



FIȘA DISCIPLINEI
Cercetarea dezvoltarea produselor
Anul universitar 2026-2027

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 studii / Calificarea	Administrarea Afacerilor - Extensia Bistrița/Licențiat în științe economice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență (IF)

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Cercetarea dezvoltarea produselor	Codul disciplinei	ILR0032
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Marius BOTA		
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Marius BOTA		
2.4. Anul de studiu	3	2.5. Semestrul	1
		2.6. Tipul de evaluare	Colocviu
2.7. Regimul disciplinei	Opțional	2.8. Tipul disciplinei	Disciplină de specializare (DS)

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/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					6
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				33	
3.8. Total ore pe semestru				75	
3.9. Numărul de credite				3	

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 calculator și video-proiector
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	sală de seminar dotată cu calculator și video-proiector

6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP1	Culegere, prelucrare și analiza de informații privind interacțiunea mediu extern întreprindere/organizație
CP2	Asistență pentru administrarea activității ansamblului întreprinderii/organizației
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT2	Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii

Rezultatele învățării vizate prin disciplină		
Codul competenței	Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)	Abilități academice specifice (Specific academic skills)
CP1 CP2 CT2	1. Studentul/absolventul deține cunoștințe cu privire la componentele micromediului și ale macromediului de marketing.	1. Studentul/absolventul demonstrează că are capacitatea de a identifica și de a analiza elementele micromediului și ale macromediului de marketing.

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1. Studentul/absolventul explică conceptele, modelele și etapele procesului de cercetare-dezvoltare a produselor, precum și rolul acestora în inovarea și competitivitatea organizației.
2. Studentul/absolventul descrie metodele de generare, selecție și evaluare a ideilor de produse noi, precum și factorii care influențează succesul lansării acestora pe piață.
3. Studentul/absolventul explică principiile planificării, dezvoltării, testării și comercializării produselor noi, utilizând concepte specifice managementului produsului și marketingului.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1. Studentul/absolventul aplică metode și instrumente specifice pentru generarea, evaluarea și dezvoltarea conceptelor de produse noi.
2. Studentul/absolventul analizează oportunitățile și riscurile asociate dezvoltării și lansării unui produs nou, utilizând informații privind piața, consumatorii și concurența.
3. Studentul/absolventul elaborează și argumentează un proiect de dezvoltare și lansare a unui produs nou, fundamentând deciziile privind caracteristicile produsului, poziționarea și strategia de comercializare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare - învățare	Observații
Introducere în subiect	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Procesul planificării produselor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Produsul Concept, caracteristici, clasificare Mixul de produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Produsul Ciclul de viață a produsului (CVP)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Dezvoltarea noilor produse - Definirea și clasificarea produselor noi - Posibilități de obținere a noilor produse Necesitatea introducerii de noi produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Dezvoltarea noilor produse Inovarea	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Dezvoltarea noilor produse Creativitatea	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Gestionarea procesului de realizare a noilor produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Cercetarea ideilor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Realizarea și testarea conceptului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Realizarea și testarea produsului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Lansarea, comercializarea și adoptarea produsului de către consumatori Decizii privind lansarea produsului Procesul adoptării de către consumator	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Evaluarea procesului de realizare a noilor produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	Un curs
Recapitulare	Exemplificare	Un curs
Bibliografie		
Bibliografie: - Bota M., Cosma S., Cercetarea-dezvoltarea noilor produse, Editura Presa Universitară Clujeană, 2014 (e-book) - Bota M., Perfecționarea managementului în întreprinderile din industria de îmbrăcăminte, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2011 - Kotler, Ph., Armstrong, G., Principles of marketing, 18th edition, Pearson Education Limited, 2020. - Kotler, Ph., Keller, K.L., Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education Limited, 2016. - Nunan, D., Birks, D. F. and Malhotra N. K., Marketing Research Applied Insight, 6th Edition, Pearson Education Limited, 2020.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare - învățare	Observații
Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de curs și seminar.	Prezentare orală, multimedia exemplificare Discuții	1 seminar (2 ore/săpt.)
Produse de succes vs. Produse de eșec Platforme de crowdsourcing & crowdfunding	Prezentare orală, multimedia exemplificare Discuții	1 seminar (2 ore/săpt.)
Generarea ideilor pentru un produs nou Analiza ideilor și a surselor de finanțare	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
Dezvoltarea conceptului Funcționalități și caracteristici tehnice	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)

Dezvoltarea conceptului Aspecte comerciale	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
Aspecte privind lansarea și comercializarea produsului	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
Prezentare proiecte	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
Bibliografie		
Bibliografie: 1. Bota M., Cosma S., Cercetarea-dezvoltarea noilor produse, Editura Presa Universitară Clujeană, 2014 (e-book) 2. Bota M., Perfecționarea managementului în întreprinderile din industria de îmbrăcăminte, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2011 3. Kotler, Ph., Armstrong, G., Principles of marketing, 18th edition, Pearson Education Limited, 2020. 4. Kotler, Ph., Keller, K.L., Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education Limited, 2016. 5. Nunan, D., Birks, D. F. and Malhotra N. K., Marketing Research Applied Insight, 6th Edition, Pearson Education Limited, 2020.		

9. Evaluare

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe. Componentele procesului de evaluare desfășurate pe parcursul semestrului nu pot fi recuperate/refăcute în sesiunile de examinare. - Pentru a putea cumula punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea notei minime 5 (cinci) în cadrul examenului final (scris/oral).

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	• explicarea și utilizarea corectă a conceptelor privind cercetarea, dezvoltarea și managementul produselor noi • analiza etapelor procesului de dezvoltare și lansare a unui produs nou	Examen final (se susține în sesiunea de examinare)	60%
9.5 Seminar/laborator	• aplicarea metodelor și instrumentelor specifice pentru generarea, evaluarea și dezvoltarea unui produs nou • calitatea proiectului, originalitatea soluțiilor și argumentarea deciziilor propuse • contribuția la dezbateri, studiile de caz și activitățile de echipă.	Proiect în echipă (se realizează și evaluează pe parcursul semestrului)	30%
		Participare activă la seminare	10%
9.6 Standard minim de promovare			
Pentru obținerea notei 5 este necesară:			
• cunoașterea noțiunilor fundamentale și aplicarea acestora pe exemple; • interpretarea rezultatelor obținute.			

10. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)¹

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							
			X					
								Nu se aplică nici o etichetă

Data completării:	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
22.05.2026	Conf. dr. Marius BOTA	Conf. dr. Marius BOTA
Data avizării în departament:	Semnătura directorului de departament	
27.05.2026	Conf. dr. Marius BOTA	

¹ Selectați o singură etichetă, cea care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivește cel mai bine disciplinei. Dacă disciplina tratează tema dezvoltării durabile la modul general (de ex. prin prezentarea/introducerea cadrului general al dezvoltării durabile etc.) atunci se poate alocă eticheta generală de Dezvoltare Durabilă. Dacă niciuna dintre etichete nu descrie disciplina, selectați ultima opțiune: „Nu se aplică nici o etichetă”.