

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	DEPARTAMENTUL DE LIMBĂ ȘI LITERATURĂ ROMÂNĂ ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
Ciclul de studii	Licență
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 de seminar	Drd. Nistor Andreea				
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: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA



3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

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

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
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	32
II d) Tutoriat	
III Examinări	2
IV Alte activități (precizați):	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	94
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	150
Numărul de credite	6

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/ Lucrări practice	●
	Proiect	●

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării CP 4 Realizarea și promovarea unui produs de media digitală CP 7 Organizarea de evenimente (conferințe de presă, lansare de produse, vizite de presă, expozitii
Competențe transversale	CT 1 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 2 Aplicarea 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, antreprenoriat - 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. ANTREPRENORIAL 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 PIATĂ 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 PIETEI 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			
<ol style="list-style-type: none"> 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 își 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>Business 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, UK ; Northampton, MA, USA, 2011; 14. Fülöp-Szilágyi, Erika et al., <i>Entrepreneurship</i>, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice, 2009; 15. Ghenea, Marius, <i>Antreprenorial. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri</i>, Editura Universul juridic, București, 2011 ; 16. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>note de curs – Antreprenorial 2017</i> 17. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>Brandul. Ce este și cum îl construim</i>, Editura Tehnopress, Iași, 2015 18. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>L'influence du brand sur le comportement de l'électeur</i>, Éditions Universitaires Européennes, 2011; 19. Guillebeau, Chir, <i>100 euro pour lancer son business</i>, Pearson Education, 2014; 20. Helmchen-Burger, Thierry et al., <i>Small business administration</i>, Editura Faculty of Economics of Technical University of Kosice, Kosice, 2009; 21. Hitt, Michael, <i>Entrepreneurship</i>, Blackwell Publishing, Malden SUA, 2005; 22. Kapferer, Jean-Noel, <i>Zvonurile: cel mai vechi mijloc de informare din lume</i>, Editura Humanitas, București, 2006; 23. Keller, Jeff, <i>Atitudinea este totul</i>, editura Curtea Veche, București, 2008; 24. Keller, Kevin și alii, <i>Management stratégique de la marque</i>, 3^e édition, Pearson Education, Paris, 2009; 25. Kiyosaki, Robert, <i>Un IQ financiar mai bun: cum să-ți folosești banii mai cu cap</i>, Editura Curtea Veche, București, 2011; 26. Kotler, Philip, <i>Marketing 3.0: de la produs la consumator și la spiritul uman</i>, editura Publica, București, 2010; 27. Kotler, Philip; Keller, Kevin, <i>Marketing Management</i>, Pearson Education, 2015; 28. Lambing, Peggy, Kuehl, Charles, <i>Entrepreneurship</i>, 4th edition, Pearson Education, 2013; 29. Lewi, Georges, Lacoëuilhe, Jérôme, <i>Branding management. La marque: de l'idée à l'action</i>, 2ème edition, Paris, 2009; 30. Parker, Simon, <i>Entrepreneurship in recession</i>, editura An Elgar Research Collection, 2011; 31. Porter, Michael, <i>Avantaj concurențial</i>, Editura Teora, București, 2001; 32. Prutianu, Ștefan, Munteanu, Corneliu, Caluschi Cezar, <i>Inteligența marketing plus</i>, ediția a II-a, editura Polirom, Iași, 2004; 			

<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. ***, Legea 31/1900 actualizată;</p> <p>44. ***, www.ted.com;</p> <p>45. ***, cursuri antreprenoriat online uinversități străinătate disponibile pe www.coursera.org.</p>			
Bibliografie minimală			
<p>1. Ghenea, Marius, Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri, Editura Universul Juridic, București, 2011 ;</p> <p>2. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, note de curs – <i>Antreprenoriat în media digitală</i>;</p> <p>3. Farrell, Larry, <i>Cum devii antreprenor : dezvoltă-ți propria afacere !</i>, Editura Curtea Veche, București, 2011;</p> <p>4. Hitt, Michael, <i>Entrepreneurship</i>, Blackwell Publishing, Malden SUA, 2005;</p> <p>5. Parker, Simon, <i>Entrepreneurship in recession</i>, editura An Elgar Research Collection, 2011;</p> <p>6. Sasu, Constantin, <i>Inițierea și dezvoltarea afacerilor</i>, editura Polirom, Iași, 2003;</p> <p>7. Trump, Donald, <i>Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate</i>, Editura Curtea Veche, București, 2012.</p>			
Aplicații (Seminar/laborator/lucrări practice/proiect)	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
ANTREPRENORiat 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 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, *Antreprenorial. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul juridic, București, 2011 ;
16. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, *note de curs – Antreprenorial 2017*
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 a V-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: de l'idée à l'action*, 2ème edition, 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, *Inteligența marketing plus*, ediția a II-a, editura Polirom, Iași, 2004;
33. Ries, Al, Trout, Jack, *Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta*, editura Brandbuilders, București, 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, *Inițierea și dezvoltarea afacerilor*, editura Polirom, Iași, 2003;
37. Sexton, Don et alii, *Brandul: cum se construiește bunul cel mai de preț al unei companii*, editura Curtea Veche, București, 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, București, 2005;
40. Sutherland, Max et alii, *De la publicitate la consumator : ce "merge", ce "nu merge" și mai ales de ce*, Editura Polirom, Iași, 2008;
41. Tanțău, Adrian-Dumitru, *Entrepreneurship: gândește inovator și pragmatic*, editura C.H. Beck, București, 2011;
42. Trump, Donald, *Cum să faci avere : primele 90 de zile pe drumul spre prosperitate*, Editura Curtea Veche, București, 2012;
43. ***, *Legea 31/1900 actualizată*;
44. ***, www.ted.com;

45. ***, cursuri antreprenoriat online uinversități 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 – <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.

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 antreprenori. Antreprenori 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.

10. Evaluare

10.1. Standard minim de performanță evaluare la curs

10.2. Standard minim de performanță evaluare la activitatea aplicativă

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	Evaluare finală scris + verificare orală a gradului de îndeplinire a cerințelor în lucrarea scrisă	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 (curs si seminar)

- Acumulare de punctaj aferent minimum pentru nota 5 pentru criteriile de la fiecare dintre cele două forme de evaluare: cea pe parcurs și cea finală.
- Standard minim de performanță evaluare la curs
- însușirea principalelor conceptelor de antreprenor, antreprenoriat și viziunea antreprenorială;
 - cunoașterea elementelor esențiale ale unui plan de afaceri;
- Standard minim de performanță evaluare la activitatea aplicativă
- cuantificarea pragului de rentabilitate;
 - modelul CANVAS

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2024	Conf.univ.dr.ec. GHIUȚĂ Ovidiu-Aurel	Drd. NISTOR Andreea

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25.09.2024	Conf.univ.dr. GRAUR Evelina Mezalina

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2024	Șef lucrări dr. ing. BUCULEI Amelia

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
--------------------------------------	---------------------

27.09.2024	Prof.univ.dr. PETROȘEL Daniela
------------	--------------------------------