

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Facultatea	de Inginerie Alimentară
Departamentul	Tehnologii Alimentare, Siguranța Producției Alimentare și a Mediului
Domeniul de studii	Inginerie și management în agricultură și dezvoltare rurală
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii	Inginerie și Management în Alimentație Publică și Agroturism

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei		Management general			
Anul de studiu	I	Semestrul	2	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu; DS - de specialitate, DC – complementară				DF
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DOB – obligatorie, DOP – opțională, DF - facultativă				DOB

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator/ Lucrări practice	-	Proiect	-
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator/ Lucrări practice	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	66
II.b) Tutoriat (pentru ID)	-
III. Examinări	3
IV. Alte activități (precizați):	-

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	69
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	125
Numărul de credite	5

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale/generale	CP2. Găsește soluții pentru probleme CP3. Exerciță față de colegi leadership orientat către rezultate CP4. Își însușește obiectivele întreprinderii
Competențe transversale	

5. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
Studentul/absolventul definește concepte, principii și teorii economice, precum și concepte privind procesele decizionale, de planificare, de organizare și de control a activităților. Totodată, vor identifica și selecta metode și tehnici specifice activității de marketing	Studentul/absolventul demonstrează abilități în utilizarea indicatorilor economici pentru analiza evoluției fenomenelor economice, interpretând tendințele și impactul acestora asupra mediului de afaceri. De asemenea, vor aplica în mod adecvat metodologia planificării și coordonării procesului decizional, utilizând instrumente specifice de control, evaluare și monitorizare pentru optimizarea activităților economice și manageriale. Studentul/absolventul experimentează tehnici de marketing în analiza mediului intern și extern al unei entități economice și analiza pieței produselor și serviciilor.	Studentul/absolventul elaborează soluții în vederea eficientizării activităților economice, rapoarte economico-financiare, studii de piață, proiectează politici și strategii de marketing pentru dezvoltarea afacerilor, asumând în mod responsabil adoptarea de decizii și implementarea rezultatelor activităților de monitorizare și control la nivel organizațional.

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

Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea unei viziuni manageriale, înțelegerea a termenilor de manager, lider, antreprenor și dezvoltarea de abilități și cunoștințe necesare pentru managementul unei entități și capacitatea de a lucra în echipă: • familiarizarea cu conceptele de management, manager
-----------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> familiarizarea cu cele mai importante mecanisme care guvernează activitatea agenților economici înțelegerea modului de desfășurare a activității de management dezvoltarea de abilități, cunoștințe certe și profund argumentate referitoare managementul unui firme capacitatea de a lucra în echipă; capacitatea de estimare a unui buget necesar pentru proiectul planificat.
--	--

7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. INTRODUCERE 1.1. Obiectivele cursului, profesorului și studenților. Mod de predare și evaluare. 1.2. Rolul managementul și a marketingului într-o firmă.	2	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
2. MANAGEMENT, MANAGER, ANTREPRENORAT, ANTREPRENOR 2.1. Noțiunea și dimensiunile conceptului de manager. 2.2. Noțiunea și dimensiunile conceptului de antreprenor. 2.3. Noțiunea și dimensiunile conceptului de manager. 2.4. Noțiunea și dimensiunile conceptului de antreprenor.	2	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
3. LIDER ȘI MANAGER 3.1. Definiții. 3.2. Elemente comune. 3.3. Diferențe.	4	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
4. FUNCȚIILE MANAGEMENTULUI (1) 4.1. Funcția de conducere. 4.2. Funcția de planificare. 4.3. Funcția de organizare.	4	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
5. FUNCȚIILE MANAGEMENTULUI (1) 5.1. Funcția de coordonare. 5.2. Funcția de motivare-antrenare. 5.3. Funcția de evaluare-control.	4	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
6. BRANDING MANAGEMENT 6.1. Utilitate. 6.2. Definiție. 6.3. Componentele brandului. 6.4. Erori de branding management în industria alimentară.	4	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
7. COMUNICARE ȘI NEGOCIERE 7.1. Componentele comunicării. 7.2. Comunicare internă și externă în cadrul firmei. 7.3. Importanța comunicării cu piața.	4	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
8. MODALITĂȚI DE INOVARE ÎN RELAȚIE CU CLIENTUL 8.1. Produs. 8.2. Preț. 8.3. Promovare. 8.4. Distribuție. 8.5. Personal. 8.6. Proces. 8.7. Dovezi fizice	4	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	discuții
Bibliografie minimală recomandată			
1. Burduș, Eugen, <i>Tratat de management</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2017; 2. Drucker, Peter, <i>Despre decizie și eficacitate: ghidul complet al lucrurilor bine făcute</i> , editura Teora, București, 2001; 3. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>note de curs- Management</i> , 2024; 4. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>Brandul. Ce este și cum îl construim</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2015; 5. Parlăgi, Anton, <i>Management strategic</i> , editura Pro Universitaria, București, 2018; 6. Porter, Michael, <i>Avantajul concurențial</i> , Editura Teora, București, 2001;			



Aplicații (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Obiectivele cursului, profesorului și studenților. Mod de predare și evaluare. Punctaje. Rolul managementului. Structura proiect.	2	Discuții frontale, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice


Manager. Lider. Studii de caz.	2	Discuții frontale, munca în echipă combinată cu lucru individual, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
Manager vs lider. Aplicații practice.	2	Discuții frontale, munca în echipă combinată cu lucru individual, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
Negociere. Aplicații practice. Jocuri de rol.	4	Discuții frontale, munca în echipă combinată cu lucru individual, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
Management financiar – aplicații practice	4	Discuții frontale, munca în echipă combinată cu lucru individual, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
Activități dirijate realizare plan managerial (1)	4	Munca în echipă combinată cu lucru individual, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
Activități dirijate realizare plan managerial (2)	2	Munca în echipă combinată cu lucru individual, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
Prezentări studii de caz/ plan managerial (1).	4	Evaluare	Aplicații practice
Inovația în raport cu clientul.	2	Discuții frontale, munca în echipă combinată cu lucru individual, instruirea, exemplificarea	Aplicații practice
Test	1	Evaluare	
Feed-back	1	prelegerea, expunerea, conversația, prezentare exemplificarea, explicația	Discuții
Bibliografie minimală recomandată			
1. Burduș, Eugen, <i>Tratat de management</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2017; 2. Drucker, Peter, <i>Despre decizie și eficacitate: ghidul complet al lucrurilor bine făcute</i> , editura Teora, București, 2001; 3. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>note de curs- Management, 2024</i> ; 4. Ghiuță, Ovidiu-Aurel, <i>Brandul. Ce este și cum îl construim</i> , Editura Tehnopress, Iași, 2015; 5. Porter, Michael, <i>Avantajul concurențial</i> , Editura Teora, București, 2001;			

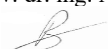
Unele cursuri și seminarii se vor putea desfășura online cu respectarea ponderilor maxime prevăzute de Legea Învățământului Superior, ARACIS și a metodologiei proprii a USV. De regulă, studenților li se va comunica acest lucru cu cel puțin 48 de ore înainte și li se va furniza și linkul de conectare.

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Cunoașterea conceptelor, noțiunilor și a teoriilor prezentate la curs Capacitatea de a putea aplica cunoștințele dobândite	Evaluare finală scris test docimologic + verificare orală a gradului de îndeplinire a cerințelor în lucrarea scrisă	50%
Seminar	Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate la curs Capacitatea de a explica și utiliza corect metodele, conceptele și noțiunile prezentate Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate Prezentare plan managerial/studiu de caz management. Activitate de echipa CV/Resume online	Participare activă; Evaluare continuă Evaluare și prezentare plan managerial/ studii de caz Test Evaluare CV/Resume online	50%

Data completării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura titularului de curs	Grad didactic, nume, prenume, semnătura titularului de seminar
12.09.2025	Conf. univ. dr. ec. Ovidiu-Aurel GHIUȚĂ 	Conf. univ. dr. ec. Ovidiu-Aurel GHIUȚĂ 

Data avizării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura responsabilului de program
13.09.2025	Șef lucr. dr. ing. Ancuța PRISACARU 

Data avizării în departament	Grad didactic, nume, prenume, semnătura directorului de departament
15.09.2025	Șef de lucrări univ. dr. ing. Amelia BUCULEI 

Data aprobării în consiliul facultății	Grad didactic, nume, prenume, semnătura decanului
16.09.2025	Prof. univ. dr. ing. Mircea-Adrian OROIAN

	
--	--