

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	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	Administrarea Afacerilor în Comerț, Turism și Servicii
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				PRACTICA DE SPECIALITATE					
2.2 Codul disciplinei				MAA 0251 OS 2104					
2.3 Titularul activităților de curs				-					
2.4 Titularul activităților de seminar				Colectiv de cadre didactice din Departamentul de Management-Marketing					
2.5 Anul de studiu	II	2.6 Semestrul	1	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	3

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	6	din care:	-	3.3 seminar / laborator	6
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	84	din care:	-	3.7 seminar / laborator	84
		3.6 curs			
3.8 Studiu individual, din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire pentru prezentări sau verificări					
Pregătire pentru examinarea finală					
Examinări					
Consultații					
Alte activități:					
3.9 Total ore studiu individual					
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Disciplinele parcurse în timpul programului de masterat
4.2 de competențe	Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile / organizațiile private și publice.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	• Practica se desfășoară pe baza unui acord încheiat între Facultatea de Management-Marketing din cadrul Universității „ARTIFEX” din București (ca <i>organizator de practică</i>), <i>partenerul de practică</i> și <i>practicant</i> (student). • Practica se desfășoară pe propria răspundere a studentului, sub îndrumarea cadrului didactic desemnat de către Departamentul de Management-Marketing. • Alegerea entității ca loc de desfășurare aparține, de asemenea, studentului. • În măsura în care studentul nu reușește, prin forțe proprii, să rezolve problema locului de desfășurare a practicii, entitatea / organizația privată sau publică va fi stabilită cu sprijinul cadrului didactic îndrumător de practică, la una din unitățile economice cu care Facultatea de Management-Marketing a încheiat un acord / parteneriat privind efectuarea practicii de specialitate de către studenți.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. gestionează cunoștințele în domeniul afacerilor 2. analizează contextul unei organizații 3. realizează analiza afacerii 4. analizează planuri de afaceri 5. analizează cerinte de afaceri 6. analizează procese de afaceri 7. identifică acțiuni de îmbunătățire
Competențe transversale	1. dă dovadă de hotărâre 2. identifică probleme 3. evaluează în mod critic informațiile și sursele acestora

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea organizării și modului de derulare a activităților în entitatea în care se desfășoară stagiul de practică, cunoașterea compartimentelor funcționale ale acesteia și dobândirea de cunoștințe pentru întocmirea unui proiect de practică pe baza experienței acumulate.	
7.2 Rezultatele învățării (Obiectivele specifice)	Cunoștințe:	- Studentul/absolventul identifică și descrie fenomenele și procesele care au loc la nivelul firmei de comerț, turism, servicii, în contextual creat de dinamica mediului de afaceri. - Studentul/absolventul definește obiectivele și sarcinile ce compun o activitate. - Studentul/absolventul identifică rolurile specifice muncii în echipă.
	Aptitudini:	- Studentul/absolventul analizează și explică problemele din activitatea curentă a organizației. - Studentul/absolventul analizează fenomenele economice prin prisma funcțiilor manageriale. - Studentul/absolventul utilizează instrumente adecvate pentru evaluarea situației firmei din punct de vedere al poziției de marketing. - Studentul/absolventul evaluează relațiile cu clienții.
	Responsabilitate și autonomie:	- Studentul/absolventul aplică modele și instrumente de analiză, evaluare și previziune pentru identificarea factorilor (interni și externi) care influențează dinamica proceselor ce se derulează în cadrul firmei de comerț, turism și servicii. - Studentul/absolventul realizează analiza datelor și informațiilor care privesc fenomene și procese care au loc la nivelul firmei de comerț, turism și servicii. - Studentul/absolventul elaborează rapoarte pe baza concluziilor analizelor asupra proceselor derulate la nivelul firmei de comerț, turism și servicii. - Studentul/absolventul dezvoltă proiecte de optimizare și inovare a activităților specifice firmelor de comerț, turism și servicii. - Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de stabilire a strategiilor de dezvoltare a organizațiilor din domeniul comerțului, turismului și serviciilor. - Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de implementare a unor soluții de îmbunătățire a activității. - Studentul/absolventul demonstrează responsabilitate în exercitarea unor sarcini profesionale complexe.

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

Comunicarea obligațiilor privind derularea stagiului de practică și întocmirea documentației aferente.	Practica în cadrul societăților / entităților sau în cadrul departamentelor specifice din cadrul societăților comerciale, ONG-uri, instituții publice etc. Conversație euristică.	2 ore	regăsește în <i>Ghidul privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practică</i> , Universitatea „Artifex” din București, Facultatea de Management-Marketing și variază în funcție de specificul temei de cercetare.
Întocmirea corectă a documentației care permite derularea stagiului de practică, cu respectarea prevederilor <i>Ghidului de practică</i> al Facultății.	Practica în cadrul societăților / entităților sau în cadrul departamentelor specifice din cadrul societăților comerciale, ONG-uri, instituții publice etc. Conversație euristică.	6 ore	
Familiarizarea cu activitatea desfășurată la locul de practică.	Practica în cadrul societăților / entităților sau în cadrul departamentelor specifice din cadrul societăților comerciale, ONG-uri, instituții publice etc. Conversație euristică.	30	
Aplicarea cunoștințelor teoretice în vederea realizării de lucrări practice.	Practica în cadrul societăților / entităților sau în cadrul departamentelor specifice din cadrul societăților comerciale, ONG-uri, instituții publice etc. Conversație euristică.	12	
Realizarea unui <i>caiet de practică</i> , care va conține descrierea operațiunilor realizate pe parcursul stagiului de practică.	Practica în cadrul societăților / entităților sau în cadrul departamentelor specifice din cadrul societăților comerciale, ONG-uri, instituții publice etc. Conversație euristică.	14	
Întocmirea <i>proiectului de practică</i> , care va conține prezentarea pe scurt a elementelor teoretice aferente temei alese și prezentarea studiului de caz, a monografiei cu privire la tema aleasă, inclusiv prezentarea generală a entității / organizației în care s-a efectuat practica.	Practica în cadrul societăților / entităților sau în cadrul departamentelor specifice din cadrul societăților comerciale, ONG-uri, instituții publice etc. Conversație euristică.	20	
TOTAL		84 ore	
Bibliografie obligatorie: - <i>Ghidul privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practică</i> , Universitatea „Artifex” din București, Facultatea de Management-Marketing.			

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

- Conținutul disciplinei a fost discutat cu reprezentanți ai mediului de afaceri, iar stagiile de practică se desfășoară sub îndrumarea unor tutori din cadrul partenerilor de practică.
- 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 Cooperăției Mesteșugărești – 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	• Aplicarea cunoștințelor teoretice în realizarea unor activități practice; • <i>Caiet de practică</i>, în care sunt descrise cronologic activitățile desfășurate pe parcursul practicii; • <i>Adeverință</i> eliberată de conducerea entității, din care rezultă desfășurarea stagiului de practică, cu precizarea calificativului obținut; • <i>Proiectul de practică</i>, elaborat de către student, pe baza informațiilor acumulate în perioada de practică, în urma documentării proprii în unitatea de practică, pe baza studiului legislației în domeniu și a bibliografiei de specialitate. Proiectul de practică va cuprinde următoarele elemente: - prezentarea, pe scurt, a elementelor teoretice aferente temei alese; - date despre entitatea/organizația privată sau publică; - modul de organizare a compartimentului / departamentului în care studentul a efectuat stagiul de practică; - conținutul, modul de întocmire și circuitul documentelor, precum și modul de prelucrare și înregistrare a informațiilor specifice, privind una din temele propuse. - În partea finală, proiectul de practică trebuie să conțină analize proprii și/sau propuneri de abordări alternative, care ar putea constitui ameliorări ale activității; • Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a evoluției domeniului; • Însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice pentru obținerea indicatorilor ce caracterizează activitatea domeniului specific; • 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; • 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: 25.09.2025

Intocmit,

Conf. univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

Semnătura directorului de departament,

Conf. univ.dr. Aurelian Diaconu

Responsabil program de studii,

Conf. univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2025

Semnătura Decan,

Conf. univ.dr. Anca Mihaela Melinceanu

.....