

FIȘA DISCIPLINEI
(licență)

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ȘTEFAN CEL MARE" din SUCEAVA
Facultatea	DE LITERE ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
Departamentul	de Inginerie alimentară
Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
Ciclul de studii	Licență (Învățământ cu frecvență)
Programul de studii	MEDIA DIGITALĂ

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ANTREPRENORIAL ÎN MEDIA DIGITALĂ				
Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr.ec. Ghiuță Ovidiu-Aurel				
Titularul activităților aplicative	Conf.univ.dr.ec. Ghiuță Ovidiu-Aurel				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC – complementară				DS
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

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

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	32
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	30
II d) Tutoriat	
III Examinări	2
IV Alte activități (precizați):	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	92
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	150
Numărul de credite	6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	<input type="checkbox"/>
Competențe	<input type="checkbox"/>

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	● Sală de curs dotată cu videoproiector și tablă	
Desfășurare aplicații	Seminar	● Sală de seminar dotată cu videoproiector și tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării CP4 Realizarea și promovarea unui produs de media digitală; CP7 Organizarea de evenimente (conferințe de presă, lansare de produse, vizite de presă, expoziții)
-------------------------	---

Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT 2Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
-------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei	- dezvoltarea unei viziuni antreprenoriale
	- înțelegerea corectă și completă a termenului de antreprenor
	- analiza și exemplificarea caracteristicilor antreprenor
	- diversificarea și completarea cunoștințelor antreprenoriale, printr-o abordare interdisciplinară a operațiunilor economice, în vederea dezvoltării capacității de a acționa responsabil, independent și creativ
	Curs - familiarizarea cu conceptele de antreprenor, antreprenariat - familiarizarea cu cele mai importante mecanisme care guvernează activitatea agenților economici - înțelegerea structurii unui plan de afaceri - înțelegerea viziunii antreprenoriale.
	Seminar - abilități, cunoștințe certe și profund argumentate referitoare la realizarea unui plan de afaceri - abilități de a implementare a unei mini proiect antreprenorial; - capacitate de căutare, analiză și sinteză a informațiilor necesare în procesul de promovare și inovare; - capacitatea de a lucra în echipă; - capacitatea de estimare și atragere a unui buget necesar pentru planul de afaceri realizat.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. INTRODUCERE 1.1. Obiectivele cursului, profesorului și studenților. Mod de predare și evaluare 1.2. Antreprenoriatul astăzi	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
2. ANTREPRENORIAT ȘI ANTREPRENOR 2.1. Noțiunea și dimensiunile conceptului de antreprenoriat 2.2. Noțiunea și dimensiunile conceptului de antreprenor 2.3. Mituri privind antreprenorul	4	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
3. MOTIVAȚIE ȘI PROFIL PERSONAL 3.1. Motivația 3.2. Piramida lui Maslow 3.3. Imaginea de sine 3.4. Încrederea în sine	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
4. MARKETING ȘI STUDII DE PIAȚĂ 4.1. Procesul decizional de cumpărare 4.2. Conceptul de marketing 4.3. Clientul 4.4. Cercetarea pieței 4.5. Mixul de marketing	4	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
4.1. ANALIZA PIEȚEI 4.2. Segmentare 4.3. Instrumente de cercetare	3	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
5. PLANUL DE AFACERI (1) 5.1. Utilitatea planului de afaceri 5.2. Structura planului de afaceri 5.3. Analiza macro și micro mediului 5.4. Analiza SWOT	3	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții

6. PLANUL DE AFACERI (2) 6.1. Planul managerial 6.2. Planul de management financiar	4	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
7. AFACERI ÎN MEDIA DIGITALĂ 7.1. Studii de caz	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
8. PREZENTAREA MODELUL CANVAS ADAPTAT Studii de caz	4	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
Bibliografie			

1. Acs, Zoltan, *The knowledge spillover theory of entrepreneurship*, editura An Elgar Research Collection, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, 2010;
2. Baron, Robert, *Entrepreneurship: a process perspective*, editura Thomson, Mason, Ohio, 2005;
3. Barringer, Bruce, *Entrepreneurship: successfully launching new ventures*, editura Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, N. J., 2006;
4. Beckwith, Harry, *Ce îşi doresc clienţii noştri: ghid pentru dezvoltarea afacerii*, editura Polirom, Iaşi, 2007;
5. Chaffey, Dave, Ellis-Chadwich, Fiona, *Digital marketing*, 6th edition, Pearson Education, 2016;
6. Chaffey, Dave, Smith, PR, *Emarketing excellence: Planning and optimizing your digital marketing*, 4th Edition, Routledge, 2013;
7. Chiriac, Lucian et al., *Business planning*, editura BWV Dortmund Publishing House, Frankfurt am Main, 2009;
8. Charlesworth, Alan, *Digital marketing: A practical approach*, 2nd Edition, Routledge, 2014;
9. Delmar, Frédéric, *Knowledge intensive entrepreneurship : the birth, growth and demise of entrepreneurial firms*, editura Edward Elgar, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, 2010;
10. Drucker, Peter, *Organizaţia viitorului*, Editura Teora, Bucureşti, 2000;
11. Drucker, Peter, *Investiţia şi sistemul antreprenorial: practică şi principii*, Editura Enciclopedică, 1993;
12. Farrell, Larry, *Cum devii antreprenor : dezvoltă-ţi propria afacere!*, Editura Curtea Veche, Bucureşti, 2011;
13. Fayolle, Alain, *European Entrepreneurship in the globalizing economy*, Edward Elgar, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, 2011;
14. Fülöp-Szilágyi, Erika et al., *Entrepreneurship*, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice, 2009;
15. Ghenea, Marius, *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunităţi şi succes în afaceri*, Editura Universul juridic, Bucureşti, 2011 ;
16. Ghiuţă, Ovidiu-Aurel, *note de curs – Antreprenoriat 2017*
17. Ghiuţă, Ovidiu-Aurel, *Brandul. Ce este şi cum îl construim*, Editura Tehnopress, Iaşi, 2015
18. Ghiuţă, Ovidiu-Aurel, *L'influence du brand sur le comportement de l'électeur*, Éditions Universitaires Européennes, 2011;
19. Guillebeau, Chir, *100 euro pour lancer son business*, Pearson Education, 2014;
20. Helmchen-Burger, Thierry et al., *Small business administration*, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice, 2009;
21. Hitt, Michael, *Entrepreneurship*, Blackwell Publishing, Malden SUA, 2005;
22. Kapferer, Jean-Noel, Zvonurile: cel mai vechi mijloc de informare din lume, Editura Humanitas, Bucureşti, 2006;
23. Keller, Jeff, *Atitudinea este totul*, editura Curtea Veche, Bucureşti, 2008;
24. Keller, Kevin şi alii, *Management stratégique de la marque*, 3^e édition, Pearson Education, Paris, 2009;
25. Kiyosaki, Robert, *Un IQ financiar mai bun: cum să-ţi foloseşti banii mai cu cap*, Editura Curtea Veche, Bucureşti, 2011;
26. Kotler, Philip, *Marketing 3.0: de la produs la consumator şi la spiritul uman*, editura Publica, Bucureşti, 2010;
27. Kotler, Philip; Keller, Kevin, *Marketing Management*, Pearson Education, 2015;
28. Lambing, Peggy, Kuehl, Charles, *Entrepreneurship*, 4th edition, Pearson Education, 2013;
29. Lewi, Georges, Lacoëuilhe, Jérôme, *Branding management. La marque: de l'idée à l'action*, 2^eme edition, Paris, 2009;
30. Parker, Simon, *Entrepreneurship in recession*, editura An Elgar Research Collection, 2011;
31. Porter, Michael, *Avantaj concurenţial*, Editura Teora, Bucureşti, 2001;
32. Prutianu, Ştefan, Munteanu, Corneliu, Caluschi Cezar, *Inteligenţa marketing plus*, ediţia a II-a, editura Polirom, Iaşi, 2004;
33. Ries, Al, Trout, Jack, *Poziţionarea. Lupta pentru un loc în mintea ta*, editura Brandbuilders, Bucureşti, 2004;
34. Rhodes, Robson, *Getting started: how to set up your own business*, Kogan Page, London, 1992;
35. Rowles, Daniel, *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement*, Kogan Page Publishers, London, 2014;
36. Sasu, Constantin, *Iniţierea şi dezvoltarea afacerilor*, editura Polirom, Iaşi, 2003;
37. Sexton, Don et alii, *Brandul: cum se construieşte bunul cel mai de preţ al unei companii*, editura Curtea Veche, Bucureşti, 2012;
38. Sillerzahn, Philippe, *Effectuation. Les principes de l'entrepreneuriat pour tous*, Pearson Education, 2014;
39. Southon, Mike, *De la o idee bună la o afacere de succes*, Editura Irecson, Bucureşti, 2005;
40. Sutherland, Max et alii, *De la publicitate la consumator : ce "merge", ce "nu merge" şi mai ales de ce*, Editura Polirom, Iaşi, 2008;
41. Tanţău, Adrian-Dumitru, *Entrepreneurship: gândeşte inovator şi pragmatic*, editura C.H. Beck, Bucureşti, 2011;
42. Trump, Donald, *Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate*, Editura Curtea Veche, Bucureşti, 2012;
43. ***, *Legea 31/1900 actualizată*;
44. ***, www.ted.com;
45. ***, cursuri antreprenoriat online uinversităţi străinătate disponibile pe www.coursera.org.

<ol style="list-style-type: none"> 1. Ghenea, Marius, Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Editura Universul Juridic, București, 2011 ; 2. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, note de curs – <i>Antreprenoriat în media digitală</i>; 3. Farrell, Larry, <i>Cum devii antreprenor : dezvoltă-ți propria afacere !</i>, Editura Curtea Veche, București, 2011; 4. Hitt, Michael, <i>Entrepreneurship</i>, Blackwell Publishing, Malden SUA, 2005; 5. Parker, Simon, <i>Entrepreneurship in recession</i>, editura An Elgar Research Collection, 2011; 6. Sasu, Constantin, <i>Inițierea și dezvoltarea afacerilor</i>, editura Polirom, Iași, 2003; 7. Trump, Donald, <i>Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate</i>, Editura Curtea Veche, București, 2012. 			
Aplicații (Seminar)	Nr. Ore	Metode de predare	Observații
OBIECTIVELE SEMINARULUI, PROFESORULUI ȘI STUDENȚILOR Mod de predare și evaluare Punctaje Rolul antreprenoriatului	2	Discuții frontale, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
ANTREPRENORIASI ȘI ANTREPRENOR Exemple de buna practică antreprenoriat	2	Discuții frontale, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
MOTIVAȚIE ȘI PROFIL PERSONAL Motivația Încrederea în sine	2	Discuții frontale, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI ȘI ANALIZA PIEȚEI Cercetarea pieței Mixul de marketing Segmentare Instrumente de cercetare Modalități de inovare în relație cu clientul Branding Planul de marketing	4	Discuții frontale, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
PLANUL DE AFACERI Structura Planul managerial Planul de management financiar Modelul CANVAS	4	Discuții frontale, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
AGENȚIA DE PUBLICITATE Studii de caz	4	Discuții frontale, munca în echipă	Aplicații practice
AFACERI ÎN DOMENIUL ONLINE Studii de caz	4	Discuții frontale, munca în echipă	Aplicații practice
Teste	1	Discuții frontale	
Prezentari plan de afaceri	4	Discuții frontale, munca în echipă	Aplicații practice
Feed-back	1	prelegerea, expunerea, conversația euristică, exemplificarea, explicația	discuții
Bibliografie			

1. Acs, Zoltan, *The knowledge spillover theory of entrepreneurship*, editura An Elgar Research Collection, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, 2010;
2. Baron, Robert, *Entrepreneurship: a process perspective*, editura Thomson, Mason, Ohio, 2005;
3. Barringer, Bruce, *Entrepreneurship: successfully launching new ventures*, editura Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, N. J., 2006;
4. Beckwith, Harry, *Ce îşi doresc clienţii noştri: ghid pentru dezvoltarea afacerii*, editura Polirom, Iaşi, 2007;
5. Chaffey, Dave, Ellis-Chadwich, Fiona, *Digital marketing*, 6th edition, Pearson Education, 2016;
6. Chaffey, Dave, Smith, PR, *Emarketing excellence: Planning and optimizing your digital marketing*, 4th Edition, Routledge, 2013;
7. Chiriac, Lucian et al., *Business planning*, editura BWV Dortmund Publishing House, Frankfurt am Main, 2009;
8. Charlesworth, Alan, *Digital marketing: A practical approach*, 2nd Edition, Routledge, 2014;
9. Delmar, Frédéric, *Knowledge intensive entrepreneurship : the birth, growth and demise of entrepreneurial firms*, editura Edward Elgar, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, 2010;
10. Drucker, Peter, *Organizaţia viitorului*, Editura Teora, Bucureşti, 2000;
11. Drucker, Peter, *Investiţia şi sistemul antreprenorial: practică şi principii*, Editura Enciclopedică, 1993;
12. Farrell, Larry, *Cum devii antreprenor : dezvoltă-ţi propria afacere!*, Editura Curtea Veche, Bucureşti, 2011;
13. Fayolle, Alain, *European Entrepreneurship in the globalizing economy*, Edward Elgar, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, 2011;
14. Fülöp-Szilágyi, Erika et al., *Entrepreneurship*, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice, 2009;
15. Ghenea, Marius, *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunităţi şi succes în afaceri*, Editura Universul juridic, Bucureşti, 2011 ;
16. Ghiuţă, Ovidiu-Aurel, *note de curs – Antreprenoriat 2017*
17. Ghiuţă, Ovidiu-Aurel, *Brandul. Ce este şi cum îl construim*, Editura Tehnopress, Iaşi, 2015
18. Ghiuţă, Ovidiu-Aurel, *L'influence du brand sur le comportement de l'électeur*, Éditions Universitaires Européennes, 2011;
19. Guillebeau, Chir, *100 euro pour lancer son business*, Pearson Education, 2014;
20. Helmchen-Burger, Thierry et al., *Small business administration*, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice, 2009;
21. Hitt, Michael, *Entrepreneurship*, Blackwell Publishing, Malden SUA, 2005;
22. Kapferer, Jean-Noel, Zvonurile: cel mai vechi mijloc de informare din lume, Editura Humanitas, Bucureşti, 2006;
23. Keller, Jeff, *Atitudinea este totul*, editura Curtea Veche, Bucureşti, 2008;
24. Keller, Kevin şi alii, *Management stratégique de la marque*, 3^e édition, Pearson Education, Paris, 2009;
25. Kiyosaki, Robert, *Un IQ financiar mai bun: cum să-ţi foloseşti banii mai cu cap*, Editura Curtea Veche, Bucureşti, 2011;
26. Kotler, Philip, *Marketing 3.0: de la produs la consumator şi la spiritul uman*, editura Publica, Bucureşti, 2010;
27. Kotler, Philip, *Managementul marketingului*, ediţia a V-a, editura Teora, Bucureşti, 2008;
28. Lambing, Peggy, Kuehl, Charles, *Entrepreneurship*, 4th edition, Pearson Education, 2013;
29. Lewi, Georges, Lacoëuilhe, Jérôme, *Branding management. La marque: de l'idée à l'action*, 2^eme edition, Paris, 2009;
30. Parker, Simon, *Entrepreneurship in recession*, editura An Elgar Research Collection, 2011;
31. Porter, Michael, *Avantaj concurenţial*, Editura Teora, Bucureşti, 2001;
32. Prutianu, Ştefan, Munteanu, Corneliu, Caluschi Cezar, *Inteligenţa marketing plus*, ediţia a II-a, editura Polirom, Iaşi, 2004;
33. Ries, Al, Trout, Jack, *Poziţionarea. Lupta pentru un loc în mintea ta*, editura Brandbuilders, Bucureşti, 2004;
34. Rhodes, Robson, *Getting started: how to set up your own business*, Kogan Page, London, 1992;
35. Rowles, Daniel, *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement*, Kogan Page Publishers, London, 2014;
36. Sasu, Constantin, *Iniţierea şi dezvoltarea afacerilor*, editura Polirom, Iaşi, 2003;
37. Sexton, Don et alii, *Brandul: cum se construieşte bunul cel mai de preţ al unei companii*, editura Curtea Veche, Bucureşti, 2012;
38. Sillerzahn, Philippe, *Effectuation. Les principes de l'entrepreneuriat pour tous*, Pearson Education, 2014;
39. Southon, Mike, *De la o idee bună la o afacere de succes*, Editura Irecson, Bucureşti, 2005;
40. Sutherland, Max et alii, *De la publicitate la consumator : ce "merge", ce "nu merge" şi mai ales de ce*, Editura Polirom, Iaşi, 2008;
41. Tanţău, Adrian-Dumitru, *Entrepreneurship: gândeşte inovator şi pragmatic*, editura C.H. Beck, Bucureşti, 2011;
42. Trump, Donald, *Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate*, Editura Curtea Veche, Bucureşti, 2012;
43. ***, *Legea 31/1900 actualizată*;
44. ***, www.ted.com;
45. ***, cursuri antreprenoriat online uinversităţi străinătate disponibile pe www.coursera.org.

Bibliografie minimală

1. Ghenea, Marius, Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Editura Universul Juridic, București, 2011 ;
2. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, note de curs – *Antreprenoriat în media digitală*;
3. Farrell, Larry, *Cum devii antreprenor : dezvoltă-ți propria afacere !*, Editura Curtea Veche, București, 2011;
4. Hitt, Michael, *Entrepreneurship*, Blackwell Publishing, Malden SUA, 2005;
5. Parker, Simon, *Entrepreneurship in recession*, editura An Elgar Research Collection, 2011;
6. Sasu, Constantin, *Inițierea și dezvoltarea afacerilor*, editura Polirom, Iași, 2003;
7. Trump, Donald, *Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate*, Editura Curtea Veche, București, 2012.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Cunoașterea conceptelor, noțiunilor și a teoriilor prezentate la curs Capacitatea de a putea aplica cunoștințele dobândite	Examen scris cu întrebări deschise	50%
Seminar	Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate la curs Capacitatea de a explica și utiliza corect metodele, conceptele și noțiunile prezentate Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate Elaborarea unui plan de afaceri Prezentarea planului de afaceri elaborat Test scris întrebări deschise	Participare activă; Evaluare continuă	50%
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Nota 5 pentru fiecare dintre cele două forme de evaluare: cea pe parcurs și cea finală. <ul style="list-style-type: none"> - însușirea principalelor conceptelor de antreprenor, antreprenoriat și viziunea antreprenorială; - cunoașterea elementelor esențiale ale unui plan de afaceri; - cuantificarea pragului de rentabilitate; - analiza SWOT, piramida nevoilor lui Maslow; - segmentarea pieței. 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
22.09.2022		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26 sept. 2022	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
26 sept. 2022	Conf. univ dr Luminița Elena TURCU