



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [stiintec@ub.ro](mailto:stiintec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Proiectarea și organizarea cercetării de marketing				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Țimiraș Laura Cătălina				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Țimiraș Laura Cătălina				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categoria de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	14	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	28

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	78
Tutoriat	
Examinări	
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	158
3.8. Total ore pe semestru	200
3.9. Numărul de credite	8

### 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	• Posibilitate utilizare laptop, videoproiector / acces platformă online Microsoft Teams
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	-

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza datelor economice în întreprinderi și în alte organizații: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formularea de ipoteze și explicații privind comportamentul economic al firmei;</li> <li>- Alegerea celor mai eficiente metode de analiză a datelor economice pe baza unor evaluări obiective și calitative;</li> </ul> </li> <li>• Fundamentarea și propunerea de soluții pentru problemele economice: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alocarea, ajustarea, colectarea, asistarea, procurarea datelor caracteristice pentru explicarea și interpretarea situațiilor asociate activității economice;</li> <li>- Valorizarea datelor empirice și aplicarea metodelor standard de evaluare asociate activității profesionale;</li> <li>- Organizarea, procesarea și transferarea datelor și informațiilor economice pentru soluțiile identificate.</li> </ul> </li> </ul>
6.2. Competențe transversale	-

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formarea capacității de proiectare și organizare a cercetării de marketing corespunzător problemei decizionale cu care se confruntă organizația.</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobândirea cunoștințelor necesare pentru analiza datelor economice în întreprinderi și în alte organizații și fundamentarea și propunerea de soluții pentru problemele economice.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conținutul și aria cercetării de marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptul „Cercetare de marketing”</li> <li>- Domenii ale cercetării de marketing</li> </ul> </li> </ul>	2	Prelegere	1 prelegere
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipologia cercetărilor de marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cercetări exploratorii, descriptive, cauzale</li> <li>- Cercetări calitative și cantitative</li> <li>- Alegerea tipului de cercetare</li> </ul> </li> </ul>	4	Prelegere	2 prelegeri
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesul cercetării de marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conținutul și caracteristicile procesului</li> <li>- Planificarea cercetării</li> <li>- Sediul cercetării de marketing</li> </ul> </li> </ul>	2	Prelegere	1 prelegere
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etapele procesului cercetării de marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificarea problemei decizionale</li> <li>- Definirea scopului, obiectivelor și ipotezelor cercetării</li> <li>- Estimarea valorii informațiilor obținute prin cercetare</li> <li>- Alegerea surselor de date</li> <li>- Selectarea modalității de culegere și sistematizare a datelor</li> <li>- Culegerea și procesarea datelor</li> <li>- Analiza și interpretarea informațiilor</li> <li>- Raportul de cercetare</li> </ul> </li> </ul>	6	Prelegere	3 prelegeri
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armstrong Gary, Kotler Philip, <i>Introducere în marketing, ediția a 12-a</i>, Editura Pearson, 2015;</li> <li>• Leon G. Schiffman, Joseph L. Wisenblit, <i>Consumer Behavior, ediția a 11-a</i>, Editura Person, 2015;</li> <li>• Țimiraș Laura, <i>Proiectarea și organizarea cercetării de marketing – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri »</i>, 2021.</li> <li>• Țimiraș Laura, <i>Cercetări de marketing: aplicații și studii de caz</i>, Editura Alma Mater, Bacău, 2016.</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Țimiraș Laura, <i>Proiectarea și organizarea cercetării de marketing – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri »</i>, 2021.</li> </ul>			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Conținutul și aria cercetării de marketing	4	Dezbateri	2 seminare
• Tipologia cercetărilor de marketing	6	Dezbateri, studii de caz	3 seminare
• Procesul cercetării de marketing	4	Dezbateri, studii de caz	2 seminare
• Etapele procesului cercetării de marketing	14	Dezbateri, studii de caz	7 seminare
În cadrul orelor de seminar, precum și a celor de studiu individual, masteranzii vor realiza un <b>proiect</b> cu titlul <i>Proiectarea unei cercetări de marketing</i> . Se va avea în vedere o metodă directă de investigare – anchetă, observare, cercetare calitativă. Proiectul este individual.			
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armstrong Gary, Kotler Philip, <i>Introducere în marketing, ediția a 12-a</i>, Editura Pearson, 2015;</li> <li>• Leon G. Schiffman, Joseph L. Wisenblit, <i>Consumer Behavior, ediția a 11-a</i>, Editura Person, 2015;</li> <li>• Țimiraș Laura, <i>Proiectarea și organizarea cercetării de marketing – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri », 2021.</i></li> <li>• Țimiraș Laura, <i>Cercetări de marketing: aplicații și studii de caz</i>, Editura Alma Mater, Bacău, 2016.</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
• Țimiraș Laura, <i>Proiectarea și organizarea cercetării de marketing – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri », 2021.</i>			

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

- Conținutul disciplinei a fost adaptat în funcție de așteptările angajatorilor cu privire la cunoștințele de specialitate ale viitorilor absolvenți / angajați, care au fost identificate în urma întâlnirilor cu mediul de afaceri din cadrul diferitelor proiecte implementate la nivelul facultății.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Înșușirea demersului specific de proiectare a unei cercetări de marketing	<b>Examen</b> (test oral)	30%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Proiectarea unei cercetări de marketing corespunzător unei anumite probleme decizionale.	Realizare și prezentare proiect	70%
10.6. Standard minim de performanță			
• demonstrarea însușirii și stăpânirii unui minim de noțiuni, cunoștințe teoretice și practice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor și seminariilor.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2021	Conf. univ. dr. Laura Cătălina ȚIMIRAȘ	Conf. univ. dr. Laura Cătălina ȚIMIRAȘ

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof. univ. dr. Eugenia HARJA

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof. univ. dr. Ovidiu-Leonard TURCU



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Metode de optimizare a deciziilor consumatorului				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	58
Tutoriat	
Examinări	
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	158
3.8. Total ore pe semestru	200
3.9. Numărul de credite	8

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea unor mijloace moderne de predare (laptop, platforma Microsoft Teams, cameră video)</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea unor mijloace interactive de învățare (studii de caz, jocuri de rol)</li> <li>Termenul de predare a proiectului de semestru va fi stabilit de comun acord cu masteranzii</li> </ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p><b>C1. Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale și avansate de teorie economică și a metodelor moderne specifice domeniului</b></p> <p>C1.3. Aplicarea conceptelor și teoriilor economice la nivel micro și macro-economic pentru formularea de explicații și ipoteze privind comportamentul agentului economică;</p> <p>C.1.4. Analiza comparativă a conceptelor și teoriilor domeniului, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii;</p> <p>C.1.5. Elaborarea de proiecte economice cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu;</p>
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	După parcurgerea acestei discipline, masteranzii vor trebui să cunoască și să înțeleagă teoriile fundamentale și modelele globale privitoare la comportamentul consumatorului.
7.2. Obiectivele specifice	<p>După parcurgerea acestei discipline, masteranzii trebuie să fie în măsură să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>realizeze un model al procesului luării deciziei de cumpărare,</li> <li>să poată explica și aplica influențele direct observabile asupra comportamentului consumatorului,</li> <li>să poată explica și aplica influențele de natura endogenă asupra comportamentului efectiv al acestora și</li> <li>să poată explica și aplica influențele de natură exogenă asupra comportamentului de cumpărare și consum.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<p><b>Capitolul 1. Definirea comportamentului consumatorului</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Noțiuni și concepte</li> <li>Definirea comportamentului consumatorului</li> <li>Particularități ale comportamentului de achiziție al consumatorilor colectivi</li> </ul>	4	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	2 prelegeri
<p><b>Capitolul 2. Teorii fundamentale și modele globale privitoare la comportamentul consumatorului</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Modelul MARSHALLIAN</li> <li>Modelul PAVLOVIAN</li> <li>Modelul FREUDIAN</li> <li>Modelul VEBLENIAN</li> <li>Modelul HOBBSIAN</li> </ul>	4	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	2 prelegeri
<p><b>Capitolul 3. Procesul decizional de cumpărare</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Apariția nevoii nesatisfăcute</li> <li>Căutarea de informații și identificarea alternativelor</li> <li>Evaluarea mentală a alternativelor considerate</li> <li>Rezultanta evaluării</li> <li>Evaluarea post-cumpărare</li> </ul>	4	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	2 prelegeri
<p><b>Capitolul 4. Influențe direct observabile asupra comportamentului consumatorului</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Factori demografici și economici</li> </ul>	4	Prelegere Exemplificare Comunicare	2 prelegeri

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factori specifici mix-ului de marketing</li> <li>• Factori situaționali</li> </ul>		interactivă	
<b>Capitolul 5.</b> Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesul perceptual</li> <li>• Informația / învățarea / personalitatea</li> <li>• Motivația</li> <li>• Atitudinea</li> <li>• Comportamentul efectiv</li> </ul>	4	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	2 prelegeri
<b>Capitolul 6.</b> Influențe de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului	4	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	2 prelegeri
<b>Capitolul 7.</b> Modelarea procesului deciziei de cumpărare Modelul Howard & Sheth	4	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	2 prelegeri
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schiffman Leon, Winsenblit Joseph – Consumer Behavior, 11 ed., Boston, 2015.</li> <li>• Nichifor Bogdan – Metode de optimizare a comportamentului consumatorului, Suport de curs.</li> <li>• Del I. Hawkins, David L. Mothersbaugh - Consumer behavior: building marketing strategy, 11th ed., McGraw-Hill/Irwin, 2010.</li> <li>• Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis - Consumer Behavior, Fifth Edition, South-Western, 2010.</li> <li>• de Mooij Marieke - Consumer Behavior and Culture, Consequences for Global Marketing and Advertising, Second Edition, Sage 2011.</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schiffman Leon, Winsenblit Joseph – Consumer Behavior, 11 ed., Boston, 2015.</li> <li>• Nichifor Bogdan – Metode de optimizare a comportamentului consumatorului, Suport de curs.</li> <li>• Del I. Hawkins, David L. Mothersbaugh - Consumer behavior: building marketing strategy, 11th ed., McGraw-Hill/Irwin, 2010.</li> </ul>			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Dezbatere, problematizare: Particularitățile comportamentului consumatorului individual; Particularități ale comportamentului de achiziție al consumatorilor colectivi	1	Dezbatere, Problematizare	0.5 seminarii
Dezbatere, Aplicații: Modelul MARSHALLIAN; Modelul PAVLOVIAN; Modelul FREUDIAN; Modelul VEBLENIAN; Modelul HOBBSIAN	1	Dezbatere, Problematizare Aplicații	0.5 seminarii
Dezbatere, studiu de caz: Procesul decizional de cumpărare	2	Dezbatere, Problematizare Studiu de caz	1 seminarii
Dezbatere, studii de caz: Influențe direct observabile asupra comportamentului consumatorului	2	Dezbatere, Studiu de caz	1 seminarii
Dezbatere, studii de caz: Influențe de natură endogenă asupra comportamentului consumatorului	2	Dezbatere, Studiu de caz	1 seminarii
Dezbatere, studii de caz: Influențe de natură exogenă asupra comportamentului consumatorului	2	Dezbatere, Studiu de caz	1 seminarii
<b>Proiectul de semestru:</b> „Crearea unui instrument de cercetare specific metodelor calitative – Focus Group”.	4	Dezbatere, Studiu de caz	2 seminarii
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schiffman Leon, Winsenblit Joseph – Consumer Behavior, 11 ed., Boston, 2015</li> <li>• Nichifor Bogdan – Metode de optimizare a comportamentului consumatorului, Suport de curs.</li> <li>• Del I. Hawkins, David L. Mothersbaugh - Consumer behavior: building marketing strategy, 11th ed., McGraw-Hill/Irwin, 2010.</li> <li>• Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis - Consumer Behavior, Fifth Edition, South-Western, 2010.</li> <li>• de Mooij Marieke - Consumer Behavior and Culture, Consequences for Global Marketing and Advertising, Second Edition, Sage 2011.</li> </ul>			

**Bibliografie minimală**

- Schiffman Leon, Winsenblit Joseph – Consumer Behavior, 11 ed., Boston, 2015
- Nichifor Bogdan – Metode de optimizare a comportamentului consumatorului, Suport de curs.
- Del I. Hawkins, David L. Mothersbaugh - Consumer behavior: building marketing strategy, 11th ed., McGraw-Hill/Irwin, 2010.

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

La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe de specialitate pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii lor salariați în domeniul marketing, dar și în general la viitorii economiști sau manageri de firme. De asemenea, în urma întâlnirilor cu mediul de afaceri, cu ocazia derulării unor proiecte pe fonduri externe, s-a creat terenul propice identificării așteptărilor pe această zonă de interes, cu impact favorabil în demersul de adaptare a programei

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Rezolvarea unor cazuri practice la examen, din care să rezulte că masterandul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice disciplinei.	Examen: studii de caz sau analiză de conținut	<b>50 %</b>
10.5. Seminar/laborator/proiect	Realizarea și prezentarea unui proiect ce va consta în „Crearea unui instrument de cercetare specific metodelor calitative – Focus Group”. Se va puncta originalitatea, creativitatea și relevanța răspunsurilor	Prezentare proiect	<b>50%</b>
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dovedirea unor cunoștințe și competențe minimale în domeniu, cu îndeplinirea obligațiilor formale;</li> <li>• nota obținută la evaluarea finală cu ocazia examenului să fie minim 5.</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
28.09.2021	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof.univ.dr.Eugenia Harja

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof.univ.dr.Ovidiu-Leonard Turcu



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [stiintec@ub.ro](mailto:stiintec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și Comunicare în Afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Drept profesional				
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ.dr. Liviana-Andreea Nimineț				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ.dr. Liviana-Andreea Nimineț				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	3.5. Curs	14	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	21
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	31
Tutoriat	
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	72
3.8. Total ore pe semestru	100
3.9. Numărul de credite	4

### 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 tablă/ videoproiector și ecran de proiecție, computer și conexiune la Internet
--------------------------------	---



5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• -
---	-----

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C4 Implementarea normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• C4.1. Identificarea normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor economice.</li> <li>• C4.3 Aplicarea normelor metodologice, a măsurilor, politicilor și / sau programelor economice</li> <li>• C4.4 Evaluarea comparativă a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică la nivel micro și macroeconomic</li> <li>• C4.5 Proiectarea și implementarea setului de măsuri pentru problema economică identificată</li> </ul> <p>C6 Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• C6.1. Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor economice în relația cu partenerii de afaceri.</li> <li>• C6.2 Explicarea și interpretarea situațiilor și proceselor specifice relațiilor de afaceri</li> <li>• C6.3 Rezolvarea de probleme specifice relației cu diferiți parteneri de afaceri</li> <li>• C6.4 Evaluarea critică a conținutului și semnificației unor proiecte / programe în comunicarea cu partenerii de afaceri</li> <li>• C6.5 Comunicarea eficientă a proiectelor profesionale către partenerii de afaceri</li> </ul>
6.2. Competențe transversale	• -

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea mediului de afaceri profesionist sub aspect juridic și a raportului dintre oameni de afaceri, profesioniști, consumatori, etc.</li> <li>• Cunoașterea principalelor reglementări juridice privind derularea activității comerciale a profesioniștilor.</li> <li>• Însușirea principiilor dreptului profesional și contractual și folosirea acestora în activități economice.</li> <li>• Capacitate de proiectare, negociere și încheiere de contracte comerciale eficiente.</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea legislației comercial-profesionale și a sistemului de protecție prin lege și accesul la justiție.</li> <li>• Însușirea regulilor juridice privind negocierea, garantarea riscurilor și preconstituirea probelor în afaceri.</li> <li>• Cunoașterea reglementărilor privind răspunderea și responsabilitatea profesioniștilor.</li> <li>• Însușirea cunoștințelor de bază necesare înțelegerii termenilor contractuali</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sediul materiei dreptului profesional. Izvoarele dreptului profesional. Regimul juridic privind desfășurarea activităților economice de către profesioniști ca persoane fizice autorizate, întreprinderi individuale și întreprinderile familiale;</li> <li>• Profesioniști organizați ca societăți cu personalitate juridică;</li> <li>• Categoriile speciale de profesioniști: Societăți cooperative, Grupuri de interes economic;</li> <li>• Entități colective fără personalitate juridică titulare ale unei întreprinderi: Asociația în participațiune;</li> <li>• Profesioniști necomercianți;</li> <li>• Considerații privind insolvența;</li> <li>• Teoria generală a contractului profesional;</li> <li>• Elemente privind raporturile de muncă.</li> </ul>	14	conversația euristică, problematizarea, prelegerea-dezbatere, studiul de caz	
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nimineț L.A. (2021) Drept profesional și contractual -Note de curs-Legislație relevantă-Modele de contracte, Ed.Smart Academic, Bacău</li> <li>• Nimineț L.A. (2018) , Dreptul afacerilor- Note de curs și seminar- Legislație relevantă, Ed.. Smart Academic, Bacău</li> <li>• Ravas, O, (2014), Drept comercial : profesionistii, Editura Universitas, Petroșani</li> <li>• Stoica F.C, (2017), Dreptul societar : note de curs, Editura ASE, București</li> </ul>			

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Codul civil (Legea 287/2009) cu modificările și completările ulterioare</li> <li>• Legea 53/2003 (Codul muncii) cu modificările și actualizările la zi</li> <li>• Legea societăților nr. 31/ 1990 cu modificările ulterioare</li> </ul>
Bibliografie minimală
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suportul de curs la disciplina <i>Drept profesional</i></li> </ul>

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesioniști și comercianți persoane fizice</li> </ul>	4	Problematizarea, analiza comparativă, studiul de caz, simularea, proiecte.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesioniști și comercianți persoane juridice</li> </ul>	4	Problematizarea, analiza comparativă, studiul de caz, proiecte.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contractul comercial. Tipologii, specific.</li> </ul>	6	Problematizarea, analiza comparativă, studiul de caz, simularea, proiecte.	

Bibliografie
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nimineț L.A. (2021) <i>Drept profesional și contractual -Note de curs-Legislație relevantă-Modele de contracte</i>, Ed.Smart Academic, Bacău</li> <li>• Nimineț L.A. (2018) , <i>Dreptul afacerilor- Note de curs și seminar- Legislație relevantă</i>, Ed.. Smart Academic, Bacău</li> <li>• Ravas, O, (2014), <i>Drept comercial : profesionistii</i>, Editura Universitas, Petroșani</li> <li>• Stoica F.C, (2017), <i>Dreptul societar : note de curs</i>, Editura ASE, București</li> <li>• Codul civil (Legea 287/2009) cu modificările și completările ulterioare</li> <li>• Legea 53/2003 (Codul muncii) cu modificările și actualizările la zi</li> <li>• Legea societăților nr. 31/ 1990 cu modificările ulterioare</li> </ul>
Bibliografie minimală
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suportul de curs la disciplina <i>Drept profesional</i></li> </ul>

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se asigură competențe conform prevederilor RNCIS</li> </ul>
--

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea problematicii studiate la curs și seminar prin rezolvarea tuturor cerințelor aferente examinării	Examen	50%
	Prezență activă	Observarea sistematică; chestionare orală (prin conversații profesor-student)	5%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Realizarea și prezentarea unui proiect	Evaluarea proiectului pe baza cerințelor prezentate la prima întâlnire de curs.	40%
	Prezență activă	Observarea sistematică; chestionare orală (prin conversații profesor-student)	5%

10.6. Standard minim de performanță

**Pentru promovarea disciplinei cu nota minimă 5 (cinci), studenții trebuie să demonstreze însușirea și stăpânirea unui minim de noțiuni (50%), cunoștințe teoretice și metodologice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor.**

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
22.09.2021	Lector univ.dr. Liviana-Andreea Nimineț	Lector univ.dr. Liviana-Andreea Nimineț

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof.univ.dr. Eugenia Harja

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof.univ.dr.Ovidiu-Leonard Turcu



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și Comunicare în Afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Etică și integritate academică				
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ dr. Liviana-Andreea Nimineț				
2.3. Titularul activităților de seminar	-				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	ES
2.7. Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	1	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	-
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	14	3.5. Curs	14	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	-

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	21
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
Tutoriat	
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	61
3.8. Total ore pe semestru	75
3.9. Numărul de credite	3

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masteranzii nu se vor prezenta la cursuri cu telefoanele mobile deschise și vor păstra liniștea în sala de curs</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>

### 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>

### 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea de către masteranzi a problematicii eticii și integrității academice în cercetarea științifică și diseminarea rezultatelor activităților profesionale.</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formarea deprinderilor de utilizare a metodelor și tehnicilor de evaluare a fenomenului integrității în mediul universitar;</li> <li>• Familiarizarea masteranzilor cu metodologia și instrumentarul de lucru al sistemului și instrumentelor de asigurare a eticii și integrității academic.</li> </ul>

### 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moral, imoral, non-moral;</li> </ul>	2	conversația euristică, problematizarea, prelegerea-dezbatere, studiul de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principii, valori și reguli morale;</li> </ul>	2		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moralitate, legalitate, religie;</li> </ul>	2		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etică și diversitate;</li> </ul>	2		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza problemei etice;</li> </ul>	2		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadre ale evaluării morale;</li> </ul>	2		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etică și integritate în mediul academic.</li> </ul>	2		

#### Bibliografie

- Toni Gibea, Constantin Vică, Emilian Mihailov, Emanuel Socaciu, Valentin Mureșan (2018), *Etică și integritate academică*, : Editura Universității din București, 2018
- Codul de etică și deontologie al Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău [http://www.ub.ro/files/universitate/doc/Regulamente/R-02-02\\_6.0\\_23970.pdf](http://www.ub.ro/files/universitate/doc/Regulamente/R-02-02_6.0_23970.pdf)
- Carta Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău [http://www.ub.ro/files/universitate/doc/Regulamente/R-01-01\\_6.0\\_11632.pdf](http://www.ub.ro/files/universitate/doc/Regulamente/R-01-01_6.0_11632.pdf)
- Regulament de organizare și funcționare a comisiei de etică și deontologie profesională UVAB [http://www.ub.ro/files/universitate/doc/Regulamente/R-09-01\\_4.0\\_5231.pdf](http://www.ub.ro/files/universitate/doc/Regulamente/R-09-01_4.0_5231.pdf)

#### Bibliografie minimală

Suportul de curs la disciplina *Etică și integritate academică*

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se asigură competențe conform prevederilor RNCIS</li> </ul>
--

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Prezență activă	Observare sistematică; chestionare orală (prin conversații profesor-student)	10%
	Evaluarea activității prin elaborarea unui proiect/temă de casă	observarea activității, chestionare orală	30%
	Demonstrarea însușirii cunoștințelor teoretice, practice și metodologice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor prin susținerea proiectului final în cadrul examenului final.	Susținere proiect, chestionare orală	60%
10.5. Seminar/laborator/proiect	-	-	-
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pentru promovarea disciplinei cu nota minimă 5 (cinci), studenții trebuie să demonstreze însușirea și stăpânirea unui minim de noțiuni (50%), cunoștințe teoretice și metodologice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor precum și însușirea unor capacități și abilități de aplicare adecvată a conceptelor specifice disciplinei.</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
<b>24.09.2021</b>	Lector univ.dr. Liviana-Andrea Nimineț	-

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
<b>30.09.2021</b>	Prof.univ.dr. Eugenia Harja

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
<b>30.09.2021</b>	Prof.univ.dr.Ovidiu-Leonard Turcu



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing relațional		
2.2. Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Luminița Iulia Zaiț		
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Luminița Iulia Zaiț		
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I
2.6. Tipul de evaluare	EC		
2.7. Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare		DAP
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)		DA

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	33
Tutoriat	-
Examinări	-
Alte activități (precizați):	-

3.7. Total ore studiu individual	133
3.8. Total ore pe semestru	175
3.9. Numărul de credite	7

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea unor mijloace moderne de predare (tablă inteligentă, platformă Microsoft Teams, cameră video)</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea unor mijloace interactive de învățare (studii de caz, jocuri de rol)</li> <li>Termenul de predare a proiectului de semestru va fi stabilit de comun acord cu masteranzii</li> </ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p><b>C2. Analiza datelor economice în întreprinderi și în alte organizații</b></p> <p>C2.1. Definirea conceptelor și teoriilor economice folosite în comunicarea din cadrul organizațiilor;</p> <p>C2.4. Alegerea celor mai eficiente metode de analiză a datelor economice pe baza unor evaluări obiective și calitative;</p> <p>C2.5 Elaborarea de rapoarte economice și de comunicare în organizații pe baza prelucrării informațiilor existente.</p> <p><b>C6. Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri</b></p> <p>C6.1. Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor economice în relația cu partenerii de afaceri;</p> <p>C6.3 Rezolvarea de probleme specifice relației cu diferiți parteneri de afaceri;</p> <p>C6.4. Evaluarea critică a conținutului și semnificației unor proiecte/ programe în comunicarea cu partenerii de afaceri;</p> <p>C6.5 Comunicarea eficientă a proiectelor profesionale către partenerii de afaceri.</p>
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de către masteranzi a aptitudinilor, cunoștințelor și atitudinilor necesare conducerii și desfășurării eficiente și eficace a activității de planificare și programare strategică a unei strategii de fidelizare a clienților.
7.2. Obiectivele specifice	<p>După parcurgerea acestei discipline, masteranzii vor trebui:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>să cunoască fațetele conceptului de marketing, caracteristicile marketingului tranzacțional, caracteristicile marketingului relațional;</li> <li>să poată operaționaliza diferențele dintre marketingul relațional și cel tranzacțional;</li> <li>să cunoască deosebirile de fond dintre orientarea spre piață și orientarea spre clienți;</li> <li>să înțeleagă situația actuală a orientării spre clienți din perspectiva întreprinderii și a clientului;</li> <li>să cunoască liniile directe ale problematicii decizionale privind managementul plângerilor și reclamațiilor;</li> <li>să cunoască procesele componente ale managementului plângerilor și reclamațiilor.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<b>Evoluții noi în marketingul modern: de la tranzacțional la relațional</b> 1.1. Marketingul relațional – schimbare de registru în abordarea fenomenelor și proceselor pieței	8	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	4 prelegeri
<b>Orientarea spre client – direcție majoră de acțiune a organizației</b> 2.1. Orientarea spre clienți versus orientarea spre piață 2.2. Situația actuală a orientării spre clienți din perspectiva întreprinderii și a clientului 2.3. Cadrul de aplicare a orientării spre clienți	8	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	4 prelegeri
<b>Aspecte conceptuale și operaționale privind managementul relațiilor cu clienții</b> 3.1. Managementul relațiilor cu clienții - concept definitoriu	8	Prelegere Exemplificare Comunicare	4 prelegeri

al marketingului relațional 3.2. Atașamentul clientului față de întreprindere - principală pârgă a marketingului relațional 3.3. Perspective strategice în fidelizarea clienților – managementul fidelizării		interactivă	
<b>Managementul plângerilor și reclamațiilor</b> 4.1 Plângerea și reclamația - fațete ale exprimării insatisfacției clientului 4.2 Problemativă decizională a managementului plângerilor și reclamațiilor 4.3. Procesele componente ale managementului plângerilor și reclamațiilor 4.4. Conducerea proceselor de rezolvare a plângerilor (nemulțumiri) clienței	4	Prelegere Exemplificare Comunicare interactivă	2 prelegeri
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rogers Sandy, Rinne Leena, Moon Shawn – Loialitate totală. Cum să obții devotamentul clienților, Ed. All, 2019</li> <li>• Pascu Emilia – Aspecte teoretice privind îmbunătățirea relațiilor cu clienții, Ed. Universitara, 2015</li> <li>• Egan John – Relationship Marketing. Exploring relational strategies in marketing, Person Education, 2011</li> <li>• Zaiț L – Managementul relațiilor cu clienții, Editura Alma Mater, Bacău, 2012</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rogers Sandy, Rinne Leena, Moon Shawn – Loialitate totală. Cum să obții devotamentul clienților, Ed. All, 2019</li> <li>• Zaiț L – Managementul relațiilor cu clienții, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.</li> </ul>			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Aspecte conceptuale și operaționale de diferențiere a marketingului relațional în raport cu cel tranzacțional	2	Dezbateri, Studiu de caz	1 seminar
Sfera de acțiune a orientării către client	2	Dezbateri, Analiză de conținut, Studiu de caz, Joc de rol	1 seminar
Strategia de fidelizare: aspecte conceptuale și operaționale <b>Proiect de semestru:</b> Fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiei de fidelizare a companiei X	8	Dezbateri, Problematizare Studiu de caz	4 seminarii
Aspecte operaționale privind gestiunea plângerilor și reclamațiilor	2	Dezbateri, Problematizare Studiu de caz	1 seminar
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rogers Sandy, Rinne Leena, Moon Shawn – Loialitate totală. Cum să obții devotamentul clienților, Ed. All, 2019</li> <li>• Zaiț L – Managementul relațiilor cu clienții, Editura Alma Mater, Bacău, 2012</li> <li>• Pascu Emilia – Aspecte teoretice privind îmbunătățirea relațiilor cu clienții, Ed. Universitara, 2015</li> <li>• Egan John – Relationship Marketing. Exploring relational strategies in marketing, Person Education, 2011</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rogers Sandy, Rinne Leena, Moon Shawn – Loialitate totală. Cum să obții devotamentul clienților, Ed. All, 2019</li> <li>• Zaiț L – Managementul relațiilor cu clienții, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.</li> <li>• Fox Jeffrey – Omul care aduce ploaia ...de bani: reguli de aur pentru atragerea și fidelizarea clienților, 2011.</li> </ul>			

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

La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe de specialitate pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii lor salariați, viitori economiști sau manageri de firme.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Rezolvarea unor cazuri practice la examen, din care să rezulte că masterandul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice	Verificare: studii de caz sau analiză de conținut	<b>50 %</b>



	disciplinei.		
10.5. Seminar/laborator/proiect	Realizarea și prezentarea unui proiect. Se va punct originalitatea, creativitatea și relevanța răspunsurilor	Prezentare proiect	<b>50%</b>
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>dovedirea unor cunoștințe și competențe minimale în domeniu, cu îndeplinirea obligațiilor formale;</li> <li>nota obținută la evaluarea finală cu ocazia examenului să fie minim 5.</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
28.09.2021	Lect. univ. dr. Zaiț Luminița Iulia	Lect. univ. dr. Zaiț Luminița Iulia

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof. univ. dr. Harja Eugenia

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof. univ. dr. Turcu Ovidiu Leonard



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI master

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Management decizional				
2.2. Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Turcu Ovidiu Leonard				
2.3. Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr. Turcu Ovidiu Leonard				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3 ore	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42 ore	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	41
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	45
Tutoriat	
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	133
3.8. Total ore pe semestru	175
3.9. Numărul de credite	7

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții nu se vor prezenta la cursuri cu telefoanele mobile deschise și vor păstra liniștea în sala de curs. În cazul cursurilor online pe platforma Teams, studenții vor fi prezenți cu microfoanele închise și le vor deschide doar în cazul întrebărilor adresate cadrului didactic în vederea clarificării unor aspecte prezentate, sau pentru a răspunde la anumite întrebări puse de către profesor.</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții nu se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile deschise și vor avea obligatoriu suportul de curs cu capitolele parcurse până la acel moment.</li> <li>• Termenul de predare a temelor din portofoliul studentului va fi stabilit de comun acord cu studenții pe parcurs și, nu se acceptă cereri de amânare decât pe motive bine întemeiate. În cazul seminariilor online pe platforma Teams studenții vor încărca temele /proiectele în "Assignment".</li> </ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C2. Analiza datelor economice în întreprinderi și în alte organizații</p> <p>2.1. Definirea conceptelor și teoriilor economice folosite în comunicarea din cadrul organizațiilor</p> <p>2.4. Alegerea celor mai eficiente metode de analiză a datelor economice pe baza unor evaluări obiective și calitative</p> <p>C6. Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri</p> <p>6.1. Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor economice în relația cu partenerii de afaceri</p> <p>6.2. Explicarea și interpretarea situațiilor și proceselor specifice relațiilor de afaceri</p> <p>6.3. Rezolvarea de probleme specifice relației cu diferiți parteneri de afaceri</p> <p>6.5. Comunicarea eficientă a proiectelor profesionale către partenerii de afaceri</p>
6.2. Competențe transversale	-

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>În pregătirea masteranzilor în specializarea programului de master „<b>Marketing și comunicare în afaceri</b>”, disciplina „<i>Management decizional</i>” vine să completeze valorile de bază, care reglează procesul previzional, decizional în cadrul unui sistem perfect integrat.</p> <p>Dezvoltarea și consolidarea interesului masteranzilor asupra cercetării științifice și creșterii eficienței metodelor și tehnicilor specifice managementului decizional.</p> <p>Explorarea capacităților și abilităților masteranzilor pentru viitoarea funcție de manager, în contextul deplinei asumări a responsabilităților.</p>
7.2. Obiectivele specifice	<p>Parcursul programului de studiu de masterat asigură definirea și descrierea principalelor instrumente și metode de management utilizate în derularea proceselor decizionale din cadrul unei organizații; cursanții vor fi capabili să analizeze și să interpreteze corect fenomenologia privind convergența și complementaritatea proceselor de management organizațional/ decizional, precum și posibilitățile de informatizare a procesului de cunoaștere.</p> <p>De asemenea, printre competențele specifice asigurate de programul de studiu se numără acuratețea în gândire, cultivarea spiritului de ordine și de disciplină, concretizarea și particularizarea a ceea ce este abstract și general.</p>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<p>Conceptul de decizie și raționalizarea ei</p> <p>Componentele sistemului de decizie</p> <p>Structura procesului decizional</p> <p>Etapele procesului decizional</p> <p>Metodologia de raționalizare a sistemului decizional</p> <p>Metoda de raționalizare a procesului decizional în condiții de certitudine</p> <p>Metoda funcțiilor de utilitate</p>	28	<p>Metode orale:</p> <p>metode expositive (expunerea: explicația, prelegerea)</p>	14 prelegeri

<p>Metoda utilității globale  Metoda funcțiilor de pierdere  Metoda programării liniare multidimensionale  Metoda Electre bidimensională  maniera SEMA  maniera indicatorilor normați  Metoda LEADER-ului  Metoda ONICESCU  Evaluarea deciziilor în condiții de risc  Metoda speranței matematice  Metoda arborelui decizional  Simularea decizională  Tehnici de raționalizare a deciziilor în condiții de incertitudine  Metoda prudenței  Metoda maximax  Metoda coeficientului de optimism  Metoda speranței matematice maxime  Metoda regretului minim  Metoda gradelor de apartenență la varianta optimă  Probleme ce survin în sistemul decizional multicriterial  Determinarea importanței relative a criteriilor de decizie.</p>			
---	--	--	--

#### Bibliografie

1. Burduș, E., *Tratat de management*, Ediția a-III-a, Editura Pro Universitaria, 2017
2. Dalota M.-D., Laura-Georgeta Baragan, L.-G., *Management general*, ediția a-V-a revizuită, Editura Pro Universitaria, 2020.
3. Druker, P., *Despre decizie și eficacitate: ghidul complet al lucrurilor bine făcute*, Editura Meteor Press, București, 2010
4. Năstase, G., *Managementul afacerilor*, Editura Pro Universitaria, 2018.
5. Nica, P., Neșțian, A.Ș., Prodan, A., et. alii, *Managementul organizației- concepte și practici*, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2014.
6. Nicolescu, O., Verboncu, I., *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007.
7. Turcu, O. (coordonator), *Management*, Editura Alma Mater, Bacău, 2008.
8. Turcu, O., Ciucescu, N., *Management: suport de curs*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
9. Verboncu, I., *Managementul organizației în 360 de întrebări și răspunsuri comentate*, Editura Universitară, 2019.

#### Bibliografie minimală

1. Burduș, E., *Tratat de management*, Ediția a-III-a, Editura Pro Universitaria, 2017
2. Dalota M.-D., Laura-Georgeta Baragan, L.-G., *Management general*, ediția a-V-a revizuită, Editura Pro Universitaria, 2020
3. Nica, P., Neșțian, A.Ș., Prodan, A., et. alii, *Managementul organizației- concepte și practici*, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2014.
4. Năstase, G., *Managementul afacerilor*, Editura Pro Universitaria, 2018.
5. Turcu, O. (coordonator), *Management*, Editura Alma Mater, Bacău, 2008.

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decizii și situații decizionale</li> <li>• Tipuri de decizii</li> <li>• Structura procesului decizional</li> <li>• Metodologia de reproiectare a sistemului decizional</li> <li>• Modele de comportament decizional</li> <li>• Stiluri cognitive în luarea deciziilor</li> <li>• Tendințe decizionale pe plan mondial</li> </ul>	14	Conversația, problematizarea, studiul de caz, lucrul independent	

#### Bibliografie

1. Dalota M.-D., Laura-Georgeta Baragan, L.-G., *Management general*, ediția a-V-a revizuită, Editura Pro Universitaria, 2020.
2. Năstase, G., *Managementul afacerilor*, Editura Pro Universitaria, 2018.
3. Nica, P., Neșțian, A.Ș., Prodan, A., et. alii, *Managementul organizației- concepte și practici*, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2014.
4. Nicolescu, O., Verboncu, I., *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007.
5. Turcu, O. (coordonator), *Management*, Editura Alma Mater, Bacău, 2008.
6. Verboncu, I., *Managementul organizației în 360 de întrebări și răspunsuri comentate*, Editura Universitară, 2019

**Bibliografie minimală**

1. Dalota M.-D., Laura-Georgeta Baragan, L.-G., *Management general*, ediția a-V-a revizuită, Editura Pro Universitaria, 2020
2. Nica, P., Neșțian, A.Ș., Prodan, A., et. alii, *Managementul organizației- concepte și practici*, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași, 2014.
3. Verboncu, I., *Managementul organizației în 360 de întrebări și răspunsuri comentate*, Editura Universitară, 2019.

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

La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii economiști.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Capacitatea de utilizare adecvată a noțiunilor specifice disciplinei		
10.5. Seminar/laborator/proiect	Capacitatea de utilizare a conceptelor și de aplicare a metodelor studiate	Prezență activă Prezentarea unui proiect în care să se evidențieze <i>Metodologia de proiectare a sistemului decizional în cadrul unei organizații.</i>	100%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- prezența la activități;</li> <li>- elaborarea și prezentarea unui proiect;</li> <li>- demonstrarea unui minim de capacități și abilități de aplicare a metodelor și tehnicilor învățate, de înțelegere a semnificației conceptelor de management decizional în cazul unei firme;</li> <li>- nota obținută în sesiune trebuie să fie minim 5 (cinci).</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
29.09.2021	Prof.univ.dr. Turcu Ovidiu Leonard	Prof.univ.dr. Turcu Ovidiu Leonard

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof.univ.dr. Harja Eugenia

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof.univ.dr. Turcu Ovidiu Leonard



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
[www.ub.ro](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Psihopedagogia adolescenților, tinerilor și adulților				
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Robu Viorel				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Robu Viorel				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare; DF – Discipline dundamentlă				DF
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DL

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
Pregătire seminare, teme, referate, portofolii și eseuri	13
Tutoriat	8
Examinări	2
Alte activități (precizați):	-

3.7. Total ore studiu individual	83
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<ul style="list-style-type: none"><li>• Psihologia educației</li><li>• Pedagogie I – Fundamentele pedagogiei. Teoria și metodologia curriculum-ului</li><li>• Pedagogie II – Teoria și metodologia instruirii. Teoria și metodologia evaluării</li><li>• Managementul clasei de elevi</li></ul>
4.2. de competențe	<ul style="list-style-type: none"><li>• prelucrarea activă și sistematică a materialelor documentare din domeniul psihopedagogiei adolescenților, tinerilor și adulților</li></ul>

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"><li>sală de curs dotată corespunzător (computer, videoproiector, mobilier)</li></ul>
5.2. de desfășurare a seminarului	<ul style="list-style-type: none"><li>sală de seminar dotată corespunzător (computer, videoproiector, mobilier)</li><li>temele și termenele prezentării pe echipe a lucrărilor pentru seminar vor fi stabilite de către titularul disciplinei de comun acord cu fiecare dintre cursanții care vor alcătui echipele de lucru</li></ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	C1. Formarea și dezvoltarea competențelor cognitive în domeniul psihopedagogiei educaționale C2. Proiectarea procesului instructiv-educativ pentru diverse niveluri de vârstă/pregătire a elevilor C4. Evaluarea proceselor de învățare, a rezultatelor și a progreselor înregistrate de elevi
6.2. Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele educației

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>Asimilarea principalelor concepte teoretice și practice din domeniul psihopedagogiei adolescenților, tinerilor și adulților</li></ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>Însusirea particularităților dezvoltării și ale formării, care sunt specifice adolescenței, tinereții și vârstei adulte</li><li>Cunoașterea particularităților (auto)instruirii și ale educației, corespunzătoare fiecărei vârste</li><li>Analiza, interpretarea, corelarea și aplicarea în practica instructiv-educativă a conceptelor din domeniu</li><li>Dezvoltarea deprinderilor de proiectare, organizare și evaluare a procesului instructiv-educativ destinat adolescenților, tinerilor și adulților</li><li>Dezvoltarea capacităților de utilizare a metodelor și a strategiilor de predare și evaluare, adecvate particularităților grupului educativ, scopului și tipului de activitate didactică</li><li>Dezvoltarea competențelor de a formula ipoteze și de a găsi soluții pentru diferite situații educative în care pot fi implicați adolescenții, tinerii și adulții</li><li>Respectarea normelor de etică și deontologie profesională, care sunt fundamentate pe opțiuni valorice explicite</li><li>Cultivarea atitudinilor constructive și a responsabilității în interacțiunea cu adolescenții, tinerii și adulții</li></ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"><li>Obiectul de studiu al psihopedagogiei adolescenților, tinerilor și adulților. Metode și tehnici de cercetare specifice domeniului</li></ul>	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbateri, sistematizare	
<ul style="list-style-type: none"><li>Caracteristici generale ale dezvoltării ontogenetice a individului uman. Stadializarea dezvoltării fizice, psihice și sociale și profesionale</li></ul>	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbateri, sistematizare	
<ul style="list-style-type: none"><li>Caracteristici generale ale vârstei adolescenței</li></ul>	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbateri, sistematizare	
<ul style="list-style-type: none"><li>Provocări și derapaje în dezvoltarea adolescenților în societatea contemporană</li></ul>	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbateri, sistematizare	
<ul style="list-style-type: none"><li>Provocări în adaptarea adolescenților contemporani la sarcinile școlarității</li></ul>	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbateri, sistematizare	
<ul style="list-style-type: none"><li>Dezvoltarea competențelor sociale și emoționale la vârsta adolescenței</li></ul>	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare,	

		dezbatere, sistematizare	
• Dezvoltarea fizică și intelectuală la vârsta tinereții	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
• Dezvoltarea personalității și a relațiilor sociale în tinerețe	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
• Particularități ale învățării și educației la vârsta tinereții	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
• Stadii și particularități ale dezvoltării psihosociale la vârsta adultă	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
• Ciclurile, structura vieții și evenimentele cheie la vârsta adultă	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
• Particularități ale învățării la vârsta adultă	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
• Dimensiuni ale educației adulților. Formarea și schimbarea atitudinilor la vârsta adultă	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
• Particularități ale adaptării psihosociale la vârsta a treia	2	Prelegere, problematizare, explicații, exemplificare, dezbatere, sistematizare	
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adams, G. R., Berzonsky, M. D. (Coord., 2009), <i>Psihologia adolescenței. Manualul Blackwell</i>. Iași: Editura Polirom</li> <li>• Albu, G. (2005). <i>O psihologie a educației</i>. Iași: Institutul European</li> <li>• Crețu, T. (2009). <i>Psihologia vârstelor</i>. Iași: Editura Polirom</li> <li>• Dincă, M. (2004). <i>Adolescenții într-o societate în schimbare</i>. București: Editura Paideea</li> <li>• Ezechil, L. (2007). <i>Educația adulților</i>. Pitești: Editura Paralela 45</li> <li>• Fontaine, R. (2008). <i>Psihologia îmbătrânirii</i> (trad.). Iași: Editura Polirom</li> <li>• Ilie, V. (2017). <i>Adolescența și tinerețea: Repere în cunoașterea psihopedagogiei vârstelor</i>. București: Editura Universitaria</li> <li>• Lerner, R. M., &amp; Steinberg, L. (Eds., 2004), <i>Handbook of Adolescent Psychology</i> (2nd ed.). New Jersey: John Wiley &amp; Sons, Inc.</li> <li>• Moldovan, O., Bălaș-Timar, D. (2008). <i>Psihologia adolescenței și vârstei adulte</i>. Arad: Editura Universității „Aurel Vlaicu”</li> <li>• Neacșu, I. (Coord., 2018). <i>Psihologia educației. Fundamente. Procese. Mecanisme. Aplicații</i>. Iași: Editura Polirom</li> <li>• Papalia, D. E., &amp; Wendkos Olds, S., Duskin Feldman, R. (2010). <i>Dezvoltarea umană</i> (trad., ediția a XI-a). București: Editura Trei</li> <li>• Pânișoară, G., Sălăvăstru, D., Mitrofan, L. (Coord., 2016). <i>Copilăria și adolescența. Provocări actuale în psihologia educației și dezvoltării</i>. Iași: Editura Polirom</li> <li>• Sava, S., Paloș, R. (Coord., 2019). <i>Educația adulților. Baze teoretice și repere practice (ediția a II-a revăzută și adăugită)</i>. Iași: Editura Polirom</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adams, G. R., Berzonsky, M. D. (Coord., 2009), <i>Psihologia adolescenței. Manualul Blackwell</i>. Iași: Editura Polirom (această carte poate fi pusă la dispoziția studenților și în format digital)</li> <li>• Neacșu, I. (Coord., 2018). <i>Psihologia educației. Fundamente. Procese. Mecanisme. Aplicații</i>. Iași: Editura Polirom</li> <li>• Papalia, D. E., &amp; Wendkos Olds, S., Duskin Feldman, R. (2010). <i>Dezvoltarea umană</i> (trad., ediția a XI-a). București: Editura Trei (această carte poate fi pusă la dispoziția studenților și în format digital)</li> </ul>			
Aplicații (seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Dezvoltarea autonomiei și a identității de sine în adolescență	2	Metode active (prezentarea în echipe a lucrărilor stabilite la începutul semestrului, problematizare, explicații, discuții, sistematizare)	
Dezvoltarea personalității și a relațiilor sociale în adolescență	2	Metode active (prezentarea în echipe a lucrărilor stabilite la începutul semestrului, problematizare, explicații, discuții, sistematizare)	



Dezvoltarea morală și religioasă la vârsta adolescenței	2	Metode active (prezentarea în echipe a lucrărilor stabilite la începutul semestrului, problematizare, explicații, discuții, sistematizare)	
Dimensiuni ale sexualității în adolescență	2	Metode active (prezentarea în echipe a lucrărilor stabilite la începutul semestrului, problematizare, explicații, discuții, sistematizare)	
Sarcina și nașterea la vârsta adolescenței	2	Metode active (prezentarea în echipe a lucrărilor stabilite la începutul semestrului, problematizare, explicații, discuții, sistematizare)	
Consumul și abuzul de alcool și alte substanțe în adolescență	2	Metode active (prezentarea în echipe a lucrărilor stabilite la începutul semestrului, problematizare, explicații, discuții, sistematizare)	
Depresia și sinuciderea în adolescență	2	Metode active (prezentarea în echipe a lucrărilor stabilite la începutul semestrului, problematizare, explicații, discuții, sistematizare)	

#### Bibliografie

- Adams, G. R., Berzonsky, M. D. (Coord.,2009), *Psihologia adolescenței. Manualul Blackwell*. Iași: Editura Polirom
- Dincă, M. (2004). *Adolescenții într-o societate în schimbare*. București: Editura Paideea
- Ilie, V. (2017). *Adolescența și tinerețea: Repere în cunoașterea psihopedagogiei vârstelor*. București: Editura Universitaria
- Lerner, R. M., & Steinberg, L. (Eds., 2004), *Handbook of Adolescent Psychology* (2nd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Papalia, D. E., & Wendkos Olds, S., Duskin Feldman, R. (2010). *Dezvoltarea umană* (trad., ediția a XI-a). București: Editura Trei
- Pânișoară, G., Sălăvăstru, D., Mitrofan, L. (Coord., 2016). *Copilăria și adolescența. Provocări actuale în psihologia educației și dezvoltării*. Iași: Editura Polirom
- Sava, S., Paloș, R. (Coord., 2019). *Educația adulților. Baze teoretice și repere practice (ediția a II-a revăzută și adăugită)*. Iași: Editura Polirom

#### Bibliografie minimală

- Adams, G. R., Berzonsky, M. D. (Coord., 2009), *Psihologia adolescenței. Manualul Blackwell*. Iași: Editura Polirom (această carte poate fi pusă la dispoziția studenților și în format digital)
- Papalia, D. E., & Wendkos Olds, S., Duskin Feldman, R. (2010). *Dezvoltarea umană* (trad., ediția a XI-a). București: Editura Trei (această carte poate fi pusă la dispoziția studenților și în format digital)

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

- Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS și ARACIS.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea terminologiei din domeniul psihopedagogiei adolescenților, tinerilor și adulților</li> <li>• capacitatea de utilizare adecvată și de relaționare a conceptelor</li> <li>• capacitatea de aplicare a diferitelor rezultate ale învățării în rezolvarea unor probleme teoretice și practice din domeniul educației adolescenților, tinerilor și a adulților</li> </ul>	Examen scris	50 %
10.5. Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• participarea activă la discuții (cel puțin</li> </ul>	Elaborarea și prezentarea	50 %

	două intervenții) • calitatea elaborării și a prezentării în echipă a proiectului pentru tema care va fi stabilită la începutul semestrului	în echipă a materialului pentru o temă dintre cele aferente activității de seminar	
--	--	--	--

10.6. Standard minim de performanță

- participare activă și sistematică la dezbaterile de la cursuri și seminare
- cunoștințe minime din domeniul psihopedagogiei adolescenților, tinerilor și adulților
- calitatea conținutului și a prezentării materialului pentru o temă dintre cele aferente activității de seminar (ponderea din nota finală = 50 %)
- nota minimă la examenul scris = 5.00; aceasta va avea o pondere de 50 % din nota finală

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
<b>28.09.2021</b>	Lector univ. dr. Robu Viorel	Lector univ. dr. Robu Viorel

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
<b>30.09.2021</b>	<b>Prof.univ.dr. Eugenia Harja</b>

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
<b>30.09.2021</b>	<b>Prof.univ.dr. Ovidiu-Leonard Turcu</b>