



FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2018-2019

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Servicii de ospitalitate
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Administrarea Afacerilor – Extensia Bistrița

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Cercetarea-dezvoltarea produselor						
2.2. Codul disciplinei	ILR0032						
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Marius BOTA						
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Marius BOTA						
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	V	2.7. Tipul de evaluare	C	2.8. Regimul disciplinei	Opțională

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități	Pregătire examen final				10
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu videoproiector, computer
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs dotată cu videoproiector, computer



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> culegerea, prelucrarea și analiza datelor economice necesare administrării afacerilor (C1) asistență pentru administrarea activității ansamblului întreprinderii/organizației (C2)
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă (CT1) identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei (CT2) Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare (CT3)

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	<ul style="list-style-type: none"> însușirea de către studenți a noțiunilor generale despre produse, precum și managementul acestora
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> analiza mecanismului de cercetare-dezvoltare a unui produs nou studiul problemelor legate de realizarea diferitelor tipuri de produse însușirea tacticilor de marketing și management a noilor produse

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1	Procesul planificării produselor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
2	Produsul Concept, caracteristici, clasificare Mixul de produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
3	Produsul Ciclul de viață a produsului (CVP)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
4	Dezvoltarea noilor produse Definirea și clasificarea produselor noi Posibilități de obținere a noilor produse Necesitatea introducerii de noi produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere





5	Dezvoltarea noilor produse Inovarea	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
6	Dezvoltarea noilor produse Creativitatea	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
7	Gestionarea procesului de realizare a noilor produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
8	Cercetarea ideilor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
9	Realizarea și testarea conceptului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
10	Realizarea și testarea produsului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
11	Realizarea și testarea produsului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
12	Lansarea, comercializarea și adoptarea produsului de către consumatori Decizii privind lansarea produsului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
13	Lansarea, comercializarea și adoptarea produsului de către consumatori Procesul adoptării de către consumator	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
14	Evaluarea procesului de realizare a noilor produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere

Bibliografie

1. Bota M., *Perfecționarea managementului în întreprinderile din industria de îmbrăcăminte*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2011, (biblioteca Facultății de Business);
2. Cosma, S., Bota, M., *Bazele Marketingului*, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2004, (Catedra de Business);
3. Cooper, R.G., *Winning at New Products* (Second Edition), Addison Wesley Publishing, 1993, (Catedra de Business);
4. Cooper, R.G., *Product Leadership: Creating and Launching Superior New Products*, Perseus Books, New York, 1998, (Catedra de Business);
5. Kotler Philip, *Managementul marketingului*, Editia a III-a, Editura Teora, Bucuresti, 2003, (Catedra de Business);
6. Moore, W.L., Pessemier, E.A., *Product planning and management: designing and deliveries value*, McGraw-Hill International Editions, Singapore, 1993, (Catedra de Business);
7. Peters, T., *The Circle of Innovation*, Alfred A. Knoph, New York, 1997, (Catedra de Business).





8.2. Seminar		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de curs și seminar.	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
2	Exemplificarea nivelurilor de produse având în vedere diferite domenii Model de identificarea a etapei ciclului de viață în care se află un produs	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
3	Necesitatea introducerii de noi produse / Posibilități de obținere de noi produse Inovarea în cadrul companiei 3M Tehnici de creativitate	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
4	Analiza diferitelor tipuri de procese de realizare a noilor produse – exemple	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
5	Cercetarea ideilor Testarea conceptului	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
6	Realizarea produsului Testarea produsului Analiza lansării unui produs pe piață	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
7	Prezentare proiecte	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
Bibliografie		<ol style="list-style-type: none"> 1. Cosma, S., Bota, M., <i>Bazele Marketingului</i>, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2004, (Catedra de Business); 2. Cooper, R.G., <i>Winning at New Products</i> (Second Edition), Addison Wesley Publishing, 1993, (Catedra de Business); 3. Cooper, R.G., <i>Product Leadership: Creating and Launching Superior New Products</i>, Perseus Books, New York, 1998, (Catedra de Business); 	

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și străinătate. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> • aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; • explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute 	Examen final	60%





Seminar	<ul style="list-style-type: none">• capacitatea de a analiza mecanismul de dezvoltare a unui nou produs• aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor înșușite;• explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute	Proiect semestrial (de grup)	40%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Analiza mecanismului de cercetare-dezvoltare a unui produs nou și însușirea tacticilor de marketing și management a noilor produse			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Conf. dr. Marius BOTA

Conf. dr. Marius BOTA

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

