

MANAGEMENT GENERAL
1. Date despre disciplină

Facultatea	Inginerie Economica si Business				
Departamentul	Economie si Management				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studii	0414.1 Marketing și logistică				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
I (învățământ cu frecvență);	II	examen	F – unitate de curs fundamentale	unitate de curs obligatoriu	4
I (învățământ cu frecvență redusă)	III				

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ zi/fr	dintre care						
	ore auditoriale				lucrul individual		
	Curs	Seminar	Lucrări de laborator	Lucrări practice	Proiectare	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
120	30	30				60	
120	12	12				96	

3. Precondiții de acces la disciplină

Conform planului de învățământ	Pentru a atinge obiectivele cursului studenții trebuie să posede abilități de analiză cantitativă, gândire critică, să cunoască legislația în vigoare în domeniul organizării și funcționării businessului, formele organizatorico-juridice.
--------------------------------	--

4. Competențe specifice acumulate

Competențe Generale/Profesionale CG1. Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economica în domeniul de activitate CG2. Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice CG4. Utilizarea software și a sistemelor de calcul și	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate: . rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice; . evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ramurii/economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile; analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și
---	--

operare a datelor specifice domeniului de activitate CP1. Realizarea cercetărilor de marketing	obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale; realiza cercetarea de marketing în baza surselor relevante și obiective de informare, cu scopul de a interpreta și prognoza tendințele actuale și de viitor ale pieței, utilizând tehnici și instrumente digitale;
CP2. Conceperea și realizarea programelor și a proiectelor de orientare spre piață	elabora programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la satisfacerea nevoilor consumatorilor; ajusta activitățile operaționale conform intereselor consumatorilor/publicului-țintă, asigurând realizarea proiectelor de orientare spre piață;
CG3.Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate	aplica prevederile cadrului normativ asociat funcționării eficiente a entității, respectând inclusiv codul deontologic al marketerului, existent la nivel național și internațional; elabora un plan de activitate în domeniul marketingului, stabilind obiectivele, responsabilitățile, costurile, riscurile; aplica instrumentele aferente realizării politicii de produs; evalua sensibilitatea cererii față de preț, propunând
CG 5. Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate	programe de stimulare a vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție; aplica instrumentele și tehnicile de promovare adoptate în întreprindere / organizație;
CP3. Realizarea politicii de marketing a întreprinderii / organizație	. utiliza tehnici creative pentru identificarea soluțiilor în domeniul marketingului, implicit cu ajutorul competențelor de comunicare și muncă în echipă și cu utilizarea softurilor specializate; identifica instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
CP4. Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale	identifica instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe . elabora strategia de comunicare în funcție de obiectivele stabilite, inclusiv prin utilizarea datelor generate de diverse site-uri, platforme, contribuind la creșterea notorietății și a vizibilității companiilor, brandurilor în cadrul pieței;
CP5. Realizarea activităților de achiziționare	. identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
CP6. Realizarea activităților logistice	elabora conținuturi publicitare și determina criteriile de validare a acestora; elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu;
CP7. Implementarea politicii de comunicare în marketing	. determina și analiza indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica; prognoza indicatorilor de performanță în contextul planificării strategice de marketing;

CP8. Elaborarea conținutului publicitar	
CP9. Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică	
CP10. Evaluarea performanțelor în marketing și logistică	. evalua rezultatele activităților din marketing și logistică, pentru a contribui la eficientizarea activităților și creșterea competitivității întreprinderii/organizației, implicit prin instrumente digitale de generare a datelor primare și rapoartelor.

5. Conținutul disciplinei

Tematica activităților didactice	Numărul de ore ¹	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica cursurilor		
T1. Conceptul si notiunea managementului	2	1
T2. Managerul si locul sau in cadrul organizatiei	2	1
T3. Evolutia gindirii manageriale	2	1
T4. Firma si mediul ambiant al ei	2	1
T5-6. Functiile managementului	4	1
T7 Procesul si sistemul de management	2	1
T8. Subsistemul organizatoric. Organizarea formala si neformala a organizatiei	2	1
T 9-10. Tipurile principale de structuri organizatorice	4	1
T11. Subsistemul informational	2	1
T12. Subsistemul decizional	2	1
T13 Metode si tehnici specifice de management	2	1
T14. Metode si tehnici generale de management	2	
T 15. Management strategic		
Total curs:	30	12
Tematica lucrărilor practice/seminarelor/lucrărilor de laborator		
LP1. Notiuni generale privind managementul	2	1
LP2. Caracteristica managerului modern	2	1
LP3. Studiu de caz „ Organizatia si manager”	2	1
LP4. Examinarea mediului ambiant	2	1
LP5. Mediu extern. Oportunitati si pericole.	2	1
LP6. Planificarea functie a managementului	2	1
LP 7. Functia de motivare in management	2	1
LP. 8 Organizarea neformala a unei intreprinderi		
LP 9-10. Structura organizationala.	4	1

¹ La necesitate se introduce coloană pentru învățământ dual

Studiu de caz Abilitatea de cooperare		
LP.11 Sistemul informatiilor la intreprindere	2	1
LP.12 Decizia manageriala. Studiu de caz	2	
LP.13 Metoda Delbecq 2 1	2	1
LP 14 Examinarea metodelor generale de management 2		
LP15.Strategia intreprinderii'' Studiu de caz 2	2	1
Total seminarii:	30	12

6. Referințe bibliografice

Principale	1. http://moodle.utm.md/course/view.php?id=1234 2. Management General. Note de curs. Litvin A., Ciloci R., Turcan T. http://repository.utm.md/handle/5014/26617 3. Baragan L.-G., Dalota M-D., Management General, Ed. Pro Univeristaria, 2020
Suplimentare	4.Leadership & Management (suport de curs) Publisher: Sinectica-Com, Chișinău, 2024 Editor: Larisa Bugaian, 2024 5. Ungureanu Alexandra, Ciloci Rafael, The entrepreneurship osmosis in relation to economic growth's conceptual framework, The USV annals of Economics and Public Administration , vol.22, issue 2(36), Universitatea Stefan cel Mare, Suceava, 2023 6. Maryam Elbanjoui, Abelaziz Elbjani, Rafael Ciloci,The causes of small businesses failure, Journal of Social Sciences, vol. 5 (2), pp131-143, 2020 7. Nicolaescu O., Nicolaescu C., Organizatia si managementul bazat pe cunostinte-Teorie, metodologie, studii de caz si baterii de teste, Ed. Pro Universitaria, 2011 8. Nicolaescu O., Verbencu I., Fundamentele managementului organizatiei, Ed. Universitara, 2008 9. Nicolaescu O., Verbencu I., Metodologii manageriale, Ed. Universitara, 2008 10. Ionescu Gh., Cazan E., Management, Ed. Universitatii de vest, 2007 11. Lock D., Manualul Gower de management, Ed. Codecs, 2009 12. Nicolaescu O. Sisteme, metode si tehnici manageriale, Bucuresti, Editura Economica, 2000 13. Tuturea, Bazele managementului, Bucuresti, 1999

7. Evaluare

Tip de evaluare	Modul de desfășurare, standard minim de performanță	Pondere pe componente de conținut	Nota generală
Evaluare curentă	Discurs la tema	15 %	Nota semestrială 60%
Studiu individual	Discurs la tema	15 %	
Evaluare periodică			
EP 1	Test de scris	15 %	
EP 2	Test de scris	15 %	
Proiect/teză			
Examen semestrial	Oral, în baza biletului individual	40 %	Evaluare finală 40%