**FIŞA DISCIPLINEI**

**1. Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | **UNIVERSITATEA “ARTIFEX” DIN BUCUREŞTI** |
| 1.2 Facultatea | **FINANTE ȘI CONTABILITATE** |
| 1.3 Departamentul | **MANAGEMENT-MARKETING** |
| 1.4 Domeniul de studii | **FINANTE** |
| 1.5 Ciclul de studii | **LICENȚĂ** |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | **FINANȚE ȘI BĂNCI** |
| 1.7 Forma de învăţământ | **IF (Învăţământ cu Frecvenţă)** |
| 1.8 Limba de studiu | **Română** |
| 1.9 Anul universitar | **2024-2025** |

**2. Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | **MARKETING** | | | | | | | |
| 2.2 Codul disciplinei | | | **0111OF2104** | | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de curs | | | | | **Prof. univ. dr. DAN NĂSTASE** | | | | | |
| 2.4 Titularul activităţilor de seminar | | | | | **Lect. univ. dr. ZOICA NICOLA** | | | | | |
| 2.5 Anul  de studiu | **I** | 2.6 Semestrul | | **I** | 2.7 Tipul de evaluare  *(****E -*** *examen /* ***V -***  *verificare*  */* ***C -*** *colocviu)* | **E** | 2.8 Regimul disciplinei  (**O** - obligatorie,  **A** - opţională, **F**- facultativă) | **O** | 2.9 Numărul de credite ECTS | **5** |

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | **3** | din care:  3.2 curs | | **2** | 3.3 seminar / laborator | **1** |
| 3.4 Numărul de săptămâni | **14** |  | | | | |
| 3.5 Total ore din planul de învăţământ | **42** | din care:  3.6 curs | | **28** | 3.7 seminar / laborator | **14** |
| ***Distribuţia fondului de timp***: | | | | | | ***Ore*** |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | **30** |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | **24** |
| Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | **23** |
| Tutoriat/Consultații | | | | | | **4** |
| Examinări | | | | | | **2** |
| Alte activităţi: .................. | | | | | | **-** |
| 3.7 Total ore studiu individual | | | **83** |
| 3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore) | | | **125** |

**4. Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | ***-*** |
| 4.2 de competenţe | ***-*** |

**5. Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 De desfăşurare a cursului | * Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector şi tablă; * Studenţii se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; * Nu va fi acceptată întârzierea studenţilor la curs. |
| 5.2 De desfăşurare a seminarului / laboratorului | * Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector şi acces la internet; * Studenţii se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; * Nu va fi acceptată întârzierea studenţilor la seminar; * Studenţii vor avea la dispoziţie diverse materiale didactice. |

**6. Competenţele specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| **Compe-tenţe profesio-nale** | **C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor şi instrumentelor de natură financiară în entităţile / organizaţiile private şi publice (2 puncte de credit)**  C1.1 Identificarea şi definirea conceptelor, teoriilor, metodelor şi instrumentelor de natură financiară în entităţile/organizaţiile private şi publice (1 punct de credit)  C1.2 Explicarea şi interpretarea conceptelor, teoriilor, metodelor şi instrumentelor de natură financiară în entităţile/organizaţiile private şi publice (1 punct de credit)  **C2 Culegerea, analiza şi interpretarea de date şi informaţii referitoare la probleme economico-financiare (2 puncte de credit)**  C2.1Identificarea şi definirea metodelor, tehnicilor şi instrumentelor de culegere, analiză şi interpretare a datelor referitoare la o problemă economico –financiară **(**1 punct de credit)  C2.2Explicarea metodelor, tehnicilor şi instrumentelor de culegere, analiză şi interpretare a datelor referitoare la o problemă economico-financiară (1 punct de credit)  **C5 Implementarea planurilor şi bugetelor la nivelul entităţilor/organizaţiilor private şi publice (1 punct de credit)**  C5.1 Descrierea planurilor şi bugetelor utilizând concepte şi metode specifice(1 punct de credit) |
| **Compe-tenţe transver-sale** |  |

**7. Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor acumulate)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **7.1 Obiectivul general al disciplinei** | * Cunoaşterea şi însuşirea terminologiei de specialitate, a locului si rolului marketingului in planul de afaceri si in cadrul mediului economic. Cunoasterea functiilor marketingului, a factorilor de influenta a conjuncturii pietei si a mediului de marketing; Cunoasterea si aplicarea politicilor si strategiilor de marketing | |
| **7.2 Obiectivele specifice** | Cunoștințe: | R.î.1: Absolventul cunoaște functiile marketingului, a factorilor de influnta a conjuncturii pietei si a mediului de marketing; R.î.2 Cunoaste si intelege politicile si strategiile de marketing;  R.î.3: Absolventul stapaneste elementele planului de marketing, planificarii si auditului de marketing. |
| Aptitudini: | R.î.1: Absolventul analizează mecanismului de funcţionare a pieţelor prin prisma elementelor mixului de marketing.  R.î.2: Absolventul este capabil sa impementeze, sa evalueze si sa aplice stragiile de marketing.  R.î.3: Absolventul intocmeste corect și fundamenteaza științific un plan de marketing.  R.î.4: Absolventul implementează elementele planificarii de marketing in activitatea firmei. |
| Responsabilitate și autonomie | R.î.1 Absolventul evalueaza corect mediul de markering al firmei.  R.î.2: Absolventul dezbate si compara modul de implementare și evaluare a strategiilor marketing ale firmei.  R.î.3: Absolventul adapteaza si îmbunătățește planul de marketing in functie de mediu si de conjuctura pietei. |

**8. Conţinuturi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **8.1 Curs** | **Metode de predare / lucru** | **Fond de timp** | **Referințe bibliografice** |
| Tema 1 - **Esenta functiile si locul marketingului in cadrul stiintelor economice. Marketingul non economic**. | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 1  Pag.7-24 |
| Tema 2 **– Mediul de marketing. Principalii indicatori ai potentialului firmei.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 2  Pag.25-34 |
| Tema 3 – **Consumatorul – element central al marketingului.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 3  Pag.35-81 |
| Tema 4 – **Piata intreprinderii. Tipuri de piete.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 4  Pag.81-89 |
| Tema 5 – **Concutenta. Practici concurentiale si anticoncurentale.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 5  Pag.90-144 |
| Tema 6 – **Conjunctura pietei. Factori de influenta.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 6  Pag.144-150 |
| Tema 7 – **Mixul de marketing. Elemente componente si etape in elaborarea mixului de marketing.**  **Strategia de piata.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 7  Pag. 150-156 |
| Tema 8 – **Strategia de piata.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 7  Pag. 157-165 |
| Tema 9 – **Politica de produs. Strategii de produs. Ambalajul si functiile ambalajului.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1- Capitolul 8  Pag. 165-177 |
| Tema 10 – **Politica de pret. Strategii de pret. Tipologia preturilor.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 9  Pag. 177-185 |
| Tema 11 – **Politica de plasare. Strategii de distributie. Distributia fizica. Canale de distributie.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 10  Pag.185-216 |
| Tema 12 – **Politica de promovare. Strategii de promovare. Publicitatea.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 11  Pag.216-253 |
| Tema 13 – **Planificarea de marketing.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 12  Pag.253-261 |
| Tema 14 – **Analiza SWOT si planul de marketing.** | Curs interactiv  Conversaţie euristică  Metoda problematizării | 2 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 13  Pag. 261-265 |
| **TOTAL** |  | **28 ore** |  |
| **Bibliografie obligatorie:**   1. Balaure V. (2008) – *“Marketing”,* Editura Uranus, Bucuresti;   2.Kotler Ph. (2016) – “*Introducere in marketing”*, Editura Educational Centre, Bucuresti;   1. Nastase D. (2013) - “*Fundamentele marketingului”* Editura Axioma Print Bucuresti;   **Bibliografie suplimentară:**   1. Balaure V. (2008) – *“Marketing”,* Editura Uranus, Bucuresti; 2. Gresoi S.G.(2013) – “*Strategii de marketing industrial”*, Editura Standardizarea, Bucureşti; 3. Kotler Ph. (2016) – “*Introducere in marketing”*, Editura Educational Centre, Bucuresti; 4. Thomas M. (2009) – “Manual de marketing”, Editura Codex, Bucuresti. 5. Cetina I. (2009) – “*Marketingul serviciilor*”, Editura Uranus, Bucuresti; 6. Flitar M.P. (2002) – “*Elemente de marketing*”, Editura Colectia Nationala, Bucuresti; 7. Kotler Ph. (2006) – “*Conform lui Kotler*”, Editura Branduilders Group, Bcuresti; 8. Manole V. (2008) – “*Marketing*”, Editura Uranus, Bucuresti; 9. Nastase D. (2013) – “Evaluarea riscului in activitatea de marketing”, Editura Semne, Bucuresti; 10. Udrescu M., Coderie C., (2009) – „*Managementul marketingului”*, Editura Artifex, București; 11. Udrescu M., Nastase D., Popescu-Cruceru A. (2018) – „*Logistica si subsisteme logistice ale firmei”*, Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București; 12. Udrescu M., Nastase D., (2019) – „*Cercetari, previziuni si seminarii in marketing”*, Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București; 13. **\*\*\***Revista de marketing. | | | |
| **8.2 Seminar / laborator** | **Metode de predare / lucru** | **Fond de timp** | **Referințe bibliografice** |
| **Tema 1**  **a)Contextul aparitiei si promovarii marketingului;**  **b)Functiile marketingului;**  **c)Evolutia si specializarea markeringului; d)Marketingul non economic.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 1  Pag.7-24  2- Capitolul 1  Pag.7-25 |
| **Tema 2**  **a)Mediul extern;**  **b)Mediul intern;**  **c)Potentialul firmei;**  **d)Cota de piata;**  **e)Relatiile intreprinderii ce mediul extern.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1- Capitolul 3  Pag.25-33 |
| **Tema 3**  **a)Marketingul si consumatorul;**  **b)Consumatorul de servicii;**  **c)Aaspecte corelative intrefurnizor, consumator, client;** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 3  Pag.34-81  2- Capitolul 3  Pag.25-33 |
| **Tema 4**  **a)Continutul pietei intrepriderii;**  **b)Sfera pietei intreprinderii;**  **c)Dimensiunile pietei intreprinderii;**  **d)Dinamica pietei intreprinderii;** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 4  Pag.81-89  2- Capitolul 4  Pag.33-41 |
| **Tema 5**  **a)Obiectul si continutul concurentei;**  **b)Formele concurentei;**  **c)Nivelul si tipololgia concurentei;**  **e)Practici concurentiale si anticoncurentiale;**  **d)Dumping si replica antidumping.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 5  Pag.89-144  2- Capitolul 5  Pag.41-49 |
| **Tema 6**  **a)Continutul conjucturii pietei;**  **b)Factorii care determina conjunctura pietei;**  **c)Indicatorii utilizati in analiza conjucturii pietei.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 6  Pag.144-150  2- Capitolul 6  Pag.49-55 |
| **Tema 7**  **a)Componentele mixului de marketing. Trasaturi si caracteristici;**  **b)Etapele elaborarii mixului de marketing;**  **c)Particularitati al mixului de marketing in prodoctie si servicii.**  **e)Strategii de piata.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 7  Pag.150-156  2- Capitolul 7  Pag.55-67 |
| **Tema 8**  **a)Definirea conceptuala a produsului;**  **b)Definirea operationala a produsului;**  **c)Dimensiunile gamei de produse;**  **d)Pozitionarea produselor in cadrul gamei;**  **e)Modelarea tehnica si de piata a produsului;**  **f)Continutul policii de produs;**  **g)Ambalajul si functiile sale;**  **h)Alternative strategice in politica de produs;**  **i)Calitatea, standardizarea si certificarea produselor;**  **j)Pozitionarea produselor pe piata si dezvoltarea produselor noi;**  **k)Strategii de innoire a ofertei de produse la nivelul firmei.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 8  Pag. 156-177  2- Capitolul 8  Pag.67-76 |
| **Tema 9**  **a)Obiectivele politicii de pret a firmei;**  **b)Categorii de preturi;**  **c)Modaliati de fixare a preturilor;**  **d)Tipuri de preturi;**  **e)Politica de pret si ciclul de viata a produsului;**  **f)Strategii de pret.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 9  Pag.177-185  2- Capitolul 9  Pag.76-83 |
| **Tema 10**  **a)Distributia marfurilor;**  **b)Canalel de distributie;**  **c)Optimizarea proceselor de distributie;**  **d)Politici de distributie;**  **e)Strategii de distributie;**  **f)Principalele decizii in activitatea de distributie.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 10  Pag.185-216  2- Capitolul 10  Pag.83-89 |
| **Tema 11**  **a)Activitatea promotionala;**  **b)Structura activitatii de promovare (componente si caracteristici);**  **c) Publicitatea – tipuri, forme si tehnici;**  **d)Relatiile publice;**  **e)Manifestarile promotionala;**  **f)Fortele de vanzare;**  **g)bugetul promotional;**  **h)Strategii promotionale;**  **i)Elaborarea mixului promotional.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 11  Pag.216-253  2- Capitolul 11  Pag.89-92 |
| **Tema 12**  **a)Planificarea strategica;**  **b)Misiunea de marketing a firmei;**  **c)Obiectivele planificarii de marketing ale firmei;**  **d)Planul de marketing si functie sale;**  **e)Structura planului de marketing;**  **f)Auditul de marketing.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 12  Pag.253-261 |
| **Tema 13**  **a)Analiza SWOT si planul de marketing;**  **b)Programul de marketing;**  **c)Metode de planificare si control.** | Exerciţiul, demonstraţia, exemplificarea, dezbaterea;  Realizarea de teme, referate, eseuri. | 1 ore | Bibliografie obligatorie  1 - Capitolul 13  Pag.261-265. |
| **RECAPITULARE** |  | **1 ore** | Bibliografie obligatorie  1 și 2 |
| **TOTAL** |  | **14 ore** |  |
| 1. Nastase D. (2013) - “*Fundamentele marketingului”* Editura Axioma Print Bucuresti; 2. Nastase D. (2009) – “*Notiuni de marketing. Teste*”, Editura Arivin Press, Bucuresti   **Bibliografie suplimentară:**   1. Balaure V. (2008) – *“Marketing”,* Editura Uranus, Bucuresti; 2. Gresoi S.G.(2013) – “*Strategii de marketing industrial”*, Editura Standardizarea, Bucureşti; 3. Kotler Ph. (2016) – “*Introducere in marketing”*, Editura Educational Centre, Bucuresti; 4. Thomas M. (2009) – “Manual de marketing”, Editura Codex, Bucuresti. 5. Cetina I. (2009) – “*Marketingul serviciilor*”, Editura Uranus, Bucuresti; 6. Flitar M.P. (2002) – “*Elemente de marketing*”, Editura Colectia Nationala, Bucuresti; 7. Kotler Ph. (2006) – “*Conform lui Kotler*”, Editura Branduilders Group, Bcuresti; 8. Manole V. (2008) – “*Marketing*”, Editura Uranus, Bucuresti; 9. Nastase D. (2013) – “*Evaluarea riscului in activitatea de marketing*”, Editura Semne, Bucuresti; 10. Udrescu M., Coderie C., (2009) – „*Managementul marketingului”*, Editura Artifex, București; 11. Udrescu M., Nastase D., Popescu-Cruceru A. (2018) – „*Logistica si subsisteme logistice ale firmei”*, Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București; 12. Udrescu M., Nastase D., (2019) – „*Cercetari, previziuni si seminarii in marketing”*, Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București;   \*\*\*Revista de marketing. | | | |

1. **Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| * Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitaţi practicieni pentru prelegeri punctuale. * Anual, în perioada de analiză a planurilor de învăţământ, 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 reprezentanţi din sistemul cooperatist - Uniunea Naţională a Cooperaţiei Mesteşugăreşti – 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 | * cunoaşterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; * capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor şi procedeelor de operare specifice impuse de disciplină; * demonstrarea capacităţii de analiză, sinteză şi interpretare a unor situaţii problematice în dezvoltarea macroeconomică (naţională şi internaţională); * însuşirea şi aplicarea formulelor, procedeelor şi tehnicilor de culegere şi prelucrare a datelor statistice în vederea obţinerii indicatorilor pentru caracterizarea activităţii la nivel macroeconomic; * coerenţa logică în analiză şi argumentare; * înţelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor; * abilităţile de gândire analitică şi critică în evaluarea unor situaţii tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităţilor economico-sociale); * capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; * formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităţilor şi riscurilor în acţiunile întreprinse; * aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual şi implicarea în activitatea de cercetare ştiinţifică. | Examen scris în sesiunea de examene. | 60 % |
| 10.5 Seminar/laborator | * cunoaşterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; * capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor şi procedeelor de operare specifice impuse de disciplină; * demonstrarea capacităţii de analiză, sinteză şi interpretare a unor situaţii problematice în dezvoltarea macroeconomică (naţională şi internaţională); * însuşirea şi aplicarea formulelor, procedeelor şi tehnicilor de culegere şi prelucrare a datelor statistice în vederea obţinerii indicatorilor pentru caracterizarea activităţii la nivel macroeconomic; * capacitatea de a utiliza metodele de analiză macroeconomică în domeniul politicilor fiscale, bugetare, comerciale, monetare şi valutare şi de a interpreta adecvat indicatorii pentru caracterizarea activităţii la nivel macroeconomic, în optică prospectivă; * coerenţa logică în analiză şi argumentare; * înţelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării ţărilor / firmelor; * abilităţile de gândire analitică şi critică în evaluarea unor situaţii tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităţilor economico-sociale); * capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; * formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităţilor şi riscurilor în acţiunile întreprinse; * aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual şi implicarea în activitatea de cercetare ştiinţifică. | Testarea continuă pe parcursul semestrului | 20 % |
| Participarea activă la seminar şi realizarea de activităţi gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte | 20% |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| * însuşirea vocabularului specific disciplinei; * recunoaşterea principiilor, legilor şi a teoriilor aferente disciplinei de studiu; * înţelegerea şi explicarea conceptelor fundamentale; * însuşirea corectă a noţiunilor teoretice de bază şi a indicatorilor şi aplicarea acestora în soluţionarea problemelor şi opţiunilor de politică economică de mare actualitate (naţionale şi internaţionale); * evaluarea corectă a oportunităţilor şi riscurilor în acţiunile întreprinse; * realizarea parţială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte; * participarea la 1/2 din seminarii; * obținerea notei 5 la examenul final. | | | |

Data completării: 23.09.2024

Semnătura titularului de curs, Semnătura titularului de seminar,

Prof.univ.dr. Dan Năstase Lect. univ. dr. Zoica Nicola

…………….............................. .......................................

Data avizării în departament: 30.09.2024 Avizat,

Semnătura directorului de departament, Responsabil program de studii,

Conf. univ. dr. Aurelian Diaconu Conf. univ. dr. Mădălina-Gabriela Anghel

…………………………………. …………………………………….

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2024

Semnătura Decan,

Conf. univ. dr. Andrei Buiga

……………………………………….