor între masterand și îndrumătorul lucrării de disertație.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	-
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea valorilor și eticii profesiei și executarea responsabilă a unor sarcini profesionale complexe în condiții de autonomie și independență profesională, promovarea raționamentului logic, a aplicabilității practice, a evaluării și autoevaluării în luarea deciziilor (2 puncte credit).</p> <p>CT2 Exercițierea rolurilor specifice muncii în echipă pe diferite nivele de ierarhizare, inclusiv cu asumarea de roluri de conducere și promovarea dialogului, cooperării, atitudinii pozitive și diversității, și îmbunătățirea continuă a propriei activități (3 puncte credit).</p> <p>CT3 Autoevaluarea și diagnoza nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptarea la dinamica contextului social și a mediului economic (2 puncte credit).</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Dobândirea abilităților în elaborarea unui studiu de cercetare, utilizând pentru tema de disertație cunoștințele teoretice, conceptele, metodele, tehnicile, instrumentele și modelele de bune practici ale marketingului, care vor fi puse în practică în cadrul entității ce face obiectul studiului de caz / cercetării. 	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.î.1: Absolventul cunoaște conceptele, teoriile instrumentele, tehnicile și modele de marketing și comunicare;</p> <p>R.î.2: Absolventul aplică principiile, normele și valorile eticii în elaborarea unei lucrări sumative cu caracter teoretic și aplicativ;</p> <p>R.î.4: Absolventul este capabil să înțeleagă nevoia de formare continuă pentru a crea premisele de progres în profesie;</p> <p>R.î.3: Absolventul identifică modul de proiectare și derulare a unei cercetări științifice și execută responsabil sarcinile ce-i revin în condiții de autonomie și independență profesională.</p>
	Aptitudini:	<p>R.î.1: Absolventul implementează politica de marketing, inclusiv prin asumarea rolului de conducere și promovare a dialogului, cooperării, atitudinii pozitive în cadrul entității ce face obiectul studiului de caz;</p> <p>R.î.2: Absolventul elaborează politicile de comunicare și relații publice organizaționale și promovează raționamentul logic cu aplicabilitate practică ;</p> <p>R.î.3: Absolventul fundamentează strategiile de marketing și comunicare în cadrul lucrării de disertație;</p>

		R.î.4: Absolventul aplică metodele specifice realizării unui proiect de cercetare, în vederea rezolvării unor probleme/situații bine definite, tipice temei alese și își dezvoltă capacitatea de a organiza și de a conduce eficient munca în echipă, atât în relație cu alți specialiști de marketing, cât și cu specialiști din alte domenii economice
	Responsabilitate și autonomie	R.î.1: Absolventul își îmbunătățește capacitatea de a identifica sursele de informații, de a analiza și interpreta date reale și din literatura de specialitate și lucrările științifice de marketing; R.î.2: Absolventul identifică soluții inovative de rezolvare a temei propuse și se adaptează la dinamica contextului social și a mediului economic; R.î.3: Absolventul, pe baza rezultatelor analizelor efectuate, fundamentează concluzii și propuneri, în concordanță cu teoria economică aferentă domeniului economic de interes; R.î.4: Absolventul stabilește direcții viitoare de cercetare, în vederea îmbunătățirii continue a propriei activități.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
-	-	-	-
TOTAL		-	
Bibliografie obligatorie: -			
Bibliografie suplimentară: -			
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Stabilirea ariei tematice a lucrărilor științifice	Temele sunt propuse de către cadrele didactice de la Departamentul Management - Marketing. Masteranzii pot propune și alte teme în afara celor propuse de cadrele didactice, dar în aria tematică.	2 ore	Bibliografia va fi recomandată de către coordonator, în funcție de specificul temei lucrării de disertație.
Stabilirea titlului orientativ, a structurii și a bibliografiei lucrării.	Studiu individual, consultații cu coordonatorul.	2 ore	
Pregătirea unui plan de cercetare detaliat: obiective, activități, rezultate	Studiu individual, consultații cu coordonatorul.	4 ore	

Pregătirea recenziei literaturii de specialitate pe baza surselor academice de specialitate recomandate de către coordonator și a surselor considerate relevante de către student.	Studiu individual, consultații cu coordonatorul.	6 ore	
Elaborarea metodologiei de cercetare în vederea realizării obiectivelor propuse.	Discuții ale coordonatorul cu masteranzii privind sursele de date, utilizarea textelor și a bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice.	6 ore	
Culegerea și analiza datelor. Culegerea datelor statistice, prelucrarea datelor cantitative și calitative.	Indicații din partea conducătorului științific a surselor de date și a metodelor de analiză a datelor.	20 ore	
Redactarea lucrării. Pregătirea prezentărilor pentru susținerea publică a lucrării de disertație.	Studiu individual, consultații cu coordonatorul, simularea prezentării orale a lucrării	20 ore	
TOTAL		60 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Bibliografia va fi recomandată de către coordonator, în funcție de specificul temei lucrării de disertație.

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-

10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • Motivarea alegerii temei lucrării de disertație, actualitatea și contribuția personală în prezentarea rezultatelor analizei; • Prezentarea stadiului cunoașterii în tematica aleasă; • Noutatea rezultatelor prezentate în cercetarea efectuată; • Structura lucrării corespunde cerințelor unei lucrări de disertație; • Sunt utilizate tabele și grafice în prezentarea studiului de caz; • Claritatea exprimării; • Utilizarea corectă a termenilor de specialitate; • Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a evoluției domeniului; • Însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor pentru obținerea indicatorilor ce caracterizează activitatea domeniului specific; • Promovarea gândirii de marketing și a climatului organizațional orientat către piață; • Coerența logică în analiză și argumentare; • Fundamentarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • Respectarea cerințelor ortografice și de tehnoredactare; • Aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Colocviu oral final	100 % Note întregi 1-10
---------------------------	--	---------------------	-------------------------------

10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific domeniului;
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente domeniului specific;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- respectarea ghidului de practică;
- realizarea caietului și proiectului de practică;
- obținerea notei 5 la examenul final.

Data completării: 18.09.2022

Întocmit,
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

Semnătura titularului de seminar,

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Avizat,

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

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

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2022

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

.....