

Discipline opționale
Anul universitar 2018-2019
Specializarea Administrarea Afacerilor, master – limba română
Anul II de studiu
Învățământ cu frecvență și frecvență redusă

Semestrul I

Studentii vor alege o disciplină din pachetul de cele 4 discipline prezentate

Nr. crt	Disciplina	Titular	credite	Forma de verificare	Ore curs	Ore seminar	Ore laborator
1.	Dezvoltare durabilă și responsabilitate corporativă	Conf.univ.dr. Crina Dacinia Petrescu	3	C	1	1	-
2.	Teoria jocurilor în afaceri	Lect.univ.dr.Larissa-Margareta Bătrâncea	3	C	1	1	-
3.	Managementul vânzărilor	Lect.univ.dr. Cristina Fleșeriu	3	C	1	1	-
4.	Contracte uzuale în afaceri	Lect.univ.dr. Monica Ionaș-Sălăgean	3	C	1	1	-
Studentii vor alege o disciplină din pachetul de cele 4 discipline prezentate							
1.	Managementul lanțului logistic	Ec. Ioan Pop	3	C	1	1	-
2.	Noțiuni de dreptul muncii	Lect.univ.dr. Monica Ionaș-Sălăgean	3	C	1	1	-
3.	Soluții software pentru IMM-uri	Conf.univ.dr.Mihaela Filofteia Tutunea	3	C	1	0	1
4.	Comportament organizațional	Ec. Ioan Pop	3	C	1	1	-



TEORIA JOCURILOR ÎN AFACERI

Cursul TEORIA JOCURILOR ÎN AFACERI vizează însușirea de către studenți a noțiunilor fundamentale din domeniul Teoriei jocurilor: jucători, informații, strategii, rezultatele jucătorilor, soluții ale jocurilor, jocuri cu o singură rundă, jocuri repetate, jocuri de negociere, jocuri de alegere publică, tipuri de licitații.

Competențele dobândite prin parcurgerea acestei discipline se referă la:

- Inițierea studenților în gândirea strategică a afacerilor;
- Identificarea fenomenelor și proceselor economice care pot fi analizate prin intermediul Teoriei jocurilor;
- Deprinderea conceptelor Teoriei jocurilor pentru optimizarea rezultatelor firmelor în sfera negocierii, managementului, politicii de preț, încheierii parteneriatelor strategice, poziționării pe piață etc.
- Modelarea activității firmelor în condiții de concurență imperfectă.

Tematica acestui curs este structurată pe unități de studiu, logic succedate, cuprinzând noțiuni esențiale de Teoria jocurilor, astfel încât să fie atinse obiectivele cursului, după cum urmează:

Tematica 1: Jucători, informații, strategii, rezultate, soluții ale jocurilor.

Tematica 2: Jocul: definiție, reprezentare, taxonomie, exemplificare.

Tematica 3: Jocuri simultane cu o singură rundă.

Tematica 4: Jocuri secvențiale cu o singură rundă.

Tematica 5: Jocuri repetate.

Tematica 6: Licitațiile.

Tematica 7: Jocuri bayesiene.

Tematica 8: Jocuri cooperante.

Tematica 9: Jocuri experimentale – considerații generale și repere istorice.

Tematica 10: Jocuri experimentale de negociere.

Tematica 11: Jocuri experimentale cu bunuri publice.

Parcurgerea acestui curs presupune studiu individual și activități aplicative. Metodele utilizate pe parcursul predării disciplinei sunt: prelegerea interactivă, problematizarea, conversația euristică pe baza unor studii de caz sau a unor materiale multimedia, experimentul, discutarea unor probleme legate de evoluția mediului de afaceri național și internațional. Pe lângă materialele puse la dispoziție în formă tipărită, studenții vor lucra cu informațiile disponibile pe internet și cu platformele web experimentale.



DEZVOLTARE DURABILĂ SI RESPONSABILITATE CORPORATIVĂ

Ce studiază disciplina Dezvoltare durabilă si responsabilitatea corporativă?

Această disciplină este de multă vreme larg răspândită în universitățile din întreaga lume (dar relativ recentă în planurile noastre de învățământ; a nu se confunda cu dreptul mediului!) și analizează relația dintre activitatea economică și mediul natural:

- tipuri de interacțiune dintre om și natură,
- consecințe ale acțiunii oamenilor asupra mediului natural,
- responsabilitatea întreprinderii față de mediu și societate,
- soluții pentru o gestiune mai bună a raportului om-natură ș.a.

Cum putem continua dezvoltarea economică, socială, progresul tehnic și menține, în același timp, echilibrul natural?

Dezvoltarea durabilă urmărește satisfacerea nevoilor prezentului, fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi. Dar:

- Câte firme, mai mici sau mai mari, știu cum să evalueze impactul unui produs ori serviciu asupra mediului?
- Câte realizează cum o restricție de mediu poate deveni oportunitate într-un context concurențial, dominat de incertitudine și dinamism?
- În câte se colectează pentru a fi reciclate hârtia sau sticla?
- Câte înțeleg valoarea economică a unui comportament orientat spre mediu?
- Câte conștientizează care sunt cu adevărat consecințele acțiunilor lor asupra naturii și societății, diversitatea, amplexarea lor în timp și spațiu?
- Câte știu ce înseamnă cu adevărat durabil?

Economia globală s-a mărit de șapte ori din 1950 până în 2000, s-au ridicat standardele de viață, dar: s-au ars cantități enorme de combustibil fosil ieftin artificial, un proces care destabilizează clima, ne lovesc valuri de căldură tot mai intense, furtuni mai pustiitoare, calotele de gheață se topesc, 1 hectar de pădure tropicală, sanctuar al biodiversității și furnizor de servicii vitale pentru întreaga planetă, se vinde pe câțiva dolari, în timp ce cultura de soia modificată genetic ce i-a luat locul susține corporații cu profituri de milioane de dolari. Stațiunile montane nu mai au zăpadă pentru ski, deșertificarea scoate din circuit mii de hectare de terenuri agricole, defrișările distrug potențialul turistic în nenumărate locuri, poluarea creează grave probleme ecologice, sociale, economice.

De ce toate acestea nu sunt reflectate în costuri?

Unde eșuează piața?

Care sunt soluțiile?

Cum pot afacerile să devină mai verzi, rămânând profitabile?

Ce poți face tu, ca antreprenor, manager sau angajat?



Disciplina *Dezvoltare durabilă și responsabilitate corporativă* este unul din punctele de pornire în care vom căuta și dezbate împreună răspunsuri, soluții.

MANAGEMENTUL VÂNZĂRILOR

La ora actuală totul se vinde, așa că, principalul obiectiv al acestui opțional este acela de a facilita studenților de masterat să își însușească noțiuni legate de vânzarea de bunuri și de servicii. Managementul vânzărilor dorește să îi ajute pe studenți să aprofundeze noțiuni legate de:

- Tipologii de clienți
- Tehnici de vânzarea și de abordare a clienților
- Procesul de vânzare și tipuri de vânzări
- Forța de vânzare: obiective, mărime, structură
- Tipologii de vânzători
- Managementul timpului echipei de vânzare
- Activitatea unui manager de vânzări: organizarea muncii, instruirea și motivarea personalului de vânzări, depășirea rezistenței la schimbare și redresarea vânzătorilor „problemă”
- Cauzele eșecului managerilor de vânzări

Scopul este acela de a ajuta studenții să înțeleagă care sunt cerințele clienților și pornind de la acestea să se documenteze și să se pregătească în vederea realizării unei discuții de vânzare care să se și finalizeze.

MANAGEMENTUL LANȚULUI LOGISTIC

Logistica este o componentă a Supply Chain Management și reprezintă procesul de planificare, implementare și control al fluxurilor materiale, de produse, de servicii și informații relaționale, de la punctul de origine până la cel de consum, în concordanță cu cerințele clienților.

Logistica (termen cu conținut amplu) are în vedere activitatea firmelor producătoare și comerciale; acțiunile întreprinse depind de caracteristicile mărfurilor distribuite.

Logistica cuprinde un complex de activități ce au ca scop conceperea, realizarea fizică, organizarea și optimizarea tuturor fluxurilor din interiorul și /sau exteriorul unui sistem astfel încât să se asigure produsul dorit, la clientul desemnat, la costul dorit și la calitatea dorită de cumpărător.

În acest context, **misiunea** acestei discipline constă în desfășurarea unor activități didactice de calitate, care să asigure și să satisfacă, la nivel superior, pregătirea studenților în domeniul managementului logisticii.



În concordanță cu misiunea stabilită **obiectivele** urmărite sunt:

- Însușirea cunoștințelor teoretice care să asigure exercitarea cu profesionalism a funcțiilor manageriale în domeniul logisticii;
- Formarea capacităților necesare ocupării diferitelor posturi specifice lanțului logistic: operator logistică în firme de expediție marfă, programator al activității de transport, coordonator al activităților de transport, etc.;
- Formarea unei culturi logistice în vederea afirmării în organizații a valorilor centrate pe performanță și competitivitate;
- Formarea abilităților de proiectare, implementare și coordonare a unui sistem logistic;
- Managerul logistician să devină o persoană importantă în elaborarea strategiei firmei, să asigure contribuția funcției logisticii la realizarea profiturilor firmei;
- Proiectarea unei funcțiuni logistice eficiente, care să răspundă unui mediu dinamic, în relație cu factorii care exercită o influență considerabilă asupra modelului și formei firmei (clienții, furnizorii, angajații, guvernul, alți factori strategici, etc.)
-

De ce **SOLUȚII SOFTWARE PENTRU IMM-URI?**

Pentru că:

- orice companie are posibilitatea de a utiliza instrumente și soluții oferite de industria ITC, pentru propria dezvoltare și pentru crearea și menținerea unui avantaj competitiv activ într-un mediu de afaceri globalizat
- cunoașterea soluțiilor software specifice derulării activității oricărei companii reprezintă avantaje deosebite pentru orice profesionist al mediului de afaceri
- capacitatea de identificarea, consțientizare și analiză a oportunităților de adoptare a soluțiilor software integrate, cloud sau mobile cloud, open source vs. comercial, reprezintă caracteristici deosebite de importante ale unui manager în administrarea unei afaceri indiferent de mărimea sau domeniul sau de activitate

Obiectivele cursului:

- însușirea notiunilor și modului de utilizare a instrumentelor și soluțiilor specifice de dezvoltare și administrare a afacerilor în mediul tradițional și în cel digital
- familiarizarea cu infrastructura hardware și software specifică dezvoltării și administrării afacerilor;
- înțelegerea importanței și impactului conceptelor de big data, guvernanta datelor, vizualizarea datelor
- dobândirea cunoștințelor legate de virtualizare, cloud computing, tehnologii mobile și mobile cloud computing – care sunt soluțiile specifice pentru IMM-uri
- identificarea și consțientizarea oportunităților de adoptare a soluțiilor software open source vs. comerciale
- identificarea, analiza și utilizarea soluțiilor software integrate pentru IMM-uri - EIS, ERP open source, comerciale cât și cloud și mobile cloud
- formarea abilităților generale de analiză și de adoptare a soluțiilor software pentru derularea activităților specifice IMM-urilor



- identificarea și utilizarea aplicațiilor mobile pentru derularea activităților IMM-urilor
- formarea deprinderilor de
 - realizare a aplicațiilor de analiză și monitorizare a propriilor activități
 - de lucru în mod partajat, cloud, mobile cloud.

COMPORTAMENT ORGANIZATIONAL

Comportamentul organizational este studiul sistemic al comportamentului individual și al grupurilor în organizații.

Acesta furnizează un set de concepte, principii, reguli și instrumente menite să ajute managerii să *explice, previzioneze și controleze* comportamentul uman.

Explicarea. Dacă dorim să înțelegem un fenomen, trebuie să începem prin a-l explica. De exemplu, dacă explicația pentru o rată înaltă a rulașului de personal este nivelul mic de salarizare sau o muncă inadecvată, managerii vor lua măsuri pentru a corecta acest comportament în viitor.

Previzionarea se concentrează asupra evenimentelor viitoare. Pe baza cunoașterii comportamentului organizational, managerii pot previziona anumite răspunsuri comportamentale în raport cu schimbările. Astfel, un manager poate anticipa ce abordare va genera cel mai mic grad de rezistență a angajaților și va folosi aceste informații pentru luarea unei decizii.

Comportamentul organizational oferă tehnici care facilitează *controlul* oamenilor. Cu toate că societatea modernă are la bază conceptul libertății individului, controlul comportamentului este privit de manageri ca un instrument valoros oferit de comportamentul organizational în obținerea eficienței.

Cadrul pentru înțelegerea comportamentului angajaților în organizații are trei componente de bază:

a) Procese Individuale: valori, personalități și atitudini, percepții și atribuire, învățare, motivație.

b) Procese interpersonale și de grup: leadership, comunicare interpersonală, putere, conflict și negocieri, dinamica în interiorul grupurilor și între grupuri, luarea deciziilor în grup.

c) Procese Organizationale: schimbare organizațională, cultura organizațională, structura organizației.

Comportamentul unei persoane este diferit atunci când rezolvă o problemă cunoscută sau una complet nouă și depinde de modul de recompensare, de stilul de conducere al superiorului sau de modul de rezolvare a conflictelor practicat de management.

