

FIȘA DISCIPLINEI

(masterat)

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Departamentul de inginerie alimentară
Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Masterat
Programul de studii	<i>Comunicare, media și industriile creative</i>

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL AFACERILOR DIN INDUSTRIILE CREATIVE ȘI DIN MEDIA				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. ec. Ovidiu-Aurel GHIUȚĂ				
Titularul activităților aplicative	Conf. univ. dr. ec. Ovidiu-Aurel GHIUȚĂ				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DSI
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională, DF - facultativă				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore, pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore (pe semestru) din planul de învățământ	42	Curs	28	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

II. Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	49
II.b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	32
II.b) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	50
II.d) Tutoriat	
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	131
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	175
Numărul de credite	7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

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
	Laborator	•
	Proiect	•

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale generale	CPG2. Identificarea și exploatarea transdisciplinară a conexiunilor dintre științele comunicării și alte domenii. CPG4. Valorificarea gândirii critice și a gândirii creatoare în scopul rezolvării de probleme și al inovării. CPG5. Colaborarea în spațiul real și virtual cu scopul îndeplinirii sarcinilor profesionale și al stimulării dezvoltării comunității. CPG6. Înțelegerea și respectarea eticii și integrității profesionale.
----------------------------------	--

Competențe profesionale specifice	CPS2. Utilizarea tehnologiilor de informare și de comunicare pentru proiectarea, crearea și dezvoltarea de noi aplicații, produse sau evenimente specifice industriilor creative. CPS4. Conceperea și implementarea strategiilor de comunicare necesare în marketingul produselor din industriile creative (carte, film, joc, spectacol, alte creații artistice și evenimente culturale). CPS6. Aplicarea unor strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă pe baza principiilor, normelor și valorilor codului deontologic.
-----------------------------------	---

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

Obiectivul general al disciplinei	- însușirea și valorificarea conceptelor de bază din domeniul antreprenoriatului;
	<p>Obiective specifice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - formarea de deprinderi pentru a putea realiza cerințele necesare în elaborarea planului de promovare în industriile creative; - analiza unor idei de afaceri în domeniul industriilor creative; - promovarea rigorii științifice față de colectarea și prelucrarea datelor cercetării; - dezvoltarea capacităților de evaluare sau autoevaluare.

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, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
2. ANTREPRENORIAL ȘI ANTREPRENOR 2.1. Noțiunea și dimensiunile conceptului de antreprenoriat 2.2. Noțiunea și dimensiunile conceptului de antreprenor 2.3. Mituri privind antreprenorul	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
3. MOTIVAȚIE ȘI PROFIL PERSONAL ANTREPRENOR 3.1. Motivația 3.2. Piramida lui Maslow 3.3. Imaginea desine 3.4. Încrederea în sine	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
4. MANAGEMENT 4.1. Definiții 4.2. Diferențe și asemănări între manager și antreprenor	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
5. FUNCȚIILE MANAGEMENTULUI (1) 5.1. Funcția de conducere 5.2. Funcția de planificare 5.3. Funcția de organizare	4	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
6. FUNCȚIILE MANAGEMENTULUI (1) 6.1. Funcția de coordonare 6.2. Funcția de motivare-antrenare 7. Funcția de evaluare-control	4	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
5. PLANUL DE AFACERI PRIN/IN MEDIA (1) 5.1. Utilitatea planului de afaceri 5.2. Structura planului de afaceri	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții

6. PLANUL DE AFACERI PRIN/IN MEDIA (2) 6.1. Planul managerial 6.2. Planul de management financiar	4	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
7. IDENTIFICAREA IDEILOR DE AFACERI PRIN/IN MEDIA 7.1. Tendințe macroeconomice de evoluție 7.2. Conjunctura microeconomică	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
8. BRANDING MANAGEMENT Erori de branding management în industriile creative sau media	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, exemplificarea, explicația	discuții
9. METODE DE INTRARE ÎN AFACERI 9.1. Inițiere 9.2. Cumpărarea unei afaceri 9.3. Franchisingul	2	prelegerea, expunerea, conversația euristică, prezentare interactivă, 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, Ohaio, 2005;
3. Barringer, Bruce, *Entrepreneurship: successfully launching new ventures*, editura Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, N. J., 2006;
4. Beckwith, Harry, *Ce își doresc clienții noștri: ghid pentru dezvoltarea afacerii*, editura Polirom, Iași, 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, *Organizația viitorului*, Editura Teora, București, 2000;
11. Drucker, Peter, *Investiția și sistemul antreprenorial: practică și principii*, Editura Enciclopedică, 1993;
12. Farrell, Larry, *Cum devii antreprenor : dezvoltă-ți propria afacere!*, Editura Curtea Veche, București, 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, *Antreprenariat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul juridic, București, 2011;
16. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, *note de curs – Modele de faceri prin/in media*
17. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, *Brandul. Ce este și cum îl construim*, Editura Tehnopress, Iași, 2015
18. Ghiuță, 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, București, 2006;
23. Keller, Jeff, *Atitudinea este totul*, editura Curtea Veche, București, 2008;
24. Keller, Kevin și alii, *Management stratégique de la marque*, 3^e édition, Pearson Education, Paris, 2009;
25. Kiyosaki, Robert, *Un IQ financiar mai bun: cum să-ți folosești banii mai cu cap*, Editura Curtea Veche, București, 2011;
26. Kotler, Philip, *Marketing 3.0: de la produs la consumator și la spiritul uman*, editura Publica, București, 2010;
27. Kotler, Philip, *Managementul marketingului*, ediția aV-a, editura Teora, București, 2008;
28. Lambing, Peggy, Kuehl, Charles, *Entrepreneurship*, 4th edition, Pearson Education, 2013;
29. Lewi, Georges, Lacoëuilhe, Jérôme, *Branding management. La marque: del 'idéel' action*, 2^e édition, Paris, 2009;
30. Parker, Simon, *Entrepreneurship in recession*, editura An Elgar Research Collection, 2011;
31. Porter, Michael, *Avantaj concurențial*, Editura Teora, București, 2001;

32. Prutianu, Ștefan, Munteanu, Corneliu, Caluschi Cezar, <i>Inteligența marketing plus</i> , ediția a II-a, editura Polirom, Iași, 2004; 33. Ries, Al, Trout, Jack, <i>Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta</i> , editura Brandbuilders, București, 2004; 34. Rhodes, Robson, <i>Getting started: how to set up your own business</i> , Kogan Page, London, 1992; 35. Rowles, Daniel, <i>Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement</i> , Kogan Page Publishers, London, 2014; 36. Sexton, Don et alii, <i>Brandul: cum se construiește bunul cel mai de preț al unei companii</i> , editura Curtea Veche, București, 2012; 37. Southon, Mike, <i>De la o idee bună la o afacere de succes</i> , Editura Irecson, București, 2005; 38. Sutherland, Max et alii, <i>De la publicitate la consumator : ce "merge", ce "nu merge" și mai ales de ce</i> , Editura Polirom, Iași, 2008; 39. Tanțău, Adrian-Dumitru, <i>Entrepreneurship: gândește inovator și pragmatic</i> , editura C.H. Beck, București, 2011; 40. Trump, Donald, <i>Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate</i> , Editura Curtea Veche, București, 2012; 41. ***, <i>Legea 31/1900 actualizată</i> ; 42. ***, www.ted.com ; 43. ***, cursuri antreprenoriat online uinversități străinătate disponibile pe www.coursera.org .			
Bibliografie minimală			
1. Drucker, Peter, <i>Managementul strategic</i> , editura Teora, București, 2001; 2. Ghenea, Marius, <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i> , Editura Universul Juridic, București, 2011 ; 3. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, note de curs; 4. Farrell, Larry, <i>Cum devii antreprenor : dezvoltă-ți propria afacere !</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011; 5. Robbins, Stephen, <i>Management</i> , 10th edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2009; 6. Sasu, Constantin, <i>Inițierea și dezvoltarea afacerilor</i> , editura Polirom, Iași, 2003.			
Aplicații (Seminar/laborator/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
OBIECTIVELE SEMINARULUI, PROFESORULUI ȘI STUDENȚILOR Mod de predare și evaluare Punctaje	1	Discuții frontale, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
MANAGEMENTUL AFACERILOR ÎN INDUSTRIILE CREATIVE ȘI DIN MEDIA Exemple de buna practică	2	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
AFACERI ÎN DOMENIUL ONLINE Studii de caz	4	Discuții frontale, munca în echipă	Aplicații practice
Teste	1	Discuții frontale	
Prezentări plan de afaceri	1	Discuții frontale	
Comunicare rezultate evaluare pe parcurs cu explicații	1	Discuții frontale	
Bibliografie			
1. Acs, Zoltan, <i>The knowledge spillover theory of entrepreneurship</i> , editura An Elgar Research Collection, Cheltenham, Uk ; Northampton, MA, USA, 2010; 2. Baron, Robert, <i>Entrepreneurship: a process perspective</i> , editura Thomson, Mason, Ohaio, 2005; 3. Barringer, Bruce, <i>Entrepreneurship: successfully launching new ventures</i> , editura Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, N. J., 2006; 4. Beckwith, Harry, <i>Ce îmi doresc clienții noștri: ghid pentru dezvoltarea afacerii</i> , editura Polirom, Iași, 2007; 5. Chaffey, Dave, Ellis-Chadwich, Fiona, <i>Digital marketing</i> , 6th edition, Pearson Education, 2016; 6. Chaffey, Dave, Smith, PR, <i>Emarketing excellence: Planning and optimizing your digital marketing</i> , 4th Edition, Routledge, 2013; 7. Chiriac, Lucian et al., <i>Bussiness planning</i> , editura BWV Dortmund Publishing House, Frankfurt am Main, 2009; 8. Charlesworth, Alan, <i>Digital marketing: A practical approach</i> , 2nd Edition, Routledge, 2014; 9. Delmar, Frédéric, <i>Knowledge intensive entrepreneurship : the birth, growth and demise of entrepreneurial firms</i> , editura Edward Elgar, Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA, 2010; 10. Drucker, Peter, <i>Organizația viitorului</i> , Editura Teora, București, 2000; 11. Drucker, Peter, <i>Investiția și sistemul antreprenorial: practică și principii</i> , Editura Enciclopedică, 1993; 12. Farrell, Larry, <i>Cum devii antreprenor : dezvoltă-ți propria afacere!</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011; 13. Fayolle, Alain, <i>European Entrepreneurship in the globalizing economy</i> , Edward Elgar, Cheltenham,			

<p>UK ; Northampton, MA, USA,2011;</p> <p>14. Fülöp-Szilágyi, Erika et al., <i>Entrepreneurship</i>, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice,2009;</p> <p>15. Ghenea, Marius, <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei catre oportunitati si succes in afaceri</i>, Editura Universul juridic, București, 2011;</p> <p>16. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>note de curs – Modele de faceri prin/in media</i></p> <p>17. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>Brandul. Ce este și cum îl construim</i>, Editura Tehnopress, Iași,2015</p> <p>18. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>L'influence du brand sur le comportement de l'électeur</i>, Éditions Universitaires Européennes,2011;</p> <p>19. Guillebeau, Chir, <i>100 euro pour lancer son business</i>, PearsonEducation,2014;</p> <p>20. Helmchen-Burger, Thierry et al., <i>Small business administration</i>, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice, 2009;</p> <p>21. Hitt, Michael, <i>Entrepreneurship</i>, Blackwell Publishing, Malden SUA,2005;</p> <p>22. Kapferer, Jean-Noel, <i>Zvonurile: cel mai vechi mijloc de informare din lume</i>, Editura Humanitas, București,2006;</p> <p>23. Keller, Jeff, <i>Atitudinea este totul</i>, editura Curtea Veche, București,2008;</p> <p>24. Keller, Kevin și alii, <i>Management stratégique de la marque</i>, 3^eédition, PearsonEducation, Paris,2009;</p> <p>25. Kiyosaki, Robert, <i>Un IQ financiar mai bun: cum să-ți folosești banii mai cu cap</i>, Editura Curtea Veche, București,2011;</p> <p>26. Kotler, Philip, <i>Marketing 3.0: de la produs la consumator și la spiritul uman</i>, editura Publica, București,2010;</p> <p>27. Kotler, Philip, <i>Managementul marketingului</i>, ediția aV-a, editura Teora, București,2008;</p> <p>28. Lambing, Peggy, Kuehl, Charles, <i>Entrepreneurship</i>, 4th edition, PearsonEducation,2013;</p> <p>29. Lewi,Georges,Lacoeuilhe,Jérôme,<i>Brandingmanagement.Lamarque:del'idéeàl'action</i>,2èmedition, Paris, 2009;</p> <p>30.Parker, Simon, <i>Entrepreneurship in recession</i>, editura An Elgar Research Collection,2011;</p> <p>31.Porter, Michael, <i>Avantaj concurențial</i>, Editura Teora, București,2001;</p> <p>32.Prutianu, Ștefan, Munteanu, Corneliu, Caluschi Cezar, <i>Inteligența marketing plus</i>, ediția a II-a, editura Polirom, Iași,2004;</p> <p>33. Ries, Al, Trout, Jack, <i>Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta</i>, editura Brandbuilders, București,2004;</p> <p>34. Rhodes, Robson, <i>Getting started: how to set up your own business</i>, Kogan Page, London,1992;</p> <p>35. Rowles, Daniel, <i>Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement</i>, Kogan Page Publishers, London, 2014;</p> <p>36. Sasu, Constantin, <i>Inițierea și dezvoltarea afacerilor</i>, editura Polirom, Iași,2003;</p> <p>37. Sexton, Don et alii, <i>Brandul: cum se construiește bunul cel mai de preț al unei companii</i>, editura Curtea Veche, București, 2012;</p> <p>38. Sillerzahn, Philippe, <i>Effectuation. Les principes de l'entrepreneuriat pour tous</i>, Pearson Education,2014;</p> <p>39. Southon, Mike, <i>De la o idee bună la o afacere de succes</i>, Editura Irecson, București,2005;</p> <p>40. Sutherland, Max et alii, <i>De la publicitate la consumator : ce "merge", ce "nu merge" și mai ales de ce</i>, Editura Polirom, Iași,2008;</p> <p>41. Tanțău, Adrian-Dumitru, <i>Entrepreneurship: gândește inovator și pragmatic</i>, editura C.H. Beck, București, 2011;</p> <p>42. Trump, Donald, <i>Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate</i>, Editura Curtea Veche, București,2012;</p> <p>43. ***, <i>Legea 31/1900actualizată</i>;</p> <p>44. ***,www.ted.com;</p> <p>45. ***, cursuri antreprenoriat online uinversități străinătate disponibile pewww.coursera.org.</p>	
<p>Bibliografie minimală</p> <p>1. Ghenea, Marius, <i>Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, Editura Universul Juridic, București, 2011 ;</p> <p>2. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>note de curs – Modele de faceri prin/in media</i>;</p> <p>3. Farrell, Larry, <i>Cum devii antreprenor : dezvoltă-ți propria afacere !</i>, Editura Curtea Veche, București, 2011;</p> <p>4. Sasu, Constantin, <i>Inițierea și dezvoltarea afacerilor</i>, editura Polirom, Iași, 2003.</p>	

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

- Transversalitatea disciplinei permite deschiderea unor perspective de lucru în toate sectoarele de activitate atât în România, cât și în străinătate. În cadrul disciplinei, s-a urmărit realizarea unei corespondențe între diplome și calificări, programul de studiu fiind elaborat în funcție de cerințele calificării universitare.
- Conținutul disciplinei este actualizat periodic în urma discuțiilor cu actori din mediul de afaceri din domeniul publicității. Practicieni din domeniul publicității sunt invitați la seminarii pentru a discuta cu studenții despre realitatea pieței. Ocupațiile sau debușeele profesionale vizate de calificarea academică și/sau profesională: antreprenor, intraprenor, manager, șef de serviciu, director de marketing, director de vânzări, investitor, director de strategie și dezvoltare, specialist marketing.

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	Capacitatea de a explica și utiliza corect metodele, conceptele și noțiunile prezentate Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate Elaborarea corectă și adecvată situației a unui plan de afaceri pe baza activității de seminar	Examinare orală: prezentarea unui plan de afaceri Test	50%
Laborator			
Proiect			
*Se pot echivala activități de seminar cu alte activități de pregătire a studenților (concursuri, cercuri, etc.) cu condiția prezentării unui aport de activitate din care să rezulte elemente specifice aplicațiilor din domeniul antreprenoriatului.			
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; ○ cunoașterea funcțiilor managementului. 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2024		

Data avizării în departament	Semnătura responsabilului de program
25.09.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2024	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27.09.2024	