

## FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE” DIN SUCEAVA
Facultatea	FACULTATEA DE ECONOMIE, ADMINISTRAȚIE ȘI AFACERI
Departamentul	MANAGEMENT, ADMINISTRAREA AFACERILOR ȘI TURISM
Domeniul de studii	CONTABILITATE
Ciclul de studii	LICENȚĂ
Programul de studii/calificarea	CONTABILITATE ȘI INFORMATICĂ DE GESTIUNE

## 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL AFACERILOR				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Rozalia KICSI				
Titularul activităților aplicative	dr. Alexandra GALAN (DANILEȚ)				
Anul de studiu	II	Semestrul	IV	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DI

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

I a) Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	33	Curs	22	Seminar	11	Laborator		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	44
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
II d) Tutoriat	
III Examinări	3
IV Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	64
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	100
Numărul de credite	4

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizarea calculatorului, a videoproiectorului, a tablei, prezentări PPT și a conexiunii la internet; platforme colaborative (ex. Google Classroom; Google Meet);</li> <li>- Parcurgerea anticipată a bibliografiei indicate în vederea debaterii.</li> <li>- Instrumente de lucru (diagrame conceptuale, mind map, fișe de studiu etc.)</li> </ul>
------------------------	---

Desfășurare aplicații	Seminar	- Utilizarea calculatorului, a videoproiectorului și a conexiunii la internet; asigurarea materialelor de lucru (fișe de lucru, suport printat etc.); platforme colaborative (ex. Google Classroom; Google Meet, Zoom); - Instrumente de lucru
	Laborator	Nu este cazul.
	Proiect	Nu este cazul.

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C3. Prelucrarea informațiilor în vederea întocmirii de rapoarte financiar-contabile și/sau fiscal C4. Determinarea și interpretarea indicatorilor economico-financiar C5. Derularea operațiunilor specifice controlului financiar-contabil
Competențe transversale	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Managementul afacerilor</i> asigură studenților de la programul de studii de licență <i>Contabilitate și informatică de gestiune</i> dezvoltarea capacității de a defini și interpreta repertoriul conceptual specific sferei afacerilor, precum și a abilității de a aplica/utiliza instrumente adecvate pentru a rezolva situații concrete. Parcurgând această disciplină, studenții își vor dezvolta abilitatea de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• a recunoaște și explica concepte specifice sferei afacerilor;</li> <li>• a interpreta critic teorii care explică expansiunea internațională a firmelor;</li> <li>• a descrie factorii contextuali care influențează derularea afacerilor pe diferite piețe;</li> <li>• a interpreta informații din mediul extern cu privire la diverse aspecte ce țin de sfera afacerilor;</li> <li>• a folosi baze de date utile în derularea afacerilor (World Bank, UNCTAD, Eurostat);</li> <li>• de a interpreta/explica contextul actual în care se derulează afacerile;</li> <li>• de a analiza comparativ strategii de expansiune/internaționalizare a afacerilor unei firmei.</li> </ul>
-----------------------------------	---

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Capitolul 1. Mediul de afaceri 1.1 Caz introductiv: <i>GM: o afacere sănătoasă?</i> 1.2. Caracteristici și tendințe care modelează mediul de afaceri contemporan 1.3. Micromediul 1.4. Macromediul 1.5. Scopul și rolul firmelor în mediul actual al afacerilor	2	prelegere participativă, problematizarea, dialogul socratic	Instrumente de lucru: calculator, video-proiector, fișe de lucru (Cornell Notes) organizator grafici (diagrame conceptuale, hărți argumentative, diagrame KWL etc.) platforme și resurse on-line
Capitolul 2. Forme de organizare a afacerilor 2.1 Caz introductiv: <i>Agribusiness</i> 2.2. Afacerile mari 2.3. Afacerile de familie 2.4. Districtele industriale și clusterelor regionale 2.5. Rețelele și grupurile de afaceri 2.6. Cartelurile 2.7. Asociațiile de afaceri	2	prelegere participativă, problematizarea, dialogul socratic	
Capitolul 3. Competitivitatea	4		

3.1. Caz introductiv: <i>Lenovo</i> 3.2. Determinanții competitivității 3.3. Abordări strategice pentru ameliorarea competitivității 3.4. Impactul competitivității asupra profitabilității afacerilor		prelegere participativă, problematizarea, dialogul socratic	
Capitolul 4. Comportamentul firmelor 4.1. Caz introductiv: <i>IKEA</i> 4.2. Puterea organizațională 4.3. Piețe și competențe 4.4. Strategia 4.5. Firma ca lanț valoric	2	prelegere participativă, problematizarea, dialogul socratic	
Capitolul 5. Expansiunea globală 5.1. Caz introductiv: <i>Globalizarea afacerilor la Boeing</i> 5.2. Delimitări conceptuale 5.3. Motivațiile internaționalizării afacerilor 5.4. Expansiunea globală ca vector al profitabilității	4	prelegere participativă, problematizarea, dialogul socratic	
Capitolul 6. Modalități de intrare pe piețele străine 6.1. Caz introductiv: <i>Intrarea pe piețe străine – Starbucks</i> 6.2. Intrarea prin tranzacții (exportul, importul și tranzacțiile în compensație) 6.3. Intrarea pe baze contractuale (licențiere, franșizare, contracte de management, proiecte la cheie) 6.4. Intrarea prin investiții (afiliate în străinătate, joint venture, alianțe strategice) 6.5. Firmele born global	4	prelegere participativă, problematizarea, dialogul socratic	
Capitolul 7. Funcțiunile firmei în contextul expansiunii globale 7.1. Caz introductiv: <i>Apple: cel mai bun lanț de distribuție?</i> 7.2. Producția globală și managementul lanțului de distribuție 7.3. R&D și inovarea 7.4. Marketingul global 7.5. Managementul resurselor umane	4	prelegere participativă, problematizarea, dialogul socratic	

<p><b>Bibliografie</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adekola, A., Sergi, B. S. (2007). <i>Global business management: a cross-cultural perspective</i>, Ashgate Publishing Limited</li> <li>2. Albaum, G. ș.a. (2002). <i>International Marketing and Export Management</i>, Prentice Hall, Pearson Education Limited</li> <li>3. Burciu, A., coord. (2008), <i>Introducere în Management</i>, editura Economică</li> <li>4. Burciu, A., coord. (2010), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Polirom</li> <li>5. Campbell, D., Craig, T., (2005). <i>Organisation and the Business Environment</i>, second edition, Elsevier Butterworth-Heinemann</li> <li>6. Friedman, M. (1970). <i>The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits</i>, The New York Times Magazine, September 13</li> <li>7. Hill, C., Hult, T. (2016), <i>Global business Today</i>, ninth edition, McGraw –Hill</li> </ol>
--

8. Jones, G., Zeitlin, J. (2007). <i>The Oxford Handbook of Business History</i> , Oxford University Press
9. Kelly, P., Ashwin, A. (2013). <i>The Business Environment</i> , CENGAGE Learning
10. Sloman, J., (2008). <i>Economics and the Business Environment</i> , second edition, Prentice Hall
11. Stonehouse, G. et.al (2004). <i>Global and Transnational Business. Strategy and Management</i> , second edition, John Wiley & Sons, Ltd
12. Wilkinson, I. (2008). <i>Business Relating Business</i> , Edward Elgar
13. Worthington, I., Britton, C. (2006). <i>The Business Environment</i> , Prentice Hall
14. Resurse on-line (baze de date internaționale)
<b>Bibliografie minimală</b>
1. Albaum, G. ș.a. (2002). <i>International Marketing and Export Management</i> , Prentice Hall, Pearson Education Limited
2. Burciu, A., coord. (2008), <i>Introducere în Management</i> , editura Economică
3. Burciu, A., coord. (2010), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i> , Polirom
4. Campbell, D., Craig, T., (2005). <i>Organisation and the Business Environment</i> , second edition, Elsevier Butterworth-Heinemann
5. Friedman, M. (1970). <i>The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits</i> , The New York Times Magazine, September 13
6. Hill, C., Hult, T. (2016), <i>Global business today</i> , ninth edition, McGraw –Hill

Aplicații (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Realizați un eseu plecând de la ideea <i>The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits</i> (Milton Friedman, 1970).	2	exercițiul, problematizarea, studiul de caz, învățare prin cooperare	<i>Instrumente de lucru:</i> calculator, video-proiector, fișe de lucru, platforme și resurse on-line
Începând din anul 2003, Banca Mondială publică seria de rapoarte <i>Doing business</i> , care oferă o imagine asupra mediului de afaceri din aproximativ 190 de economii. Pe baza acestor rapoarte, analizați comparativ mediul de afaceri din România și dintr-o altă țară membră a UE.	2	exercițiul, problematizarea, studiul de caz, învățare prin cooperare	
Entrepreneur publică anual <i>Top Global Franchises</i> . Întocmiți o listă cu primele zece companii care au recurs la franciză ca modalitate de a pătrunde pe piețele externe. Analizați în detaliu una dintre aceste companii și descrieți mediul de afaceri în care operează, modelul ei de afaceri și patternul de expansiune internațională. Identificați posibile aspecte care ar putea fi îmbunătățite pentru ameliorarea competitivității.	3	exercițiul, problematizarea, studiul de caz, învățare prin cooperare	
Sunteți consultantul managerului unei firme mici care produce textile, mai ales articole de calitate, la prețuri ridicate ( <i>premium-priced</i> ). Managerul decide să identifice oportunitățile pe care le are pentru a pătrunde pe piața externă prin export și vă solicită o analiză în acest sens (principalele piețe, etapele care trebuie urmate etc.).	2	exercițiul, problematizarea, studiul de caz, învățare prin cooperare	
Printre altele, exportatorii analizează condițiile existente pe piețele emergente prin recursul la indicatori	2	exercițiul, problematizarea, studiul de caz, învățare prin cooperare	

macroeconomici. <i>Market Potential Index</i> (MPI) este rezultatul unui studiu realizat anual de Michigan State University Center for International Business Education and Research (MSU-CIBER) cu scopul de a oferi exportatorilor instrumente utile în analiza potențialelor piețe externe. Selectați o companie dintr-un anumit sector de activitate și argumentați care dintre dimensiunile incluse în MPI ar avea o importanță mai mare pentru ea ?		
---	--	--



<b>Bibliografie</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adekola, A., Sergi, B. S. (2007). <i>Global business management: a cross-cultural perspective</i>, Ashgate Publishing Limited</li> <li>2. Albaum, G. ș.a. (2002). <i>International Marketing and Export Management</i>, Prentice Hall, Pearson Education Limited</li> <li>3. Burciu, A., coord. (2008), <i>Introducere în Management</i>, editura Economică</li> <li>4. Burciu, A., coord. (2010), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Polirom</li> <li>5. Campbell, D., Craig, T., (2005). <i>Organisation and the Business Environment</i>, second edition, Elsevier Butterworth-Heinemann</li> <li>6. Friedman, M. (1970). <i>The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits</i>, The New York Times Magazine, September 13</li> <li>7. Hill, C., Hult, T. (2016), <i>Global business Today</i>, ninth edition, McGraw –Hill</li> <li>8. Jones, G., Zeitlin, J. (2007). <i>The Oxford Handbook of Business History</i>, Oxford University Press</li> <li>9. Kelly, P., Ashwin, A. (2013). <i>The Business Environment</i>, CENGAGE Learning</li> <li>10. Sloman, J., (2008). <i>Economics and the Business Environment</i>, second edition, Prentice Hall</li> <li>11. Stonehouse, G. et.al (2004). <i>Global and Transnational Business. Strategy and Management</i>, second edition, John Wiley &amp; Sons, Ltd</li> <li>12. Wilkinson, I. (2008). <i>Business Relating Business</i>, Edward Elgar</li> <li>13. Worthington, I., Britton, C. (2006). <i>The Business Environment</i>, Prentice Hall</li> <li>14. Resurse on-line (baze de date internaționale)</li> </ol>		
<b>Bibliografie minimală</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Albaum, G. ș.a. (2002). <i>International Marketing and Export Management</i>, Prentice Hall, Pearson Education Limited</li> <li>2. Burciu, A., coord. (2008), <i>Introducere în Management</i>, editura Economică</li> <li>3. Burciu, A., coord. (2010), <i>Tranzacții comerciale internaționale</i>, Polirom</li> <li>4. Campbell, D., Craig, T., (2005). <i>Organisation and the Business Environment</i>, second edition, Elsevier Butterworth-Heinemann</li> <li>5. Friedman, M. (1970). <i>The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits</i>, The New York Times Magazine, September 13</li> <li>6. Hill, C., Hult, T. (2016), <i>Global business today</i>, ninth edition, McGraw –Hill</li> </ol>		


#### **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>• Conținutul disciplinei este proiectat în concordanță cu cele ale disciplinelor similare predate la programe de studii de licență de la facultăți de profil din țară și străinătate. În cadrul întâlnirilor cu reprezentanții asociațiilor profesionale și cu angajatorii, aceștia au fost consultați cu privire la conținutul disciplinei, astfel încât competențele dobândite de absolvenții acestei specializări să răspundă cerințelor pieței muncii.</li> <li>• Participarea la conferințe organizate în cadrul FEAA, reuniuni de lucru, dezbateri, mese rotunde, întâlniri cu oameni de afaceri sau responsabili pe domenii.</li> </ul>
---

## 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	-corectitudinea și completitudinea cunoștințelor teoretice; -organizarea și coerența conținutului științific; -evidențierea dimensiunii aplicative a temei abordate; -rigoarea științifică a limbajului;	Evaluare sumativă	50%
Seminar	-întocmirea și susținerea portofoliului; -atitudinea favorabilă față de activitatea didactică și implicarea activă a studentului în procesul didactic; -capacitatea de realiza operaționalizări și de a aplica achizițiile în diverse situații concrete; - capacitatea de a realiza analize reflexive și critic constructive; -capacități de analiză și sinteză a unui material; -potențialul creativ demonstrat pe parcursul activităților de seminar, dar și în întocmirea materialelor;	Evaluare continuă pe parcursul semestrului	50%
Laborator	Nu este cazul.	Nu este cazul.	Nu este cazul.
Proiect	Nu este cazul.	Nu este cazul.	Nu este cazul.
Standard minim de performanță			
Explicarea și utilizarea conceptelor de bază proprii disciplinei, analiză comparativă și folosirea lor în situații concrete. Aplicarea achizițiilor în oferirea de exemple, în conceperea de ilustrări, în realizarea de analize.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2021	Conf. univ. dr. Rozalia KICSI 	Ec. dr. Alexandra DANILEȚ 

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
24.09.2021	Conf. univ. dr. Pavel STANCIU 

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
28.09.2021	Prof. univ. dr. Carmen NASTASE 