



FIȘA DISCIPLINEI
Managementul 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. Ciclu de studii	Master
1.6. Programul de studii / Calificarea	Antreprenoriat și inovare / Master
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență (IF)

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul produselor			Codul disciplinei	IMR0090
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cristina FLEȘERIU / Conf. univ. dr. Marius BOTA				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cristina FLEȘERIU / Conf. univ. dr. Marius BOTA				
2.4. Anul de studiu	1	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	Examen
2.7. Regimul disciplinei	Obligativ	2.8. Tipul disciplinei	Disciplină fundamentală (DF)		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar / laborator / proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6 seminar / laborator	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminare / laboratoare / proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					10
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				94	
3.8. Total ore pe semestru				150	
3.9. Numărul de credite				6	

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 dotată cu calculator și videoproiector. • Studenții se vor prezenta la prelegeri și lucrările practice cu telefoanele mobile închise. • Studenții trebuie să-și aducă contribuția la desfășurarea cursului prin scurte intervenții sau întrebări concrete. De asemenea trebuie să parcurgă materialele indicate de cadrul didactic.	
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector	

	Termenele de predare ale proiectelor vor fi anunțate de cadrul didactic în primele 2 întâlniri. Nu se acceptă proiecte după termenul stabilit. Utilizarea instrumentelor bazate pe inteligența artificială (ex. ChatGPT, Copilot, Gemini, MidJourney etc.) pentru realizarea proiectelor, temelor sau oricăror alte produse academice evaluate în cadrul disciplinei NU este permisă. Este obligatorie prezența la 90% dintre orele de laborator. Studenții care nu respectă această cerință nu se vor putea prezenta la examen.	
--	--	--

6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

Competențe profesionale	
Codul competenței	Competență
CP3	Calculează costurile pentru proiectare și design
CP27	Ia decizii bazate pe date
CP43	Monitorizează comportamentul consumatorilor
CP44	Recomandă îmbunătățiri ale produselor
Competențe transversale	
Codul competenței	Competență
CT6	Gândește analitic
CT7	Muncește în echipă
CT8	Gândește critic

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)
CP3 CP27 CP43 CP44 CT6 CT7 CT8	Studentul/absolventul explică conceptele, strategiile și instrumentele de marketing, vânzări și cercetare de piață. Interpretează comportamentul consumatorului și dinamica pieței.	Studentul/absolventul aplică și analizează metode de cercetare de piață și strategii de marketing pentru poziționarea produselor și serviciilor. Elaborează strategii de produs și vânzări bazate pe date și nevoile clienților.

7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)
1. Studentul/Absolventul definește și explică principiile fundamentale ale metodologiei Design Thinking, precum și etapele ciclului de viață al unui produs sau serviciu inovator.
2. Studentul/Absolventul înțelege tehnicile de mapare a experienței utilizatorului (User Journey Mapping), mecanismele de obținere a feedbackului și integrarea acestor date în optimizarea produselor.
3. Studentul/Absolventul cunoaște conceptele cheie privind dezvoltarea unui Produs Minim Viabil (MVP), definirea specificațiilor tehnice/funcționale și pașii necesari în procesul de căutare a brevetelor.
4. Studentul/Absolventul asimilează teoriile din spatele designului industrial, sustenabilității în dezvoltarea produselor și validării unei propuneri de valoare adaptate la comportamentul consumatorilor.
Abilități academice specifice (Specific academic skills)
1. Studentul/Absolventul are abilitatea de a aplica instrumente de gândire analitică și critică pentru a mapa experiența clienților și a monitoriza comportamentul acestora în raport cu un produs.
2. Studentul/Absolventul deține capacitatea de a lucra eficient în echipă pentru a genera idei de afaceri, a selecta concepte și a dezvolta un prototip sau un Produs Minim Viabil (MVP) testabil.
3. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lua decizii comerciale fundamentate pe date și de a recomanda îmbunătățiri sau optimizări structurale ale produselor existente pe piață.
4. Studentul/Absolventul deține abilitatea de a proiecta și susține oral un plan strategic complex de lansare și dezvoltare a unui produs prin intermediul modelului Business Model Canvas.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare - învățare	Observații
Introducere în managementul produselor (Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți, Prezentare generală a managementului produselor)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Introducere în Design Thinking (gândirea în proiectare) (Principiile și etapele procesului de design thinking)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Înțelegerea utilizatorului și maparea experienței (User Journey Mapping)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Design Industrial (Principiile designului industrial, estetica și funcționalitatea produsului)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Designul Experiențelor și Serviciilor (Aplicarea designului de produse la designul serviciilor și experiențelor)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Generarea Ideilor și Dezvoltarea Conceptelor (Tehnici de brainstorming, generare de idei și selecția conceptelor)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Dezvoltarea Produsului Minim Viabil (MVP) (Scopul, definirea și testarea inițială a MVP-ului)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Specificațiile Produsului și Procesul de Căutare a Brevetelor (Definirea specificațiilor produsului și introducerea în procesul de căutare a brevetelor)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Prototiparea și Testarea	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Feedbackul Clienților și Optimizarea Produsului (Tehnici de analiză și integrare a feedbackului în optimizarea produsului)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Validarea propunerii de valoare	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Sustenabilitatea în Dezvoltarea Produselor (Principii de design sustenabil și analiza ciclului de viață al produsului)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Lansarea pe piață a produsului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Planificarea dezvoltării produsului și managementul portofoliului de produse (ciclul de Viață)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 curs (2 ore)
Bibliografie		
1. Trott P. (2017), Innovation management and new product development, Sixth Edition, Pearson, London. 2. Ulrich K.T. & Eppinger S.D. (2012), Product Design and Development, Fifth edition, McGraw-Hill Companies, New York. 3. Wirtz J. (2023), Essentials of services marketing, 4-th edition, Pearson Education Limited, New York. 4. Wirtz, J. & Lovelock, C. (2022) Services marketing: people, technology, strategy, 9-th edition, World Scientific, New Jersey. 5. Kotler, Ph. & Armstrong, G. (2017), Principles of Marketing, Seventeenth edition, Pearson, London. 6. Kotler Ph. & Keller K.L. (2015), Marketing management, 15-th edition, Pearson, London.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare - învățare	Observații
Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți	Prezentare orală, multimedia exemplificare	2 seminarii
Aplicarea procesului de Design Thinking	Discuții de grup	2 seminarii

Generarea Ideilor și Dezvoltarea Conceptului	Discuții de grup	2 seminarii
Designul produsului și Prototiparea	Discuții de grup	2 seminarii
Testarea și Feedbackul Clienților	Discuții de grup	2 seminarii
Optimizarea produsului și pregătirea lansării	Discuții de grup	2 seminarii
Planificarea dezvoltării ulterioare	Discuții de grup	2 seminarii
Bibliografie		
1. Trott P. (2017), Innovation management and new product development, Sixth Edition, Pearson, London. 2. Ulrich K.T. & Eppinger S.D. (2012), Product Design and Development, Fifth edition, McGraw-Hill Companies, New York. 3. Wirtz J. (2023), Essentials of services marketing, 4-th edition, Pearson Education Limited, New York. 4. Wirtz, J. & Lovelock, C. (2022) Services marketing: people, technology, strategy, 9-th edition, World Scientific, New Jersey. 5. Kotler, Ph. & Armstrong, G. (2017), Principles of Marketing, Seventeenth edition, Pearson, London. 6. Kotler Ph. & Keller K.L. (2015), Marketing management, 15-th edition, Pearson, London.		

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	- corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate; - coerența logică în gândire.	Examen oral (prezentarea proiectului) Predarea și prezentarea proiectului de echipă Business Model Canvas	60%
9.5 Seminar/laborator	- Capacitatea de a utiliza corect noțiunile de specialitate învățate; - Interesul pentru pregătirea individuală, seriozitatea în abordarea problemelor; - Creativitatea; - Capacitatea de a lucra în echipă; - Capacitatea de a formula și lua cele mai bune decizii de marketing pe baza unor situații date.	Participare activă la întâlnirile de pe parcurs – rezolvare teme de reflecție, intervenții pe parcurs, fișe de lucru, quiz-uri etc.	40%
9.6 Standard minim de promovare			
- cunoașterea noțiunilor fundamentale predate; - utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.			

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

  Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă								
1 FĂRĂ SĂRĂCIE 	2 FOAMETE „ZERO” 	3 SĂNĂTATE ȘI BÎNĂSTARE 	4 EDUCATIE DE CALITATE 	5 EGALITATE DE GEN 	6 APĂ CURATĂ ȘI SĂNĂTATE 	7 ENERGIE CURATĂ ȘI LA PREȚURI ACESIBILE 	8 MUNCĂ DECENTĂ ȘI CREȘTERE ECONOMICĂ 	9 INDUSTRIE, INOVAȚIE ȘI INFRASTRUCTURĂ 
								
10 INEGALITĂȚI REDUSE 	11 ORASE ȘI COMUNITĂȚI DURABILE 	12 CONSUM ȘI PRODUCȚIE RESPONSABILE 	13 ACȚIUNE CLIMATICĂ 	14 VIAȚĂ ACVATICĂ 	15 VIAȚĂ TERESTRĂ 	16 PACE, JUSTIȚIE ȘI INSTITUȚII EFICIENTE 	17 PARTENERIATE PENTRU REALIZAREA OBIECTIVELOR 	Nu se aplică nici o etichetă
								

Data completării:	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
22.05.26	Conf. univ. dr. Cristina Fleșeriu/ Conf. univ. dr. Marius Bota	Conf. univ. dr. Cristina Fleșeriu/ Conf. univ. dr. Marius Bota
Data avizării în departament:	Semnătura directorului de departament	
27.05.26	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”.