

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea "Ștefan cel Mare" din Suceava
Facultatea	Inginerie Mecanică, Autovehicule și Robotică
Departamentul	Mecanică și Tehnologii
Domeniul de studii	Inginerie Mecanică
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii	Inginerie Mecanică

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Antreprenoriat				
Anul de studiu	IV	Semestrul	8	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specializare, DC – complementară				DC
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: DOB - obligatorie, DOP - opțională, DAF - facultativă				DAF

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar		Laborator/lucrări practice		Proiect	2
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar		Laborator/lucrări practice		Proiect	28

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	42
II.b) Tutoriat (pentru ID)	
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	44
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	elaborează studiul de fezabilitate; evaluează viabilitatea financiară
Competențe transversale	-

5. Rezultatele învățării

Cunoștință	Aptitudine	Responsabilitate și Autoritate
Studentul/Absolventul analizează concepte și tipologii de afaceri	Studentul/Absolventul identifică oportunități de afaceri	Studentul/Absolventul propune idei fezabile în context economic și tehnologic
Studentul/Absolventul analizează surse de finanțare	Studentul/Absolventul selectează opțiuni de finanțare	Studentul/Absolventul justifică alegerea sursei și impactul asupra sustenabilității
Studentul/Absolventul sintetizează strategii de marketing	Studentul/Absolventul proiectează campanii de promovare	Studentul/Absolventul asigură coerența și etica mesajelor
Studentul/Absolventul evaluează riscurile antreprenoriale	Studentul/Absolventul aplică metode de analiză și propune măsuri	Studentul/Absolventul își asumă decizii preventive și corective
Studentul/Absolventul analizează managementul organizațional	Studentul/Absolventul propune structuri organizaționale	Studentul/Absolventul coordonează și motivează echipa
Studentul/Absolventul evaluează cadrul legislativ și etic	Studentul/Absolventul integrează cerințe legale/etice în cultura organizației	Studentul/Absolventul asigură respectarea legislației și eticii în afaceri

6. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	• Crearea aptitudinilor pentru analiza, implementarea și controlul procesului de management în afaceri.
-----------------------------------	---

7. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Mediul de afaceri: 1.1 Clienții, consumatorii. 1.2 Concurența. 1.3 Furnizorii. 1.4 Intermediarii. 1.5 Categoriile de societăți comerciale, 1.6 Organizații nonguvernamentale și caracteristicile lor. 1.7 Întreprinderea ca entitate organizatorică producătoare de bunuri și servicii	2	Prezentarea, dialogul, dezbaterile	
2. Integrarea activității comerciale în fluxurile impuse de economia de piață 2.1 Locul activității comerciale în circuitul produselor și serviciilor 2.2 Concepte noi privind activitatea comercială 2.3 Competitivitatea în afacerile comerciale 2.3.1 Promovarea trade marketing-ului în distribuția și orientarea vânzărilor 2.3.2 Materializarea relațiilor comerciale în noi formule de parteneriat 2.3.3 Reconfigurarea organizării sectorului comercial	2	Prezentarea, dialogul, dezbaterile	
2.4 Evaluarea performanțelor în relațiile cu clienții prin sistemul fidelizării lor 2.4.1 Modalități de asigurare a performanței în activitatea de vânzări 2.4.2 Monitorizarea standardelor de performanță 2.5 Politici comerciale noi în comerțul cu amănuntul 2.5.1 Necesitatea creșterii cifrei de afaceri prin satisfacerea reală, concretă și completă a nevoilor consumatorilor 2.5.2 Promovarea vânzărilor	2	Prezentarea, dialogul, dezbaterile	
2.6 Tendințe strategice noi în activitatea comercială 2.6.1 Noi strategii în cadrul piețelor concurențiale în afacerile de gros 2.6.2 Canale de distribuție specifice comerțului de gros 2.6.3 O abordare tipologică modernă a sub-sectoarelor în comerțul de gros 2.6.4 Strategii de comercializare în sectorul detailist 2.6.5 Încrucișarea tipologiei bunurilor și tipologiei magazinelor 2.6.6 Redimensionarea circulației în sectorul cu amănuntul	2	Prezentarea, dialogul, dezbaterile	
2.7 Determinarea unui nou comportament de piață 2.7.1 Remodelarea procesului de selectare și formare a personalului din domeniul comercial 2.7.2 Identificarea cererii și a oportunităților de piață 2.7.3 Tendințe și evoluții structurale în procesul de satisfacere a cerințelor consumatorilor 2.8 Economia reală și economia subterană. 2.8.1 Circuite și tehnici bancare de legalizare a veniturilor provenite din economia subterană 2.8.2 Incidentele economiei subterane asupra consumatorului de produse și servicii financiar-bancare	2	Prezentarea, dialogul, dezbaterile	
3. Procesul de management 3.1 Procesul de planificare a afacerii 3.2 Planul de afaceri 3.3 Etapele întocmirii planului de afaceri 3.4 Participanții la activitatea de planificare 3.5 Diferența dintre întreprinzători și manageri	2	Prezentarea, dialogul, dezbaterile	

3.6 Sisteme moderne de administrare a unei firme comerciale 3.6.1 Contractul de franchising și tipologia lui 3.6.2 Configurarea unui program optim de franciza și costurile ei			
3.7 Comerțul electronic 3.7.1 Avantaje și dezavantaje ale comerțului electronic 3.7.2 Condițiile ideale de desfășurare a activității pe piața electronică	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	
4. Aprovizionarea cu mărfuri, materii prime și materiale 4.1. Cercetarea cererii de bunuri și servicii a populației 4.2. Stabilirea necesarului de aprovizionat 4.3. Identificarea, analiza, alegerea principalilor furnizori și contactarea lor 4.4. Recepția 4.5 Conducerea activităților de aprovizionare 4.5.1 Organizarea aprovizionării în societățile comerciale 4.5.2 Particularități ale activității de aprovizionare în cadrul organizațiilor economice productive 4.6 Sisteme moderne de management în domeniul aprovizionării	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	
5. Managementul desfacerilor 5.1. Rolul marketingului în managementul desfacerilor 5.2. Organizarea sectorului de vânzări 5.3. Cercetarea calității servirii	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	
6. Managementul marketingului 6.1 Ce presupune managementul marketingului 6.2 Redefinirea piețelor și a locului unei firme 6.2.1 Tablou de analiză a situației existente 6.2.2 Studiul concurenței 6.3 Criteriile economice ale unui marketing reușit. Politica de preț 6.3.1 Mijloace de determinare a prețului mediu și a politicii de preț 6.3.2 Alți factori care determină fixarea prețurilor 6.4 Celelalte componente ale mixului de marketing 6.4.1 Politica de produs 6.4.2 Politica de promovare 6.4.3 Politica de distribuție	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	
7. Finanțarea 7.1 Forme de finanțare internă 7.2 Finanțarea externă 7.3 Fiscalitatea 7.4 Impozite și taxe directe. 7.5 Facilitățile fiscale. 7.5.1 Zonele libere 7.5.2 Zonele defavorizate	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	
7.6 Influența sectorului bancar asupra derulării afacerilor comerciale pe principiile unui parteneriat modern 7.6.1 Abordări teoretice privind constituirea contractului ca formă a obținerii unui credit de consum 7.6.2 Relația agent economic - sistem bancar, punct de plecare în promovarea unui consumator de tip nou, adaptat la cerințele economiei de piață 7.7 Riscul bancar și implicațiile sale în tranzacțiile comerciale 7.7.1 Tipologia riscului 7.7.2 Determinarea clasei de risc de firmă 7.7.3 Implicațiile riscurilor asupra derulării afacerilor comerciale 7.8 Gestionarea riscurilor în tranzacțiile comerciale 7.8.1 Sisteme de raportare a activității de gestionare a riscului	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	

7.8.2 Aspecte privind exigentele impuse de strategiile de gestionare a riscurilor în cadrul activității băncilor comerciale			
8. Sistemul informatic pentru activități manageriale în întreprinderea comercială 8.1 Sisteme informatice pentru activități de comercializare 8.2 Sisteme informatice pentru activități de marketing 8.3 Sisteme informatice pentru managementul resurselor umane 8.4 Sisteme informatice pentru activitatea financiară	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	
9. Cadrul general al negocierii comerciale. Procesele de cumpărare și vânzare 9.1 Procesele de cumpărare și de vânzare 9.1.1 Criteriile de evaluare ale cumpărătorului 9.1.2 Conținutul procesului de vânzare 9.2 Caracteristicile negocierii comerciale 9.3 Tehnicile de vânzare în procesul de negociere comercială 9.3.1 Descoperirea nevoilor cumpărătorului 9.3.2 Prezentarea produsului 9.3.3 Tratarea obiecțiilor cumpărătorului	2	Prezentarea, dialogul, dezbateră	
Bibliografie minimală			
• Mironeasa Costel. Managementul afacerii. Note de curs, 2025. • Cornescu, V., Ionescu, V., Economia și managementul afacerilor mici și mijlocii, Editura Universității din București, 2011. • Tantau A., Managementul strategic. De la teorie la practica, CH Beck, Bucuresti, 2011			

Aplicații (Proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Analiza mediului de afaceri pentru întreprinderile mici și mijlocii	2	Proiectul	
• Studierea și analiza competitivității în afacerile comerciale	2	Proiectul	
• Franchising. Metodă modernă de administrare	2	Proiectul	
• Relațiile cu furnizorii. Aspecte economice	2	Proiectul	
• Relațiile cu beneficiarii. Aspecte economice	2	Proiectul	
• Contractul comercial, condiții de încheiere și negociere	2	Proiectul	
• Evaluare	2		
Bibliografie minimală			
• Mironeasa Costel. Managementul afacerii. Note de curs, 2024. • Cornescu, V., Ionescu, V., Economia și managementul afacerilor mici și mijlocii, Editura Universității din București, 2011.			

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Nivelul de însușire a cunoștințelor referitoare la subiectele expuse. Raționamentul privind abordarea unor subiecte specifice de managementului afacerii.	Test tip grilă	60%
Seminar	Participarea activă la activitățile de seminar prin cel puțin o luare a cuvântului. Expunerea unor păreri proprii privind activitățile de management al afacerii. Redactarea corectă etapelor de proiect.	Dialogul	40%

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului activităților aplicative
24.09.2025	Prof.univ.dr.habil.ing. Costel MIRONEASA	Prof.univ.dr.habil.ing. Costel MIRONEASA
		

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
26.09.2025	ef lucrări univ. dr.ing. Luminița IRIMESCU
Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
29.09.2025	Conf.univ.dr.ing. Delia Aurora CERLINĂ
Data aprobării în consiliul facultății	Semnătura decanului
29.09.2025	Prof.univ.dr.ing. Ilie MUSCĂ