

Management și Marketing

Facultatea	Facultatea de Inginerie Mecanică, Industrială și Transporturi				
Catedra/departamentul	Departamentul Inginerie și Management Industrial				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studiu	714.7 Robotică și Mecatronică				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
III (învățământ cu frecvență);	5	E	U – unitate de curs de orientare socio-umanistă	O - unitate de curs obligatorie	6

1. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Laborator/seminar	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
180	45	0/45	-	45	45

2. Precondiții de acces la unitatea de curs/modul

Conform planului de învățământ	Teoria Economică, Economia și Statistica ramurii, Etica profesională și Bazele comunicării
Conform competențelor	Obținerea abilităților de gândire economică și de luare a deciziilor manageriale în diverse circumstanțe economice și organizaționale

3. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator și microfon. Nu vor fi tolerate întârzierile studenților, precum și convorbirile telefonice în timpul cursului.
Laborator/seminar	Studenții vor efectua calcule ale indicatorilor economici, vor analiza situațiile economice, care pot provoca crize economice sau de carieră, vor efectua simulări ale situațiilor de producție cu ulterioarele soluții de rezolvare.

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP1. Aplicarea cunoștințelor fundamentale de cultură tehnică generală și de specialitate pentru rezolvarea problemelor tehnice specifice domeniului Robotica și Mecatronica</p> <p>CP1.1Definirea noțiunilor fundamentale de matematică, fizică, mecanica fină, rezistența materialelor, mecanisme și de programarea sistemelor de calcul.</p> <p>CP1.2Utilizarea de teorii și instrumente specifice domeniului (algoritmi, metode, tehnici, protocoale, modele, scheme, diagrame etc.) pentru explicarea structurii și funcționării sistemelor robotice și mecatronice.</p> <p>CP1.3Utilizarea schemelor și organigramelor în elaborarea aplicațiilor informatice dedicate, a metodelor de calcul numeric și matriceal în rezolvarea ecuațiilor și a sistemelor de ecuații și în analiza comparativă a soluțiilor posibile.</p> <p>CP1.4Aprecierea calității sistemelor robotice și mecatronice în funcție de caracteristicile materialelor și componentelor utilizate.</p> <p>CP1.5Proiectarea algoritmilor de calcul asistat și a proceselor tehnologice specifice execuției</p>
-------------------------	--

	produselor robotice și mecatronice.
Competențe transversale	<p>CT2.Demonstrarea capacității de lucru în echipă, identificarea rolurilor și esponsabilităților individuale și comune, luarea deciziilor și atribuirea de sarcini, cu aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p> <p>CT3.Demonstrarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru dezvoltare profesională și personală, prin formare continuă utilizând surse de documentare în limba română și în limbile de circulație internațională.</p>

5. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Formarea abilităților manageriale, care ar permite valorificarea maximală a factorilor de producție în activitatea întreprinderilor contemporane și asigurarea competitivității acestora la nivel național și internațional
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Să înțeleagă și să utilizeze suportul științific al managementului în diferite situații ale activităților economice în cadrul întreprinderilor. ➤ Să cunoască metodele și tehnicile informaționale de luare a deciziilor manageriale și de gestiune al acestora. ➤ Să poată aplica funcțiile managementului adecvate situațiilor de caz formate la întreprindere. ➤ Să-și formeze capacități comunicaționale pentru gestionarea proceselor de producție, să utilizeze tehnologiile informaționale pentru diverse tipuri de comunicare. ➤ Să însușească aspectele metodice și aplicative în inițierea/dezvoltarea afacerilor. ➤ Însușirea metodologiei de întocmire a planului-business și calculul nivelului de fezabilitate al acestuia, utilizând instrumentarul tehnologiilor informaționale. ➤ Posedarea abilităților de formare a relațiilor interpersonale în cadrul grupurilor de lucru.

6. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica prelegerilor		
T1. Esența managementului ca știință, artă și proces. Caracteristicile managementului la etapa contemporană.	1	
T2. Organizația ca subiect managerial, interacțiunea acesteia cu mediul extern.	1	
T3. Antreprenoriat: rolul și funcțiile acestuia în economia contemporană. Dezvoltarea antreprenoriatului în R.Moldova: viziune comparată.	1	
T4. Primii pași în afacere. Algoritm de inițiere al afacerilor.	1	
T5. Procesele de producție: organizarea acestora și tipurile de producție.	1	
T6. Evaluarea duratei ciclurilor de producție. Factori de reducere a duratei ciclurilor de producție.	2	
T.7. Structurile organizaționale ale întreprinderii: forme și caracteristici.	2	
T.8. Managerul: noțiuni, abilități, clasificare și rolurile acestora în cadrul întreprinderii.	2	
T.9. Stiluri de conducere și performanța acestora.	2	
T.10. Concepte și forme de motivare ale muncii în cadrul întreprinderii contemporane.	2	
T.11. Planificarea strategică a întreprinderii: algoritm și tipuri de strategii.	2	
T.12. Planul de afaceri al întreprinderii. Calculul pragului de rentabilitate.	2	
T.13. Echipa managerială: criteriile de evaluare, principiile de formare, etape de dezvoltare.	4	
T. 14. Planul financiar al întreprinderii.	4	

T. 15. Comunicarea în cadrul întreprinderii.	3	
Marketing		
T1. Conceptul de marketing.	1	
T2. Mediul de marketing al întreprinderii	2	
T3. Piața în viziunea de marketing	2	
T4. Cercetarea de marketing	2	
T5. Studiarea comportamentului consumatorului	2	
T6. Mixul de marketing. Politica de produs.	2	
T7. Politica de preț și politica de distribuție în mixul de marketing	2	
T8. Politica de promovare- componentă a mixului de marketing	2	
Total prelegeri:	45	

Tematica activităților didactice		Numărul de ore	
Nr/o	Tematica lucrărilor de laborator/seminariilor	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
LL1	Studiarea Legii despre întreprindere și antreprenoriat a Republicii Moldova”, Nr.845-XII din 03 ianuarie 1992;, Legii despre susținerea și protecția micului business , Codului Fiscal al Republicii Moldova, Monitorul Oficial Nr.1165-XV din 24 aprilie 1997 etc.	1	
LL2	Calculul duratei ciclurilor de producție. Evaluarea gradului de paralelizare a proceselor.	1	
LL3	Calculul parametrilor fluxului întrerupt și neîntrerupt.	1	
LL4	Jocurile didactice ”Telefonul stricat”, ”Mafia” care vor testa capacitățile comunicaționale ale studenților ca viitori antreprenori.	1	
LL5	Joaca didactică „Inițierea afacerii”. Analiza avantajelor și dezavantajelor diferitor forme de antreprenoriat.	1	
LL 6	Întocmirea unui plan de afaceri după capitole. Calculul pragului de rentabilitate	2	
LL7	Proiectarea structurilor manageriale. Studiarea avantajelor și dezavantajelor diferitor structuri. Joaca didactică ”Scaunul fierbinte”.	2	
LL8	Testarea complexului motivațional la studenți și evaluarea capacităților antreprenoriale, testul lui Cătălin Zamfir.	2	
LL9	Joaca didactică ”Imaginea”. Testarea temperamentului și caracterului, evaluarea gradului de compatibilitate a personalului în firmă.	2	
L10	Lucrare practică de evaluare a calității produselor SOFT și Hard cu destinație economică.	2	
L11	Joaca didactică ”Zbor spre Lună” pentru evaluarea capacităților de comunicare și de lider în echipa managerială.	2	
LL12	Planificarea strategică - funcția centrală a firmei. Analiza SWOT a firmei, evaluarea diferitor tipuri de strategii ale întreprinderii.	2	
LL13	Elaborarea conceptuală a Planului de afaceri. Completarea capitolelor. Calculul pragului de rentabilitate.	2	
LL14	Planul financiar al firmei.	4	
LL15	Sistemul fiscal al Republicii Moldova Calculul impozitelor și defalcărilor în Fondul Social.. Reglementările juridice privind impozitul pe venit. Reglementările juridice privind taxa pe valoare adăugată. . Reglementările juridice privind taxele vamale și accizele.	5	
	Marketing		
	S1.Conceptul de marketing și evoluția acestuia.	1	

	S2. Factorii micro- și macromediul de marketing al întreprinderii.	2	
	S3. Calculul capacității pieței și cotei de piață.	2	
	S4. Etapele unei cercetări de marketing.	2	
	S5. Analiza comportamentului consumatorului, factorilor de influență și a procesului deciziei de cumpărare.	2	
	S6. Componentele politicii de produs. Etapele ciclului de viață a produsului.	2	
	S7. Elaborarea strategiei de preț. Strategii de distribuție.	2	
	S8. Componentele politicii promoționale.	2	
	Total lucrări de laborator/seminare:	45	

7. Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> 1. BUGAIAN L. ș.a. Antreprenoriat: inițierea afacerilor. Ch. : UTM, 2010. 343 p. ISBN 978-9975-9649-4-4. 2. BURDUȘ E. <i>Management Comparat Internațional</i>. Ed. II. București: Economică, 2004. 3. COVAȘ L. <i>Cultura afacerilor</i>. Ch.: ASEM, 2004. 23 p. ISBN 9975-75-131-8. 4. CERTAN S. (coordonator) ș.a. <i>Managementul afacerilor</i>. Curs universitar Ch.: CEP USM, 2005. 352 p. ISBN 9975-70-572-3. 5. DRUCKER P. <i>Inovation and Entrepreneurship</i>. Harper & Row, 1986. 220 p. 6. GÂNDEA R.; GÂNDEA D. <i>Comunicarea managerială</i>. București: Expert, 1996. 7. CLARKE Liz. <i>Managementul schimbării</i>. București: Teora, 2002. 8. GOROBIEVSCHI S. <i>Antreprenoriatul: aspecte fundamentale manageriale</i>. Ch.: Tehnica-Info, 2009. 326 p. ISBN 978-9975-45-119-2. 9. GOROBIEVSCHI S. <i>Concepte și abordări metodologice de evaluare și creștere a Calității Vieții</i>. Ch: Tehnica-Info, 2013. 420 p. ISBN 978-9975-63-346-8. 10. GOROBIEVSCHI S. <i>Cum să reușim în afaceri?</i> Ghidul didactico-practic. Ch.: Pontos, 2008. 136 p. ISBN 978-9975-72-130-1. 11. GOROBIEVSCHI S. <i>Managementul personalului. Tehnici de recrutare</i>. Ch.: UTM, 2004. 76 p. 12. GOROBIEVSCHI S.; CILOCI R.; COBAN M.; CÎȘLARI E. <i>Organizarea și gestionarea businessului propriu</i>. Ch.: UTM- Tehno-INFO, 2004. 13. GOROBIEVSCHI S.; GRIBINCEA, A.; IORDACHE, F. <i>Corporațiile transnaționale și procesele de integrare economică a României în Uniunea Europeană</i>. București: NICULESCU, 2007. 187 p. ISBN 978-973-748-299-0. 14. GOROBIEVSCHI S.; GRIBINCEA A. <i>Managementul relațiilor economice internaționale</i>. Ch.: CIVIC PROJECT. Ch.: ULIM, 2002. 233 p. ISBN 9975-920-80-2. GOROBIEVSCHI, S. 15. GOROBIEVSCHI S. <i>Îndrumar Metodic referitor la întocmirea capitolului organizațional - economic al tezelor de licență la specialitățile facultății „Calculatoare, Informatică și Microelectronică”, Chișinău: UTM, 2003.</i> 16. HOFSTEDE GEERT. <i>Cultures and Organizations, Software of the mind</i>, Institute for Research on Intercultural Cooperation (IRIC), Published by McGraw – Hill Book Company Europe, London, 1991. 180 p. 17. JANSEN IU. <i>Managementul carierei</i>. Ghid didactic. Iași: POLIROM, 2007. 318 p. 18. MESCON M.; ALBERT M.; HEDOURI F. <i>Management</i>. Moscova: DELO, 1994. 787 p. <p>Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ARMSTRONG, G., HARKER, M., KOTLER, Ph, BRENNAN, R., <i>Marketing: An Introduction</i>, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, 2009. 2. COJUHARI, A. <i>Cercetări de marketing</i>. Chișinău: Evrica, 2006. 3. COSMA, S., BOTA, M., <i>Bazele marketingului</i>, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2004. 4. HARNĂU S. și a. <i>Marketing</i>. Chișinău: BIZPRO, Biblioteca antreprenorului, 2003.
------------	---

	<p>5. KOTLER, Ph., ARMSTRONG, G., WONG, V., SAUNDERS, J. A., Principles of marketing, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, 2008.</p> <p>KOTLER, Ph., Managementul marketingului, ediția a 4-a, Editura: Teora, București, 2004.</p>
Suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi nr.845-XII din 03.01.1992, Monitorul Oficial nr.2/ 33 din 28.02.1994. 2. nr.998-XII din 01.04.1992// Monitorul Oficial nr. 4/88-1 din 30.04.1992. 3. Legea cu privire la instituțiile financiare a Republicii Moldova nr.550-XIII din 21.07.1995 // Monitorul Oficial nr.1 din 01.01. 1996. 4. Legea cu privire la faliment nr.786 din 26.03.96, Monitor nr.58/583 din 05.09.1996. 5. Legea Republicii Moldova cu privire la franchising, nr.1335-xiii din 01.10.97, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.82-83 din 11.12, 1997. 6. Legea cu privire la Zonele Economice Libere a Republicii Moldova nr.440-XV din 27.07.2001 // Monitorul Oficial nr.108-109 din 06.09.2001. 7. Legea cu privire la investiții în activitatea de întreprinzătorilor a Republicii Moldova nr. 81- XV din 18.03.04 // Monitorul Oficial nr. 64-66 din 23 aprilie 2004. 8. Legea cu privire la leasing nr. 59-XVI din 28.04.2005, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 92-94/429 din 08.07.2005. 9. Strategia de dezvoltare a R.Moldova 2013-2020. <p>Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ANGHEL, L. Marketing: curs. București: A.S.E., 2000. 2. KOTLER, Ph., Kotler despre marketing - Cum să creăm, cum să câștigăm și să dominăm piețele. Editura: Curier Marketing, București, 2003. 3. KOTLER, Ph. Marketing de la A la Z. București: Codus, 2004. <p>SASU, C. Marketing internațional. Iași: Polirom, 2005.</p>

8. Evaluare

Forma de învățământ	Periodică		Curentă	Lucrul individual	Examen final
	Atestarea 1	Atestarea 2			
Cu frecvență	15%	15%	15%	15%	40%
Standard minim de performanță					
Prezența și activitatea la prelegeri și lucrări de laborator					
Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre evaluări și lucrări de laborator					