

FIȘA DISCIPLINEI
Teorii și Modele de Afaceri
2016-2017

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Management
1.3 Departamentul	Management
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclul de studii	Licență, IF
1.6 Programul de studii/Calificarea	Management

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Teorii și Modele de Afaceri						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.dr. Laurențiu-Mihai Treapăt						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect.dr. Laurențiu-Mihai Treapăt						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	3	2.6 Tipul de evaluare	Es	2.7 Regimul disciplinei	Ob.

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	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	140	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp – Total 84, din care, Curs 28, Sem. 14, SI 42					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					42
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					0
Examinări					3
Alte activități.....					0
3.7 Total ore studiu individual	42				
3.9 Total ore pe semestru	84				
3.10 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cadrul didactic să dețină doctoratul în economie și cel puțin 7 ani de practică economică.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Competențe solide de economie, management, logică, mediul de afaceri, managementul riscurilor, finanțe.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Cadrul didactic să dețină doctoratul în economie și cel puțin 7 ani de practică economică.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Competențe solide de economie, management, logică, mediul de afaceri, managementul riscurilor, finanțe.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei) Competențele didactice trebuie puse în evidență de tehnica de predare a cursurilor, care se bazează pe învățarea de către studenți prin descoperirea noutăților, prin incitarea spiritului lor creativ, prin cooperare, problematizare, ierarhizare, înțelegerea logică a interdependențelor dinamice dintre diversele științe și materii</p> <p>Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea teoriilor și modelelor de afaceri, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei trebuie făcute astfel încât studenții să poată dovedi cunoașterea terminologiei, a conceptelor, fenomenelor și modelelor de afaceri, să demonstreze capacitate de utilizare a conceptelor predate de profesor, să demonstreze capacitate de reflecție critică, să explice și să aplice modelele dezbătute).</p> <p>Prezentarea cursurilor și susținerea seminariilor trebuie făcute într-un mod dinamic, modern, cu ajutorul tehnicii și tehnologiilor zilelor noastre, cu calculatorul, cu retroproiectorul și asigurând acces la internet mobil pentru a putea accesa instantaneu sursele de informare on-line. Rolul cadrului didactic rămâne esențial, acesta trebuie să pună studentul în centrul atenției sale, să comunice cu fiecare în parte, funcție de personalitatea fiecăruia.</p> <p>Instrumental – aplicativ (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare) Familiarizarea studenților cu realitățile economice și sociale, cu modelele de afaceri ale începutului de mileniu, cu modificările dramatice ale piețelor libere, mai ales după criza economică. Se urmărește înțelegerea conceptelor de bază și a regulilor ce definesc activitățile de afaceri contemporane, să pătrundă prin cercetare în universul diferitelor tipuri de piețe și a mecanismelor specifice de reglare, să înțeleagă modelele teoretice și practice pe baza cărora acționează piețele concurențiale, bazându-se pe exemplele practice și expertiza oferite de cadrul didactic. Vor beneficia de o multitudine de variante de planuri de afaceri din realitate.</p> <p>Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific / centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională).</p> <p>Atitudine deschisă și pozitivă, calitatea activității didactice trebuind să se reflecte în aprecierea studenților, fiind permanent interesat de construirea, menținerea și dezvoltarea unor relații directe, deschise, sincere cu studenții, iar feed-backul permanent de la ei este elementul declanșator al reușurilor pe care profesorul trebuie să le facă din mers, în mod permanent, pentru a nu rămâne în afara realității zilelor noastre.</p>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor domeniului și ariei de specialitate. • Utilizarea cunoștințelor interdisciplinare pentru interpretarea unor fenomene complexe. • Operaționalizarea unor situații complexe, procese variate, asociate mai multor domenii conexe de activitate.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> - familiarizarea studenților cu mediul concurențial de afaceri și cu obiectivele firmelor în piața liberă; - înțelegerea conceptelor de bază și a regulilor ce definesc activitățile economice ale firmelor contemporane ; - să pătrundă în universul diferitelor tipuri de piețe și a mecanismelor specifice de formare a prețurilor, să cunoască metodele de maximizare a profitului și să recunoască unde se situează pragul de rentabilitate; - să înțeleagă modelele teoretice care acționează pe piețele concurențiale, care sunt opțiunile strategice ale managerilor companiilor și ce soluții de echilibrare a tensiunilor economice pot aplica.
---------------------------------------	--

7.2 Obiectivele specifice	<p>La finalul cursului, studenții vor fi capabili să răspundă la următoarele categorii de probleme:</p> <p>1. <u>Identificarea obiectivelor de afaceri</u></p> <p>a/ Care sunt obiectivele urmărite de firmă pentru fiecare dintre produsele sale (de exemplu maximizarea profitului sau maximizarea vânzărilor, adică o creștere a cotei de piață).</p> <p>b/ Sunt prețurile actuale la un nivel care să asigure realizarea obiectivului dorit?</p> <p>c/ Strategia actuală a firmei urmărește obținerea unor costuri mai reduse decât ale concurenților sau, mai degrabă, o diferențiere a produselor ?</p> <p>2. <u>Întelegerea mediului concurențial</u></p> <p>a/ <i>In ce tip de piață operează firma (concurențială, monopolistă etc.)? Ce implicații asupra prețurilor și profiturilor pe termen lung are acest fapt?</i></p> <p>b/ Cum își stabilesc concurenții firmei prețurile? Cum își stabilesc ei cheltuielile legate de celelalte componente ale mixului de marketing?</p> <p>c/ Există pericolul apariției unor noi concurenți? Ce fel de bariere la intrare există pe piață? Ar putea fi ele întărite prin legi sau alte reglementări legale? Sunt cunoscute (de către firmă) limitările impuse de legislația concurenței (atât cea internă, cât și cea internațională) ?</p> <p>d/ Ce efect pe termen lung ar avea asupra poziției concurențiale a firmei apariția unor noi concurenți?</p> <p>3. <u>Întelegerea reacției pieței</u></p> <p>a/ <i>Cunoaște firma (chiar și în termeni generali) funcția cererii pentru produsele sale? Dar factorii care o influențează?</i></p> <p>b/ Prețurile vor trebui modificate în viitorul apropiat ? Și dacă da, care este elasticitatea cererii în funcție de preț?</p> <p>c/ Prețurile produselor substituibile și ale celor complementare se vor modifica în viitorul apropiat ? Și dacă da, care sunt elasticitățile încrucișate?</p> <p>d/ Care este elasticitatea cererii în funcție de venit și ce arată prognozele privind evoluția venitului în următorii ani?</p> <p>e/ Este posibil și ar fi util ca firma să încerce o estimare privind coeficienții curbei cererii?</p> <p>f/ Prețul este stabilit luându-se în considerare, în principal, cererea consumatorilor sau doar pe baza cheltuielilor de producție (metoda “cost – plus” de stabilire a prețului)? Este această metodă în concordanță cu obiectivele firmei?</p> <p>4. <u>Întelegerea costurilor de producție</u></p> <p>a/ Cât de elastică este oferta din fiecare produs realizat de firmă și, deci, cât de</p>
---------------------------	---

	<p>rapid poate reacționa firma la modificarea cererii?</p> <p>b/ Cum poate fi majorată elasticitatea ofertei?</p> <p>c/ Care este costul marginal la momentul prezent? Scade sau crește? Și de ce? Cum poate aceasta evoluție influența competitivitatea viitoare a firmei?</p> <p>d/ Ținând cont de dimensiunile actuale ale firmei, există semnale privind apariția unor venituri descrescătoare ? Și dacă da, cum va afecta acest lucru decizia privind programul de investiții?</p> <p>e/ Firma exploatează la maxim posibilitatea de a obține avantajele economiei de scară? Și dacă nu, care sunt cauzele? Ce implicații poate avea acest fapt asupra poziției sale concurențiale?</p> <p>5. <u>Întelegerea deciziilor privind investițiile</u></p> <p>a/ Este utilizată metoda fluxurilor de numerar actualizate în luarea deciziilor privind investițiile?</p> <p>b/ Are firma cunoștință despre toate stimulentele fiscale, inclusiv regionale, disponibile?</p> <p>c/ Își calculează firma rata internă de rentabilitate?</p> <p>d/ Care este costul de oportunitate în cazul unei investiții în capital nou; cu alte cuvinte, care sunt oportunitățile alternative de a investi sau care este câștigul cu risc zero de pe urma unui depozit bancar?</p> <p>e/ În luarea deciziei de a investi, sunt luate în considerare <u>toate</u> costurile și beneficiile (atât interne, cât și externe)?</p> <p>f/ Cum se calculează costul capitalului?</p> <p>6. <u>Întelegerea modului cum se iau deciziile de a angaja</u></p> <p>a/ Aceste decizii iau în considerare venitul produsului marginal al mâinii de lucru (adică, valoarea adăugată)?</p> <p>b/ Modul de stabilire a salariilor are la bază vreun criteriu economic?</p> <p>c/ Ce factori determină oferta de mână de lucru?</p> <p>d/ Care sunt implicațiile previzibile ale actualelor tendințe demografice asupra ofertei de mână de lucru?</p> <p>e/ Ce măsuri sunt luate/avute în vedere pentru a contracara/anticipa eventuale evoluții nefavorabile ale costurilor cu mână de lucru?</p> <p>f/ Actualele diferențe existente între salarii sunt justificate din punct de vedere economic?</p> <p>7. <u>Întelegerea mediului extern</u></p> <p>a/ Există o preocupare regulată în cadrul firmei de a observa dinamica mediului macroeconomic, precum și politicile economice asociate și de a evalua posibilul lor impact?</p>
--	--

	<p>b/ Cunoaște firma cum s-ar modifica cererea pentru produsele sale în cazul unei creșteri/scăderi a ratelor dobânzii, a unei aprecieri/deprecieri a monedei naționale sau a unei modificări a ratei creșterii economice, a cheltuielilor pentru consum sau a investițiilor ?</p> <p>c/ Utilizează firma unele prognoze economice în elaborarea planurilor de afaceri?</p> <p>d/ Sunt de anticipat unele modificări ale mediului economic, politic, social sau tehnologic?</p>
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>C1. Planificarea</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rolul planificării • Procesul de planificare • Dimensiunile planificării într-o organizație • Tipuri de planificare 		<p>Explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei. Se pune accent pe dialogul logic, bazat pe interactivitate cadru didactic-student.</p>
<p>C2. Analiza mediului concurențial (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analiza rivalității între concurenții existenți • Analiza pericolului de intensificare a competiției prin intrarea de noi competitori pe piață • Presiunea exercitată de produsele de substituție 		
<p>C3. Analiza mediului concurențial (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitatea de negociere a clienților și a furnizorilor 		
<p>C 4. Metode si tehnici de investigare: Metoda directă, a analizei economice și mixtă.</p>		
<p>C 5. Modele de afaceri (1).</p> <p>Avantajul competitiv al modelelor de afaceri</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avantajul costului • Diferențierea 		
<p>C 6. Modele de afaceri (2). Modele de creștere.</p>		

C 7. Sursele avantajelor competitive ale firmelor.	
<ul style="list-style-type: none"> • Surse interne • Surse externe 	
C 8. Avantajul costului redus și sursele sale.	
<ul style="list-style-type: none"> • Factori care pot susține crearea unicității. 	
C 9. Concepte de bază în teoria și modelele economice ale afacerilor.	
C 10. Modele de expansiune a firmelor (M & A)	
C 11. Abordarea stakeholderilor într-o afacere.	
C 12. Modelul de analiză internă a unei afaceri. Lanțul valorii.	
C. 13. Benchmarking-ul și analiza matriceală.	
C 14. Analiza matriceală pe cazul firmei cu portofoliu diversificat de produse și activități.	

Bibliografie

1. Davies, H.	<i>Managerial Economics</i> , London, Pitman Publishing, 1991.
2. Reekie, W. și J. Crook	<i>Managerial Economics</i> , Oxford, Philip Allan, 1982
3. Porter, M.	<i>Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors</i> , New York, Free Press, 1980.
4. Keat, Paul G. și Philip K.Y. Young	<i>Managerial Economics (Economic tools for today's decision makers)</i> , Prentice Hall 1996.
5. Maurice, S.C., Christopher R. Thomas și Charles W. Smithson	<i>Managerial Economics – Applied microeconomics for decision making</i> , Richard D. Irwin Inc., 1992
6. Treapăt, L.	Soluții de consolidare a brandului corporativ prin managementul riscurilor, Ed. Tritonic, 2015.
7. Treapăt, L.	Manual de studii de caz și bune practice bancare, Ed. Tritonic, 2013.
8. Truett, L. J. și Dale B. Truett	<i>Managerial Economics</i> , South-Western Publishing Co., Cincinnati, Ohio, 1992.
9. Vișoiu, I. , Rusu, C.	Implementarea managementului riscului la nivel organizațional, Ed. Economică, 2010.

8.2. Seminarii	Metode de predare	Observații
1. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema planificării în afaceri. Studiu de caz pe tema unei afaceri cu servicii de furnizare internet.	Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz.	Se pune accent pe dialogul logic, bazat pe interactivitate cadru didactic-student.
2. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema strategiei în businessul modern. Studiu de caz firmă de producție și livrare pizza.		
3. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema strategiei în businessul modern. Studiu de caz pe		

exemplul unei firme de reciclare materiale.	
4. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema mediului concurențial în businessul modern. Studiu de caz pe exemplul unui restaurant.	
5. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema capacității de negociere a clienților și a furnizorilor în businessul modern. Studiu de caz și exemplu la o firmă de producție și comercializare a sculpturilor.	
6. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema Ooțiunilor strategice în businessul modern. Studiu de caz pe exemplul unei grădinițe.	
7. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema avantajului competitiv în businessul modern. Studiu de caz pe exemplul unei firme de fitness.	
8. Strategia și managementul strategic al firmei	
9. Analiza diagnostic – suportul elaborării strategiei firmei (Diagnosticarea firmei)	
10. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema strategiilor în domeniul cercetării-dezvoltării și inovării	
11. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema strategiilor de „Joint Venture”	
12. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema strategiilor de dezvoltare a personalului	
13. Expunere, exerciții practice și discuții ale studiilor de caz efectuate pe tema alianțelor strategice	
14. Se vor face analize și discuții pe marginea proiectelor de echipă, se vor trage concluzii și se vor prezenta argumente pro și contra, pentru a fi implicați în discuții toți studenții. Vor fi recapitulate posibile subiecte de examen.	
Bibliografie	
1. Davies, H.	<i>Managerial Economics</i> , London, Pitman Publishing, 1991.
2. Reekie, W. și J. Crook	<i>Managerial Economics</i> , Oxford, Philip Allan, 1982
3. Porter, M.	<i>Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors</i> , New York, Free Press, 1980.
4. Keat, Paul G. și Philip K. Y. Young	<i>Managerial Economics (Economic tools for today's decision makers)</i> , Prentice Hall 1996.
5. Maurice, S.C., Christopher R. Thomas și Charles W. Smithson	<i>Managerial Economics – Applied microeconomics for decision making</i> , Richard D. Irwin Inc., 1992
6. Treapăt, L.	Soluții de consolidare a brandului corporativ prin managementul riscurilor, Ed. Tritonic, 2015.
7. Treapăt, L.	Manual de studii de caz și bune practice bancare, Ed. Tritonic, 2013.
8. Truett, L. J. și Dale B. Truett	<i>Managerial Economics</i> , South-Western Publishing Co., Cincinnati, Ohio, 1992.
9. Vișoiu, I., Rusu, C.	Implementarea managementului riscului la nivel organizațional, Ed. Economică, 2010.

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

- Conținutul disciplinei este elaborat în strânsă legătură cu membrii comunității epistemice, cu mediul de afaceri, asociațiile profesionale și mai ales ținând seama de cerințele din piața muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Participare activă, interes față de conținutul cursului.	Observare directă, memorarea și notarea măsurii în care fiecare student se implică.	-
	Dezbaterea unor subiecte și întrebări legate de tematică	Observare directă, memorarea și notarea măsurii în care fiecare student se implică.	-
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de a înțelege, de a explica în mod logic și de a aplica în mod practic cunoștințele dobândite de-a lungul semestrului.	Observare directă, memorarea și notarea măsurii în care fiecare student se implică. Studenții să folosească noțiunile de analiză economică, tehnici și modele de afaceri prezentate pe parcurs, întrucât 50% din nota finală reprezintă conținutul proiectului academic de afaceri, modul de susținere, dar și implicarea la activitățile de pe parcursul semestrului.	-
	Proiectul de echipă (echipe de minim 3 și maxim 5 studenți) va consta în realizarea și prezentarea unui Proiect Academic de Afaceri, ori a unei Strategii de Afaceri. Proiectul academic de afaceri este doar un pretext, nu un scop în sine. Ceea ce contează este ca, în cadrul proiectului academic de afaceri, studenții să folosească noțiunile de analiză economică prezentate pe parcurs. De asemenea, 50% din nota finală reprezintă conținutul proiectului academic de afaceri, modul de susținere și participarea la activitățile de pe parcurs. NU SE ADMITE ABSENȚA STUDENTULUI DE LA	Observare directă, memorarea și notarea măsurii în care fiecare student se implică.	50% din nota finală (iar 50% din nota cântărește proba de verificare, adică Proiectul Academic.)

	PREZENTARE ȘI TRANSMITEREA PROIECTULUI PE MAIL.		
--	---	--	--

10.6 Standard minim de performanță

- Îndeplinirea condițiilor de participare la examen și realizarea cerințelor academice obligatorii referitoare la Proiectul academic de echipă, care va consta în elaborarea și prezentarea în clasă la seminar a unui Proiect Academic de microeconomie, așa cum este descris în detaliu la pct.10.5. de mai sus.

Evaluarea studentului

	Criteriu	Punctaj
1	Examen scris	50 %
2	Activitatea de ansamblu la seminar. Din activitatea la seminar, cota de 50% aparține calității academice și restul modului de prezentare a temei academice, modului de implicare, atenției, disciplinei, punctualității, respectului, etc.	50% nota la seminar, formată din: -50% calitatea academică a temei -20% prezentarea temei -20% evaluarea pe parcurs -10% modul de implicare în activitățile curriculare.

- Minimum de prezență la curs și seminar 70%. În cazuri extreme (boală, călătorie în străinătate, angajare), prezența obligatorie este de 40%, iar restul de 30% se echivalează cu prezentarea a 2 eseuri academice scrise din conținutul cursului și a Bibliografiei. Regulile de elaborare sunt cele academice, așa cum sunt descrise la pct.10.5.
- Minimum nota 5 la examenul final se obține prin dovedirea înțelegerii logice a conceptelor fundamentale prezentate în cadrul cursului și a aplicațiilor analizate la seminar. Restanțele au același grad de dificultate ca examenul din sesiune și sunt evaluate cu aceeași rigurozitate. Nu se intră în restanțe fără îndeplinirea condițiilor referitoare la tema academică și cota de prezență. Temele academice trebuie urcate pe Google Classroom și predate fizic profesorului cu cel puțin o săptămână înainte de restanță.
Punctualitatea, liniștea, disciplina și respectul reciproc sunt elemente morale obligatorii.

Data completării

Semnătura titularului de curs și seminar,
lect.univ.dr. Laurențiu-Mihai Treapăt

03.10.2016

.....

Data avizării în catedră

Semnătura Director Departament

.....

.....