

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

|                                                          |                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1 Instituția de învățământ superior                    | Universitatea Politehnica Timișoara                                                                                          |
| 1.2 Facultatea <sup>1</sup> / Departamentul <sup>2</sup> | Electronică, Telecomunicații și Tehnologii Informaționale/Electronică Aplicată                                               |
| 1.3 Domeniul de studii (denumire/cod <sup>3</sup> )      | Inginerie electronică, telecomunicații și tehnologii informaționale 20/20/20/200                                             |
| 1.4 Ciclul de studii                                     | Licență                                                                                                                      |
| 1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)       | Microelectronică, optoelectronică și nanotehnologii/ 20/20/10/100/40/<br>Microelectronică, optoelectronică și nanotehnologii |

## 2. Date despre disciplină

|                                                            |                                |               |   |                       |   |                                      |    |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------|---|-----------------------|---|--------------------------------------|----|
| 2.1 Denumirea disciplinei/Categoria formativă <sup>4</sup> | Management și marketing / DC   |               |   |                       |   |                                      |    |
| 2.2 Titularul activităților de curs                        | Prof.dr.ing.,ec.Matei TĂMĂȘILĂ |               |   |                       |   |                                      |    |
| 2.3 Titularul activităților aplicative <sup>5</sup>        | Prof.dr.ing.,ec.Matei TĂMĂȘILĂ |               |   |                       |   |                                      |    |
| 2.4 Anul de studii <sup>6</sup>                            | 4                              | 2.5 Semestrul | 7 | 2.6 Tipul de evaluare | D | 2.7 Regimul disciplinei <sup>7</sup> | DI |

## 3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate)<sup>8</sup>

|                                                        |                    |                                                                                                    |    |                                       |        |
|--------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------|--------|
| 3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână           | 3 , format din:    | 3.2 ore curs                                                                                       | 2  | 3.3 ore seminar/laborator/proiect     | 1/0/0  |
| 3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.         | 42 , format din:   | 3.2* ore curs                                                                                      | 28 | 3.3* ore seminar/laborator/proiect    | 14/0/0 |
| 3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână            | , format din:      | 3.5 ore practică                                                                                   |    | 3.6 ore elaborare proiect de diplomă  |        |
| 3.4* Număr total de ore asistate parțial/semestru      | , format din:      | 3.5* ore practică                                                                                  |    | 3.6* ore elaborare proiect de diplomă |        |
| 3.7 Număr de ore activități neasistate/săptămână       | 4,14 , format din: | ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |    |                                       | 1,5    |
|                                                        |                    | ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe                          |    |                                       | 1,5    |
|                                                        |                    | ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri      |    |                                       | 1,14   |
| 3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru | 58 , format din:   | ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |    |                                       | 21     |
|                                                        |                    | ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe                          |    |                                       | 21     |
|                                                        |                    | ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri      |    |                                       | 16     |
| 3.8 Total ore/săptămână <sup>9</sup>                   | 7,14               |                                                                                                    |    |                                       |        |
| 3.8* Total ore/semestru                                | 100                |                                                                                                    |    |                                       |        |
| 3.9 Număr de credite                                   | 4                  |                                                                                                    |    |                                       |        |

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

|                   |                     |
|-------------------|---------------------|
| 4.1 de curriculum | • Economie generală |
|-------------------|---------------------|

<sup>1</sup> Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.

<sup>2</sup> Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

<sup>3</sup> Se înscrie codul prevăzut în HG – privind aprobarea Nomenclatorului domeniilor și al specializărilor/programelor de studii, actualizată anual.

<sup>4</sup> Disciplina se încadrează potrivit planului de învățământ în una dintre următoarele categorii formative: disciplină fundamentală (DF), disciplină de domeniu (DD), disciplină de specialitate (DS) sau disciplina complementară (DC).

<sup>5</sup> Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

<sup>6</sup> Anul de studii în care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

<sup>7</sup> Disciplina poate avea unul din următoarele regimuri: disciplină impusă (DI) sau disciplină obligatorie (DOb)-pentru alte domenii fundamentale de studii oferite de UPT, disciplină opțională (DO) sau disciplină facultativă (Df).

<sup>8</sup> Numărul de ore de la rubricile 3.1\*, 3.2\*,...,3.8\* se obțin prin înmulțirea cu 14 (săptămâni) a numărului de ore din rubricile 3.1, 3.2,..., 3.8. Informațiile din rubricile 3.1, 3.4 și 3.7 sunt chei de verificare folosite de ARACIS sub forma: (3.1)+(3.4) ≥ 28 ore/săpt. și (3.8) ≤ 40 ore/săpt.

<sup>9</sup> Numărul total de ore / săptămână se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.1, 3.4 și 3.7.

|                   |   |
|-------------------|---|
| 4.2 de competențe | • |
|-------------------|---|

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

|                                             |   |
|---------------------------------------------|---|
| 5.1 de desfășurare a cursului               | • |
| 5.2 de desfășurare a activităților practice | • |

## 6. Competențe la formarea cărora contribuie disciplina

|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Competențe specifice                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.Capacitatea de a identifica/proiecta/propune solutii privind rezolvarea problemelor specifice managementului și marketingului in cadrul sistemelor/proiectelor economico-inginerest</li> <li>2.Definirea activităților pe etape și repartizarea acestora subordonaților cu explicarea completă a îndatoririlor, în funcție de nivelurile ierarhice, asigurând schimbul eficient de informații și comunicarea interumană</li> <li>i</li> </ul> |
| Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interacționează profesional în mediile de cercetare și profesionale.</li> <li>2. Sintetizează informații</li> <li>3. Interpretează datele actuale</li> <li>4. Prezintă rezultatele analizelor</li> <li>5. Aplică competențe de comunicare în domeniul tehnic</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>                                                                                                                  |
| Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice | <ul style="list-style-type: none"> <li>• efectuează calcule<br/>utilizează cu precizie echipamente, instrumente sau echipamente tehnologice</li> <li>•</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## 7. Obiectivele disciplinei (asociate competențelor de la punctul 6)

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea de către studenți a: noțiunilor, principiilor, tehnicilor și modelelor specifice managementului și marketingului, atât la nivel de concepte cât și la nivel de aplicare în cadrul firmelor în condițiile reale de piață</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 7.2 Obiectivele specifice             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea capacității și abilității de a cunoaște și înțelege fenomenele și aspectele vieții economice</li> <li>• Dezvoltarea capacității de a analiza conținutul situațiilor/conjuncturilor economice în perspectiva luării unor decizii manageriale</li> <li>• Dezvoltarea capacității de a identifica și analiza sistematic potențialele problemele profesionale în vederea soluționării lor prin intermediul unor mijloace consacrate</li> <li>• Dezvoltarea capacității de a se adapta noilor provocări tehnologice, în vederea dezvoltării profesionale și personale ca specialiști în domeniu, respectiv manageri, prin formare continuă apelând la surse de documentare tipărite sau electronice precum și software specializate;</li> <li>• Dezvoltarea capacității de a-și defini obiectivele și activitățile la diferite niveluri ierarhice și a le repartiza subordonaților cu explicarea completă a îndatoririlor, asigurând schimbul eficient de informații și comunicarea interumană</li> </ul> |

## 8. Conținuturi<sup>10</sup>

| 8.1 Curs                    | Număr de ore | Metode de predare <sup>11</sup> |
|-----------------------------|--------------|---------------------------------|
| 1.Introducere in management | 1            | Prelegere susținută             |

<sup>10</sup> Se detaliază toate activitățile didactice prevăzute prin planul de învățământ (tematicile prelegerilor și ale seminariilor, lista lucrărilor de laborator, conținuturile etapelor de elaborare a proiectelor, tematica fiecărui stagiu de practică). Titlurile lucrărilor de laborator care se efectuează pe standuri vor fi însoțite de notația „(\*)”.

<sup>11</sup> Prezentarea metodelor de predare va include și folosirea noilor tehnologii (e-mail, pagină personalizată de web, resurse în format electronic etc.).

|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |              |                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.Funcțiile managementului: previziune și planificare                                                                                                                                                                                                                                  | 2            | de prezentări PPT, filmulețe, conversații, explicații, exemplificări, studii de caz |
| 3. Funcțiile managementului: procesul decizional                                                                                                                                                                                                                                       | 3            |                                                                                     |
| 4. Funcțiile managementului: organizarea                                                                                                                                                                                                                                               | 1            |                                                                                     |
| 5. Funcțiile managementului: coordonarea și motivarea                                                                                                                                                                                                                                  | 3            |                                                                                     |
| 6. Funcțiile managementului: controlul                                                                                                                                                                                                                                                 | 2            |                                                                                     |
| 7.Teorii și modele specifice leadershipului                                                                                                                                                                                                                                            | 2            |                                                                                     |
| 8.Marketing – elemente introductive                                                                                                                                                                                                                                                    | 1            |                                                                                     |
| 9.Piața: definire, caracteristici, metode și instrumente de cercetare                                                                                                                                                                                                                  | 3            |                                                                                     |
| 10.Piața:segmentarea pieței, valoarea la consumator și satisfacția clientului                                                                                                                                                                                                          | 2            |                                                                                     |
| 11.Mixul de marketing: produs, pret, promovare, distribuție etc                                                                                                                                                                                                                        | 8            |                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |              |                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |              |                                                                                     |
| Bibliografie <sup>12</sup> 1.M.Tamasila, Suport curs-Management și Marketing, 2023, cvupt.ro: <a href="https://cv.upt.ro/course/view.php?id=3871">https://cv.upt.ro/course/view.php?id=3871</a> 2023                                                                                   |              |                                                                                     |
| 2.Margarita Bakracheva, Daniel Pavlov, Aleksandr Gudkov, Andra Diaconescu, Larisa Ivașcu,Tămășilă Matei s.a, <i>The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs, Academic Publisher University of Ruse “Angel Kanchev”, Bulgaria, 2020</i> |              |                                                                                     |
| 3. Tămășilă Matei , <i>Contributii la conturarea unui model de management romanesc</i> ,Vol 2,Cap.45, Editura Expert, București, 2014                                                                                                                                                  |              |                                                                                     |
| 4. Tămășilă M.,Tăucean I Pugna Adrian, Buciuman C., Pavlov D., Negru-Strauti G., Todorova M, s.a, <i>Comparative study regarding the training needs for development of entrepreneurial competences in the context of EU post-integration, Primax Ltd., Ruse, Bulgaria, 2012</i>        |              |                                                                                     |
| 5 .Tăroată A., Tămășilă M., Staicu F., Rușeț V., Tăucean I. , <i>Marketing Management</i> ; Politehnica; Timișoara, 2010                                                                                                                                                               |              |                                                                                     |
| 6. Tăroată A., Tămășilă M., Tăucean I. , <i>Leadership</i> ; Politehnica; Timișoara, 2011                                                                                                                                                                                              |              |                                                                                     |
| 7.A.Tăroată – <i>Marketing, concepție, planificare, implementare</i> –Ed.Eurobit, Timișoara,2003.                                                                                                                                                                                      |              |                                                                                     |
| 8.A.Tăroată – <i>Marketing,ghid pentru întreprinzători</i> –Ed.Eurobit, Timișoara,1997.                                                                                                                                                                                                |              |                                                                                     |
| 9. Kotler Ph., <i>Managementul Marketingului</i> , Teora, București, 2002                                                                                                                                                                                                              |              |                                                                                     |
| 8.2 Activități aplicative <sup>13</sup>                                                                                                                                                                                                                                                | Număr de ore | Metode de predare                                                                   |
| 1.Optimizarea procesului decizional                                                                                                                                                                                                                                                    | 4            |                                                                                     |
| 2.Metode de planificare – management de proiect: Drum critic, Pert, Gantt                                                                                                                                                                                                              | 3            |                                                                                     |
| 3. Conceptul de marketing – studiu de caz                                                                                                                                                                                                                                              | 1            |                                                                                     |
| 4. . Analiza mediilor de marketing - SWOT                                                                                                                                                                                                                                              | 2            |                                                                                     |
| 5. Determinarea indicilor de piață:cota de piață, rată de saturație, rată de penetrare etc                                                                                                                                                                                             | 4            |                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |              |                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |              |                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |              |                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |              |                                                                                     |
| Bibliografie <sup>14</sup> 1.M.Tamasila,A.Diaconescu, Suport seminar –Noțiuni de Management și Marketing, 2023, <a href="https://cv.upt.ro/course/view.php?id=2569">https://cv.upt.ro/course/view.php?id=2569</a> 2023                                                                 |              |                                                                                     |
| 2.Margarita Bakracheva, Daniel Pavlov, Aleksandr Gudkov, Andra Diaconescu, Larisa Ivașcu,Tămășilă Matei s.a, <i>The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs, Academic Publisher University of Ruse “Angel Kanchev”, Bulgaria, 2020</i> |              |                                                                                     |
| 3.Tămășilă M., Potra S. ,Marketing în societatea bazată pe cunoaștere; Editura Solness; Timișoara, 2016.                                                                                                                                                                               |              |                                                                                     |

<sup>12</sup> Cel puțin un un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin un titlu trebuie să se refere la o lucrare de referință pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existentă în biblioteca UPT.

<sup>13</sup> Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina conține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

<sup>14</sup> Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

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

- Menținerea legăturii permanente cu mediul de afaceri în mod special prin derularea unor cercetări aplicative în cadrul firmelor, anual prin intermediul elaborării proiectelor de finalizare studii și proiectelor specifice anumitor discipline

**10. Evaluare**

| Tip activitate                                                                                                                                                                                      | 10.1 Criterii de evaluare <sup>15</sup>                                                                                                                                              | 10.2 Metode de evaluare                                                    | 10.3 Pondere din nota finală |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 10.4 Curs                                                                                                                                                                                           | Cunoașterea/interpretare de către studenți a conceptelor, instrumentelor, metodelor și modelelor specifice disciplinei prin : Rezolvarea unor subiecte teoretice și a unei aplicații | Examinare scrisă                                                           | 60%                          |
| 10.5 Activități aplicative                                                                                                                                                                          | <b>S:</b> Capacitatea de a utiliza corect metodele, modelele specifice pentru a : alege varianta decizională optimă, alocă resursele , stabili prețul etc                            | Verificare/Testare prin aplicații și studii de caz specifice portofoliului | 40%                          |
|                                                                                                                                                                                                     | <b>L:</b>                                                                                                                                                                            |                                                                            |                              |
|                                                                                                                                                                                                     | <b>P<sup>16</sup>:</b>                                                                                                                                                               |                                                                            |                              |
|                                                                                                                                                                                                     | <b>Pr:</b>                                                                                                                                                                           |                                                                            |                              |
| <b>10.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor<sup>17</sup>)</b>                          |                                                                                                                                                                                      |                                                                            |                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoșterea și interpretarea corectă a semnificației conceptelor fundamentale(funcțiile managementului respectiv componența mixului de marketing</li> </ul> |                                                                                                                                                                                      |                                                                            |                              |

**Data completării**

24.10.2024

**Titular de curs  
(semnătura)**

Prof.dr.ing.,ec.Matei TĂMĂȘILĂ

**Titular activități aplicative  
(semnătura)**

Prof.dr.ing.,ec.Matei TĂMĂȘILĂ

**Director de departament  
(semnătura)**

Prof.dr.ing.,ec.Matei TĂMĂȘILĂ

**Data avizării în Consiliul Facultății<sup>18</sup>**

10.12.2024

**Decan  
(semnătura)**

Prof.dr.ing. Cătălin Căleanu

<sup>15</sup> Fișele disciplinelor trebuie să conțină procedura de evaluare a disciplinei cu precizarea criteriilor, a metodelor și a formelor de evaluare, precum și cu precizarea ponderilor atribuite acestora în nota finală. Criteriile de evaluare se formulează în mod distinct pentru fiecare activitate prevăzută în planul de învățământ (curs, seminar, laborator, proiect). Ele se vor referi și la formele de verificare pe parcurs (teme de casă, referate ș.a.)

<sup>16</sup> În cazul când proiectul nu este o disciplină distinctă, în această rubrică se va preciza și modul în care rezultatul evaluării proiectului condiționează admiterea studentului la evaluarea finală din cadrul disciplinei.

<sup>17</sup> Nu se va explica cum se acorda nota de promovare.

<sup>18</sup> Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studii cu privire la fișa disciplinei.