

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 si comunicare in afaceri
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	EVALUAREA RISCULUI IN ACTIVITATEA DE MARKETING								
2.2 Codul disciplinei	MKCA0231AS2204.2								
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr.Dan Nastase								
2.4 Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr.Dan Nastase								
2.5 Anul de studiu	II	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	A	2.9 Numărul de credite ECTS	6

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților 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	12				
3.5 Total ore didactice din planul de învățământ	36	din care: 3.6 curs	24	3.7 seminar / laborator	12
3.8 Studiu individual, din care:					Ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					40
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire pentru prezentări sau verificări					6
Pregătire pentru examinarea finală					4
Examinări					2
Consultatii					2
Alte activități:					
3.9 Total ore studiu individual			114		
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS · 25 ore)			150		

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	- Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; - Masteranzii se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; - Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector, planse și acces la internet; • Masteranzii se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise;

	• Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la seminar; • Masteranzii vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.
--	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. identifica piete potențiale pentru societati 2. identifica nise de piata 3. integreaza strategiile de marketing în strategia globala 4. utilizeaza tehnici de consultare
Competențe transversal	1. da dovada de initiativa 2. asigura orientarea catre client

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Capacitatea de cunoaștere, însușire și aplicare a terminologiei de specialitate; • Cunoașterea conceptului de risc și factorii determinanți; • Cunoașterea conținutului economic al riscului, analiza, evaluarea și controlul riscurilor în activitatea de marketing.	
7.2 Rezultatele învățării (obiectivele specifice)	Cunoștințe:	1. Studentul/absolventul cunoaște aprofundat conceptele, teoriile și componentele strategiilor și politicilor specifice planificării în marketing în organizații 2. Studentul/absolventul cunoaște aprofundat conceptele fundamentale și avansate de marketing și comunicare 3. Studentul/absolventul descrie metodologic procesul de adoptare a deciziilor de marketing 4. Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe avansate privind fundamentarea, conceperea și implementarea de strategii, politici în domeniul marketingului organizațiilor 5. Studentul/absolventul definește și explică conceptele, teoriile și metodologiile specifice planificării de marketing 6. Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe avansate privind fundamentarea strategiilor și planurilor de marketing pentru susținerea viziunii antreprenoriale
	Aptitudini:	1. Studentul/absolventul utilizează conceptele fundamentale și avansate de marketing și comunicare 2. Studentul/absolventul aplică metode moderne de marketing pentru formularea de explicații și ipoteze privind comportamentul organizației 3. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini de analiză a rezultatelor deciziilor de marketing 4. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind fundamentarea strategiilor și planurilor de marketing 5. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind utilizarea de metode, tehnici și instrumente inovatoare de planificare a activităților de marketing și comunicarea conținutului planificării în rândul actorilor implicați în marketingul organizației
	Responsabilitate și autonomie:	1. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a identifica și aplica metode de optimizare a deciziilor de marketing

		2. Studentul/absolventul evaluează rezultatele deciziilor de marketing adoptate 3. Studentul/absolventul realizează corelarea rezultatelor deciziilor cu informațiile din mediul extern pentru îmbunătățirea continuă a proceselor decizionale de marketing 4. Studentul/absolventul elaborează proiecte de marketing cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu. 5. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a evalua comparativ eficiența și eficacitatea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de planificare a strategiilor, politicilor și planurilor de marketing ale organizațiilor 6. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a proiecta politici, planuri și proceduri pentru atingerea obiectivelor de marketing 7. Studentul/absolventul demonstrează preocupare susținută pentru rigoarea științifică în proiectarea și realizarea strategiilor, planurilor și politicilor de marketing
--	--	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice¹
Tema 1. Activitatea de marketing	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. I
Tema 2. Riscurile în activitatea de marketing	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. II
Tema 3. Metode și tehnici de analiză a riscului în activitatea de marketing	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. III
Tema 4. Managementul riscului și importanța sa economico-financiară	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IV
Tema 5. Riscul în activitatea agentului economic	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. V
Tema 6. Managementul riscului agentului economic	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VI
Tema 7. Analiza riscului economic de exploatare	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VII
Tema 8. Analiza riscului financiar	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VIII
Tema 9. Analiza riscului de faliment	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IX
Tema 10. Riscul valorilor imobiliare	Prelegere participativă Curs interactiv	2 ore	Bibliografie obligatorie

¹ Pentru fiecare temă a cursului se vor indica capitolul/capitolele din lucrarea indicată în bibliografie unde se regăsește tema propusă

	Conversație euristică		1/Cap. X
TOTAL		24 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Nastase D, (2013)- <i>Evaluarea riscului activitatilor de marketing</i> , Editura Semne, Bucuresti Bibliografie suplimentară: 2. Balaure V. (2008) – “ <i>Marketing</i> ”, Editura Uranus, Bucuresti; 3. Gresoi S.G.(2013) – “ <i>Strategii de marketing industrial</i> ”, Editura Standardizarea, București; 4. Kotler Ph. (2016) – “ <i>Introducere in marketing</i> ”, Editura Educational Centre, Bucuresti; 5. Nastase D. (2014) - “ <i>Fundamentele marketingul</i> ” Editura Axioma Print Bucuresti; 6. Nastase D. (2009) – “ <i>Notiuni de marketing. Teste</i> ”, Editura Arivin Press, Bucuresti 7. Nedelcu A.-M. (2020) - “ <i>Marketing. Practici si studii de caz</i> ”, Editura Pro Universitaria; 8. Thomas M. (2009) – “ <i>Manual de marketing</i> ”, Editura Codex, Bucuresti. 9. Udrescu M., Coderie C., (2010) – „ <i>Managementul marketingului</i> ”, Editura Artifex, București; 10. Coderie C. Udrescu M. (2009)– <i>Managementul marketingului</i> , Ed. Artifex, București 11. Cornel T. (2008): „ <i>Economia riscului și incertitudinii</i> ”, Ed. A.S.E., București 12. Coșea M, Nastovici L.(1999): „ <i>Evaluarea riscurilor – metode și tehnici de analiză la nivel micro și macro economic</i> ”, Ed. Lux Libris, Brașov 13. Danu M. C.(2000) „ <i>Riscul în afaceri</i> ”, Ed. Plumb, Bacău 14. Dolțu T.(2004): „ <i>Risc și incertitudine în economie</i> ”, Ed. A.S.E, București, 15. Udrescu .M., Nastase D., (2019) – <i>Cercetari previziuni si seminarii de marketing</i> , Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București			
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice²
Tema 1. Concepte privind activitatea de marketing, Concepte privind riscurile legate de activitatea de marketing, Abordarea riscurilor în activitatea de marketing	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. I
Tema 2.Riscul de produs, pret, promovare si distributie. Riscul de creditare, Riscul operațional, Riscul de lichiditate.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. II
Tema 3. Analiza de senzitivitate în marketing, Metode analitice de analiză a riscului managerial în activitatea de marketing, Metode de analiză a riscului managerial în activitatea de marketing bazate pe tehnica simulării.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. III
Tema 4. Conceptul de risc și factorii determinanți, Conținut economic al riscului și tehnica sa de realizare, Analiza și evaluarea riscurilor, Controlul riscurilor, Transferul riscurilor. Riscul și incertitudinea, Tipologia riscului activității agentului economic, Factorii de risc	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IV, V

² Pentru fiecare temă a cursului se vor indica capitolul/capitolele din lucrarea indicată în bibliografie unde se regăsește tema propusă

Tema 6. Materializarea riscului la nivelul unui agent economic, Elaborarea strategiei de risc la nivelul unui agent economic, Măsurile de gestionare a riscului	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbaterile; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VI
Tema 7. Considerații preliminare privind riscul de exploatare, Analiza riscului de exploatare cu ajutorul pragului de rentabilitate, Analiza riscului de exploatare cu ajutorul pârghiei de exploatare.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbaterile; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VII
Tema 8. Considerații preliminare privind riscul financiar, Efectul îndatorării asupra riscului financiar. Coeficientul pârghiei financiare, Utilizarea metodelor statistice în evaluarea riscului financiar.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbaterile; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. VIII
Tema 9. Abordări tradiționale în analiza riscului de faliment, Analiza discriminantă – instrument de detectare și predicție a riscului de faliment.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbaterile; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. IX
Tema 10. Randamentul unui portofoliu, Piramida riscului investițiilor, Aprecierea rentabilității și riscului investițiilor viitoare	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbaterile; Realizarea de teme, referate, eseuri.	1 ora	Bibliografie obligatorie 1/Cap. X
TOTAL		12 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Nastase D, (2013)- *Evaluarea riscului activitatilor de marketing*, Editura Semne, Bucuresti

Bibliografie suplimentară:

2. Coderie C. Udrescu M. (2009)– *Managementul marketingului*, Ed. Artifex, București
3. Cornel T. (2008): „*Economia riscului și incertitudinii*”, Ed. A.S.E., București
4. Coșea M, Nastovici L.(1999): „*Evaluarea riscurilor – metode și tehnici de analiză la nivel micro și macro economic*”, Ed. Lux Libris, Brașov
5. Danu M. C.(2000) „*Riscul în afaceri*”, Ed. Plumb, Bacău
6. Doltu T.(2004): „*Risc și incertitudine în economie*”, Ed. A.S.E, București,
7. Udrescu .M., Nastase D., (2019) – *Cercetari previziuni si seminarii de marketing*, Editura Academiei Oamenilor de Stiinta din Romania, București

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 Cooperăției Mestesugărești – 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	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează <i>disciplina Evaluarea riscului în activitatea de marketing</i>; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor,	Examen scris în	50 %

	principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională); • însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea 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	sesiunea de examene.	
10.5 Seminar/laborator	• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională); • însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic; • capacitatea de a utiliza metodele de analiză macroeconomică în domeniul politicilor fiscale, bugetare, comerciale, monetare și valutare și de a interpreta adecvat indicatorii pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic, în optică prospectivă; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării țărilor / firmelor; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea 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.	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%

10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora în soluționarea problemelor și opțiunilor de politică economică de mare actualitate (naționale și internaționale);
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- luarea notei 5 la examenul final.

Data completării: 25.09.2025

Semnătura titularului de curs,
Prof.univ.dr.Dan Nastase

.....

Semnătura titularului de seminar,
Prof.univ.dr.Dan Nastase

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

Avizat,

Semnătura directorului de departament,
Conf.univ.dr. Aurelian Diaconu

.....

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

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2025

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

.....