

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ÎN BUSINESS

1. Date despre disciplină

Facultatea	Inginerie economică și Business				
Departamentul	Teorie economică și Marketing				
Ciclul de studii	Studii superioare de Master, ciclul II				
Programul de studii	Marketing digital				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
I (învățământ cu frecvență);	2	E	S – unitate de curs de specialitate	O - unitate de curs obligatorie	5

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Lucrări practice/laborator	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
150	18	20	-	52	60

3. Precondiții de acces la disciplină/modul

Conform planului de învățământ	---
--------------------------------	-----

4. Competențe specifice acumulate

Competențe Generale/Profesionale	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>
CP2. Organizarea și evaluarea procesului de cercetare în marketing	2. aplica metodele de cercetare în marketing și prezenta rezultatele cercetărilor prin diverse rapoarte elaborate, aplicând tehnologii informaționale;
CG2. Elaborarea strategiilor și a deciziilor de asigurare a dezvoltării durabile a entităților CP5. Planificarea strategică a activității departamentului / serviciului	5. determina obiectivele de marketing ale întreprinderii, strategiile aferente și conținutul politicilor de marketing: produs, preț, plasament, promovare, personal și bugetul necesar;
CP9. Organizarea activităților de transport, depozitare și distribuție a bunurilor	9. descrie procesul de organizare a distribuției, pornind de la strategiile, politicile, planurile de stocare și distribuție aprobate, utilizând tehnologii informaționale;
CP12. Monitorizarea contextului creativ în realizarea activităților de marketing	12. prezenta argumentat idei și strategii noi în domeniul marketing și logistică, urmărind spiritul creativ, unic, modern, inconfundabil, atât la nivel strategic, cât și operațional;

CP15. Planificarea, organizarea și realizarea cercetărilor științifice	15. realiza activități de cercetare științifică în cadrul unor proiecte universitare/instituționale, elaborând lucrări și articole științifice, participând la conferințe, forumuri științifice naționale și internaționale;
---	--

5. Conținutul disciplinei

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica cursurilor		
1. Introducere în inteligența artificială în business	2	
2. ChatGPT, Perplexity, Gemini.	4	
3. Ingineria Prompturilor	2	
4. Prompturi pentru productivitate în business	4	
5. Crearea AI Assistants	4	
6. Analiza datelor și cercetarea	2	
Total curs:	18	

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica lecțiilor practice		
1. Introducere în inteligența artificială în business	2	
2. ChatGPT, Perplexity, Gemini.	4	
3. Ingineria Prompturilor	2	
4. Prompturi pentru productivitate în business	4	
5. Crearea AI Assistants	4	
6. Analiza datelor și cercetarea	4	
Total lecții practice:	20	

6. Referințe bibliografice

Principale	1. TEIK TOE TEOH, YU JIN GOH. <i>Artificial Intelligence in Business Management</i> . 2023. Springer. Hardcover 383 p. ISBN 978-981-994-557-3.
Suplimentare	1. ROETZER Paul, KAPUT Mike. <i>Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the Future of Business</i> . Matt Holt Books, 2022, 256 p., ISBN 978-163-774-079-8. 2. KOTLER, Philip, KARTAJAYA, Hermawan, SETIAWAN, Iwan. <i>Marketing 5.0: Technology for Humanity</i> . First edition, Published by Wiley, 2021, p. 272, ISBN 978-1-119-66084-7.

7. Utilizarea inteligenței artificiale generativă

Permisuni de utilizare	Inteligența artificială generativă poate fi utilizată în cadrul disciplinei ca instrument de suport pentru activități academice, după cum urmează: • elaborarea și optimizarea instrumentelor de cercetare de marketing; • documentarea și sintetizarea literaturii de specialitate; • structurarea lucrărilor și organizarea conținutului academic; • analiza exploratorie a datelor și identificarea tendințelor generale.
-------------------------------	--

	Utilizarea inteligenței artificiale nu înlocuiește contribuția intelectuală proprie a studentului, aceasta rămânând esențială pentru evaluare. Instrumente recomandate: ChatGPT, Google Gemini, Perplexity AI, Microsoft Copilot, Grammarly, Canva AI.
Restricții de utilizare	Utilizarea inteligenței artificiale generative în cadrul disciplinei este supusă următoarelor restricții: • este interzisă redactarea integrală a lucrărilor, proiectelor sau rapoartelor de cercetare cu ajutorul AI; • conținutul generat de AI nu poate fi prezentat ca rezultat exclusiv al muncii proprii a studentului; • este interzisă generarea sau utilizarea de date fictive prezentate ca rezultate reale ale cercetării; • utilizarea AI nu poate substitui analiza critică, interpretarea și concluziile formulate de student; • încălcarea normelor de etică academică, inclusiv plagiatul și lipsa transparenței privind utilizarea AI. Studentul are responsabilitatea de a verifica corectitudinea informațiilor furnizate de AI și de a respecta standardele academice și metodologice ale disciplinei.

8. Evaluare

Tip de evaluare	Modul de desfășurare, standard minim de performanță	Pondere pe componente de conținut	Nota generală
Evaluare curentă	1.Verificarea materialului teoretic 2.Crearea propriilor AI Assistants pentru proiecte 3. Comunicare interactivă.	15%	
Studiu individual		15%	
Sarcina selectată de student la începutul semestrului de studii	Prezentare / discurs la temă		
Evaluare periodică			
EP 1	test pentru evaluarea periodică	15%	
EP 2	test pentru evaluarea periodică	15%	
Proiect/teză	-		
Examen semestrial	Mixt, în baza testului individual	40%	