

# FIȘA DISCIPLINEI

## COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI II

### 1. Date despre program

|                                                    |                                               |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1.1 Instituția de învățământ superior              | UNIVERSITATEA “ARTIFEX” DIN BUCUREȘTI         |
| 1.2 Facultatea                                     | MANAGEMENT-MARKETING/FINANȚE ȘI CONTABILITATE |
| 1.3 Departamentul                                  | MANAGEMENT-MARKETING                          |
| 1.4 Domeniul de studii <sup>1</sup>                | MARKETING                                     |
| 1.5 Ciclul de studii                               | LICENȚĂ                                       |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea <sup>2</sup> | MARKETING                                     |
| 1.7 Forma de învățământ                            | IF (Învățământ cu Frecvență)                  |
| 1.8 Limba de studiu                                | Română                                        |
| 1.9 Anul universitar                               |                                               |

### 2. Date despre disciplină<sup>3</sup>

|                                        |    |                               |                               |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
|----------------------------------------|----|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------|---|-----------------------------|---|
| 2.1 Denumirea disciplinei              |    | COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI |                               |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.2 Codul disciplinei                  |    | 0231OS2104                    |                               |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.3 Titularul activităților de curs    |    |                               | Prof. univ.dr. MIRCEA UDRESCU |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.4 Titularul activităților de seminar |    |                               | Conf. univ.dr. Anca CRUCERU   |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.5 Anul de studiu                     | II | 2.6 Semestrul                 | I                             | 2.7 Tipul de evaluare<br>(E - examen / V - verificare / C - colocviu) | E | 2.8 Regimul disciplinei<br>(O - obligatorie, A - opțională, F-facultativă) | O | 2.9 Numărul de credite ECTS | 4 |

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

|                                                                                                |    |                       |    |                         |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------|----|-------------------------|-----|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână                                                                  | 3  | din care:<br>3.2 curs | 2  | 3.3 seminar / laborator | 1   |
| 3.4 Numărul de săptămâni                                                                       | 14 |                       |    |                         |     |
| 3.5 Total ore didactice din planul de învățământ <sup>4</sup>                                  | 42 | din care:<br>3.6 curs | 28 | 3.7 seminar / laborator | 14  |
| 3.8 Studiu individual, din care <sup>5</sup> :                                                 |    |                       |    |                         | ore |
| Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată  |    |                       |    |                         | 15  |
| Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri                         |    |                       |    |                         | 10  |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |    |                       |    |                         | 8   |
| Pregătire pentru prezentări sau verificări                                                     |    |                       |    |                         | 10  |
| Pregătire pentru examinarea finală                                                             |    |                       |    |                         | 10  |
| Examinări                                                                                      |    |                       |    |                         | 3   |

<sup>1</sup> Management/Marketing/Administrarea afacerilor/Finanțe/Contabilitate

<sup>2</sup> Management/Marketing/Economia comerțului, turismului și serviciilor/Finanțe și bănci/Contabilitate și informatică de gestiune/Management organizațional/Marketing și comunicare în afaceri/Administrarea afacerilor în comerț, turism și servicii/Management financiar-bancar și de asigurări/Managementul sistemului informațional financiar-contabil

<sup>3</sup> Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

<sup>4</sup> Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

<sup>5</sup> Distribuția fondului de timp este responsabilitatea cadrului didactic

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| Consultații                                                              | 2   |
| Alte activități: .....                                                   |     |
| 3.9 Total ore studiu individual                                          | 58  |
| 3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore) <sup>6</sup> | 100 |

#### 4. Precondiții<sup>7</sup> (acolo unde este cazul)

|                   |   |
|-------------------|---|
| 4.1 de curriculum | - |
| 4.2 de competențe | - |

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.1 De desfășurare a cursului                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă;</li> <li>• Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise;</li> <li>• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.</li> </ul>                                                                                |
| 5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet;</li> <li>• Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise;</li> <li>• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar;</li> <li>• Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.</li> </ul> |

#### 6. Competențele specifice acumulate<sup>8</sup>

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Competențe profesionale | <p>C3.CULEGEREA, ANALIZA SI INTERPRETAREA INFORMATIILOR DE MARKETING PRIVIND ORGANIZATIA SI MEDIUL SAU</p> <p>C3.1 Definirea mediului organizației, identificarea si descrierea principalelor variabile ale acestuia</p> <p>C3.2 Interpretarea impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației</p> <p>C3.3 Identificarea si selectarea factorilor care influențează funcționarea organizației</p> <p>C3.4 Evaluarea si calificarea factorilor care influențează funcționarea organizației</p> <p>C3.5Elaborarea unui proiect de analiza a mediului de marketing al organizației în funcție de specificul pieței</p> <p>C.4 FUNDAMENTAREA SI ELBORAREA MIX-ULUI DE MARKETING</p> <p>C4.1 Definirea conceptelor si descrierea politicilor <i>mix-ului de marketing</i></p> <p>C4.2 Explicarea <i>mix-ului de marketing</i></p> <p>C4.4 Aplicarea cunoștințelor specifice <i>mix-ului de marketing</i> pentru elaborarea unui program de marketing</p> <p>C4.4 Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programului de marketing</p> <p>C4.5 Proiectarea programelor de marketing</p> <p>C5 UTILIZAREA TEHNICILOR DE VANZARE</p> <p>C5.1 Definirea tehnicilor de vânzare si a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p>C5.2 Explicarea tehnicilor de vânzare si a utilizarii instrumentelor specifice de comunicare</p> <p>C5.3 Aplicarea tehnicilor de vânzare si a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p>C5.4 Analiza si evaluarea tehnicilor de vânzare si a instrumentelor specifice de comunicare</p> <p>C5.5Proiectarea programului de comunicare in vanzari</p> |
| Competențe transversale |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

#### 7. Obiectivele disciplinei (în strânsă legătură cu competențele profesionale și transversale)

<sup>6</sup> Totalul orelor pe semestru trebuie să fie egal cu numărul total de ore didactice din planul de învățământ (3.5) la care se adaugă numărul de ore de studiu individual (3.9)

<sup>7</sup> Se menționează, acolo unde este cazul, disciplinele necesare a fi fost parcurse anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurări a procesului educațional în cadrul disciplinei, precum și competențele pe care studentul trebuie să și le fi însușit anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurări a procesului educațional în cadrul disciplinei de față

<sup>8</sup> Se vor prelua informațiile din Anexa nr. 2 la planul de învățământ - Corelarea disciplinelor cu competențele profesionale și transversale.

|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.1 Obiectivul general al disciplinei<sup>9</sup></b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea și însușirea terminologiei de specialitate, abordarea strategiilor economice sub aspectul conținutului, obiectivelor lor și a mijloacelor de atingere a scopului urmărit înțelegere a evoluției comportamentului consumatorilor de-a lungul istoriei în corelație cu evoluția teoriilor de marketing.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>7.2 Rezultatele învățării (obiectivele specifice)<sup>10</sup></b> | Cunoștințe:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>R.1.1 Studentul/Absolventul descrie logic și articulat conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare identificării factorilor care influențează funcționarea organizației, analizei mediului de marketing, studierii pieței, înțelegerii comportamentului consumatorilor și analizei datelor semnificative pentru activitatea de marketing.</p> <p>R.1.2 Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei științifice de cercetare pentru dezvoltarea de proiecte de marketing</p>                                                                                                                                                                        |
|                                                                       | Aptitudini:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>R.1.1 Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele de specialitate pentru proiectarea și implementarea diferitelor tipuri de cercetări de marketing și aplică adecvat metodele și tehnicile de cercetare cantitativă și calitativă în funcție de contextul de marketing.</p> <p>R.1.2 Studentul/Absolventul analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing.</p> <p>R.1.3 Studentul/Absolventul elaborează rapoarte de cercetare complexe, care evidențiază relevanța rezultatelor din perspectiva scopului cercetării și comunică rezultatele către toate categoriile de stakeholderi.</p>                                                                                 |
|                                                                       | Responsabilitate și autonomie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>R.1.1 Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe curiozitate intelectuală, în procesele de elaborare și implementare a activităților de cercetare de marketing.</p> <p>R.1.2 Studentul/Absolventul menține preocuparea constantă pentru rigoarea științifică în diferitele etape de realizare a proiectelor de cercetare în contexte de marketing.</p> <p>R.1.3 Studentul/Absolventul manifestă spirit de echipă și dorința de a lucra într-un mediu de încredere în relația cu persoanele implicate în proiectele de cercetare.</p> <p>R.1.4 Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în realizarea bugetelor de cercetare și a rapoartelor de cercetare de marketing.</p> |

## 8. Conținuturi

| 8.1. Curs | Metode de predare/lucru | Fond de timp | Referințe bibliografice |
|-----------|-------------------------|--------------|-------------------------|
|-----------|-------------------------|--------------|-------------------------|

<sup>9</sup> Va fi derivat din obiectivele programului de studii în al cărui plan de învățământ se regăsește disciplina

<sup>10</sup> Se preiau integral sau parțial (daca sunt mai multe discipline care răspund acelorași rezultate ale învățării) din Anexa nr. 1 la planul de învățământ – Corelarea disciplinelor cu rezultatele învățării

|                                                                                                                                                                                                                                                     |                       |       |                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|-------------------------------------------------|
| Tema 1.<br>Evoluția marketingului în contextul evoluției comportamentului consumatorului.<br>Decriptor 1. Momente semnificative din evoluția marketingului.<br>Decriptor 2. Rațiuni economico-sociale ale evoluției comportamentului consumatorilor | Conversație euristică | 2 ore | 1-Cap 1; 2.Cap.1; 3-Cap.3; 4-Cap.1; 6-&2; 6-T4. |
| Tema 2.<br>Aspecte corelative între furnizor, consumator și client                                                                                                                                                                                  | Conversație euristică | 2 ore | 1-Cap.1; 2-Cap.2; 2-Cap.3; 2-Cap.8              |
| Tema 3.<br>Procese elementare ale comportamentului consumatorului                                                                                                                                                                                   | Curs interactiv       | 2 ore | 1-Cap.2; 1-Cap.6                                |
| Tema 4.<br>Procese psihologice ale comportamentului consumatorului                                                                                                                                                                                  | Conversație euristică | 2 ore | 1-Cap.2; 4-Cap.10                               |
| Tema 5.<br>Particularități comportamentale ale consumatorului colectiv                                                                                                                                                                              | Conversație euristică | 2 ore | 1-Cap.1                                         |
| Tema 6.<br>Procesul decizional de cumpărare<br>Decriptor 1.Fazele procesului decizional<br>Decriptor 2.Procesul decizional de cumpărare de produse noi<br>Decriptor 3. Riscul în procesul de cumpărare                                              | Curs interactiv       | 2 ore | 1-Cap.3; 2-Cap.6; 4-Cap.3                       |
| Tema 7.<br>Factori de influență direct observabili asupra comportamentului consumatorului<br>Decriptor 1. Factori economici<br>Decriptor 2. Factori demografici<br>Decriptor 3. Factori specifici mixului de marketing                              | Curs interactiv       | 2 ore | 1-Cap.4; 2-Cap.7; 4-Cap. 4 6-T4                 |
| Tema 8.<br>Factori de influență de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului                                                                                                                                                           | Curs interactiv       | 2 ore | 1-Cap.5; 4-Cap.5                                |
| Tema 9.<br>Factori de influență de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului                                                                                                                                                            | Conversație euristică | 2 ore | 1-Cap.6; 2-Cap.7; 2-Cap.9; 4-Cap.6              |
| Tema 10.<br>Tendințe în studierea și modelarea comportamentului consumatorului                                                                                                                                                                      | Curs interactiv       | 2 ore | 1-Cap.7; 2-Cap.18; ; 3-Cap. 4; 4-Cap.7          |
| Tema 11.<br>Scheme și tehnici utilizate în studiul comportamentului consumatorilor<br>Decriptor 1.Schema structural a procesului decizional<br>Decriptor 2. Schema Școlii de la Würzburg.                                                           | Curs interactiv       | 2 ore | 1-Cap.8, 4-Cap.3                                |
| Tema 12.<br>Modele de studiu ale comportamentului consumatorului<br>Decriptor 1. Modelul Nicosia                                                                                                                                                    | Curs interactiv       | 2 ore | 1-Cap.9; 4-Cap.2                                |

|                                                                                                                                                                                                       |                 |               |                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------------------------------------|
| Decriptor 2.Modelul Engel-Kollat-Backwell                                                                                                                                                             |                 |               |                                               |
| Tema 13.<br>Studierea intențiilor, atitudinilor și motivației de cumpărare                                                                                                                            | Curs interactiv | 2 ore         | 1-Cap.12; 3-Cap.6; 4-Cap.1                    |
| Tema 14.<br>Teorii actuale de influențare a comportamentului de cumpărare a consumatorului<br>Decriptor 1.Tendențe ale marketingului contextual<br>Decriptor 2.Influențe ale capitalismului artistic. | Curs interactiv | 2 ore         | 1-Cap.6; 1-Cap.17; 2-Cap.18, 3-Cap.11; 6-T11. |
| <b>Total</b>                                                                                                                                                                                          |                 | <b>28 ore</b> |                                               |

#### **Bibliografie obligatorie**

1. Udrescu Mircea, Dan Năstase, *Comportamentul consumatorilor*, Editura Artifex, București, 2015
2. Kotler, Armstrong, *Principiile marketingului*, Editura Teora, București, 2004
3. Mircea Udrescu, Anca Popescu-Cruceru, Dan Năstase, *Logistică și subsisteme logistice ale firmei*, Editura Academiei Oamenilor de Știință din România, București, 2018
4. Iacob Cătoi, Nicolae Teodorescu, *Comportamentul consumatorului*, Editura Uranus, București, 2004
5. Platforma Artifex.
6. M. Udrescu, C.M.Barbu, Repere din evoluția gândirii economice – idei, teorii, doctrine, Editura AOȘ-R, București, 2023

#### **Bibliografie suplimentară**

7. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, *Managementul marketingului*, Editura Artifex. București, 2009
8. Philit Kotler, *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 1997
9. Gerald Zaltman, *Cum gândesc consumatorii*, Editura Polirom, București, 2007

| <b>8.2 Seminar / laborator</b>                                                                                    | <b>Metode de predare / lucru</b> | <b>Fond de timp</b> | <b>Referințebibliografice</b>                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Tema 1.<br>Teoria generală a marketingului despre comportamentul consumatorilor                                   | Exemplificare și dezbateri       | 2 ore               | 1-Cap 1; 2.Cap.1; 3-Cap.3; 4-Cap.1, 2-Cap.2; 2-Cap.3; 2-Cap.8; 7. Cap.1 |
| Tema 2.<br>Procese elementare care definesc comportamentul consumatorilor                                         | Exemplificare și dezbateri       | 2 ore               | 1-Cap.2; 1-Cap.6; 4-Cap.10                                              |
| Tema 3.<br>General și particular în procesele generale de cumpărare                                               | Dezbateri pe bază de referate    | 2 ore               | 1-Cap.3; 2-Cap.6; 4-Cap.3                                               |
| Tema 4<br>Factoi de influență a comportamentului consumatorilor în procesele de achiziționare și utilizare/consum | Dezbateri pe bază de referate    | 2 ore               | 1-Cap.4; 1-Cap.5;2-Cap.7; 4-Cap. 4; 4-Cap.5                             |
| Tema 5<br>Scheme și tehnici de studiere a comportamentului consumatorilor                                         | Exemplificare și dezbateri       | 2 ore               | 1-Cap.7; 1-Cap.8; 2-Cap.18; ; 3-Cap. 4; 4-Cap.3; 4-Cap.7                |
| Tema 6<br>Modele de studiere a comportamentului consumatorilor                                                    | Exemplificare și dezbateri       | 2 ore               | 1-Cap.9; 4-Cap.2                                                        |
| Tema 7<br>Torii actuale de influențare a                                                                          | Dezbateri pe bază de referate    | 2 ore               | 1-Cap.6; 1-Cap.17; 2-Cap.18, 3-Cap.11; 7-                               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |               |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------|--------|
| comportamentului consumatorilor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |               | Cap.13 |
| <b>Total</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  | <b>14 ore</b> |        |
| <b>Bibliografie obligatorie</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Udrescu Mircea, Dan Năstase, <i>Comportamentul consumatorilor</i>, Editura Artifex, București, 2015</li> <li>2. Kotler, Armstrong, <i>Principiile marketingului</i>, Editura Teora, București, 2004</li> <li>3. Mircea Udrescu, Anca Popescu-Cruceru, Dan Năstase, <i>Logistică și subsisteme logistice ale firmei</i>, Editura Academiei Oamenilor de Știință din România, București, 2018</li> <li>4. Iacob Cătoi, Nicolae Teodorescu, <i>Comportamentul consumatorului</i>, Editura Uranus, București, 2004</li> </ol> <b>Bibliografie suplimentară</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, <i>Managementul marketingului</i>, Editura Artifex. București, 2009</li> <li>6. Philit Kotler, <i>Managementul marketingului</i>, Editura Teora, București, 1997</li> <li>7. Gerald Zaltman, <i>Cum gândesc consumatorii</i>, Editura Polirom, București, 2007</li> </ol> |  |               |        |

**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 (exemplu)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 10.2 Metode de evaluare              | 10.3 Pondere din nota finală <sup>11</sup> |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|
| 10.4 Curs <sup>12</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina;</li> <li>• capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină;</li> <li>• demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice specifice disciplinei;</li> <li>• însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor cu care operează disciplina;</li> </ul> | Examen scris în sesiunea de examene. | 60 %                                       |

<sup>11</sup> La programele de studii universitare de licență, pentru disciplinele finalizate cu examen, este recomandat ca 40% din nota finală (nota înscrisă în catalog) să provină din evaluarea cunoștințelor pe parcursul semestrului. La programele de studii universitare de masterat, pentru disciplinele finalizate cu examen, este recomandat ca 50% din nota finală (nota înscrisă în catalog) să provină din evaluarea cunoștințelor pe parcursul semestrului (<https://www.artifex.org.ro/wp-content/uploads/2025/02/Regulament-examinare-studenti-2024.pdf>).

<sup>12</sup>Criteriile de evaluare se vor formula ținând seama de specificul disciplinei și al tematicii, precum și de rezultatele învățării

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• coerența logică în analiză și argumentare;</li> <li>• înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor;</li> <li>• abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale);</li> <li>• capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice;</li> <li>• formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;</li> <li>• aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                |      |
| 10.5<br>Seminar/laborator <sup>13</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina;</li> <li>• capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină;</li> <li>• demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice specifice disciplinei;</li> <li>• însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor cu care operează disciplina;</li> <li>• capacitatea de a utiliza metodele de analiză și de a interpreta adecvat rezultatele;</li> <li>• coerența logică în analiză și argumentare;</li> <li>• înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării țărilor / firmelor;</li> <li>• abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații specifice disciplinei;</li> <li>• capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice;</li> <li>• formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;</li> <li>• aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică.</li> </ul> | Testarea continuă pe parcursul semestrului                                                                     | 20 % |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte | 20%  |
| 10.6 Standard minim de performanță (exemplu)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                |      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• însușirea vocabularului specific disciplinei;</li> <li>• recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;</li> <li>• înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;</li> <li>• însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora;</li> <li>• evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;</li> <li>• realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;</li> <li>• participarea la 1/2 din seminarii;</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                |      |

<sup>13</sup> Criteriile de evaluare se vor formula ținând seama de specificul disciplinei și al tematicii

- |                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• obținerea notei 5 la examenul final.</li></ul> |
|----------------------------------------------------------------------------------------|

Data completării: 25.09.2025

Semnătura titularului de curs,  
Prof. univ.dr. MIRCEA UDRESCU

.....

Semnătura titularului de seminar,  
Conf. univ.dr. Anca CRUCERU

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025

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

.....

Avizat,

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

.....