

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București
1.2 Facultatea	Inginerie Chimică și Biotehnologii
1.3 Departamentul	Știința și Ingineria Materialelor Oxidice și Nanomateriale
1.4 Domeniul de studii universitare	Inginerie Chimică
1.5 Programul de studii universitare	Știința și Ingineria Materialelor Oxidice și Nanomateriale
1.6 Ciclul de studii universitare	Licență
1.7 Limba de predare	română
1.8 Locația geografică de desfășurare a studiilor	București

2. Date despre disciplină

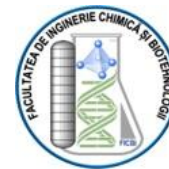
2.1 Denumirea disciplinei (ro) (en)	Management și Marketing I Management and Marketing I						
2.2 Titularul/ii activităților de curs	Șef lucrari dr. ec. CIUPITU Sorin Adrian						
2.3 Titularul/ii activităților de seminar	Șef lucrari dr. ec. CIUPITU Sorin Adrian						
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7 Statutul disciplinei	Ob
2.8 Categoria formativă	DC		2.9 Codul disciplinei	UPB.11.C.03.Ob.006			

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe; Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate; Pregătire seminarii/ laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri;					20
Tutorat					0
Examinări					2
Alte activități (dacă există):					0
3.7 Total ore studiu individual	22				
3.8 Total ore pe semestru	50				
3.9 Numărul de credite	2				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none">Promovarea disciplinelor Micro și Macroeconomie
4.2 de rezultate ale învățării	<ul style="list-style-type: none">Dobândite prin parcurgerea disciplinelor Micro și Macroeconomie



5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1 Curs	<ul style="list-style-type: none">Sală de curs, dotată cu laptop sau unitate PC, videoproiector și software adecvat (Power Point, Word, Excel)
5.2 Seminar	<ul style="list-style-type: none">Sală de seminar, dotată cu laptop sau unitate PC, videoproiector și software adecvat (Power Point, Word, Excel)

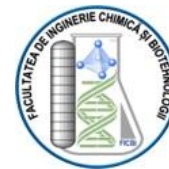
6. Obiectiv general

Înțelegerea rolului și importanței managementului și marketingului pentru activitatea viitoare a absolventului în rezolvarea de aplicații practice și probleme, cu relevanță pentru stimularea procesului de învățare.

Disciplina abordează ca tematică specifică noțiuni de bază, concepte și principii specifice, toate acestea contribuind la transmiterea către studenți a unei viziuni de ansamblu asupra reperelor metodologice și procedurale aferente domeniului.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none">familiarizarea cu vocabularul științific specific domeniului.înțelegerea unor noțiuni fundamentale tehnico-economice;familiarizarea cu instrumentele de bază utilizate în conducerea industrială;însușirea unor deprinderi de abordare prin informare și calcul a procesului decizional.
Abilități	<ul style="list-style-type: none">Capacitatea de a lucra cu unele noțiuni fundamentale tehnico-economice;Capacitatea de utilizare a instrumentelor de bază ale conducerii industriale;Însușirea unor deprinderi de abordare prin informare și calcul a procesului decizional;Utilizarea vocabularului științific specific domeniului.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none">Selectează surse bibliografice potrivite și le analizează.Respectă principiile de etică academică, citând corect sursele bibliografice utilizate.Demonstrează receptivitate pentru contexte noi de învățare.Manifestă colaborare cu ceilalți colegi și cadre didactice în desfășurarea activităților didacticeAnalizează și valorifică oportunități de afaceri/de dezvoltare antreprenorială în domeniul de specialitate.Demonstrează abilități de management al situațiilor din viața reală (gestionarea timpului colaborare vs. conflict).



8. Metode de predare

Pornindu-se de la analiza caracteristicilor de învățare ale studenților și de la nevoile lor specifice, procesul de predare se va baza pe prelegere participativă, dezbateri, expuneri, studiul bibliografic.

Prezentările utilizează imagini și scheme, astfel încât informațiile prezentate să fie ușor de înțeles și asimilate.

Această disciplină acoperă informații și activități practice menite să-i sprijine pe studenți în eforturile de învățare și de dezvoltare a unor relații optime de colaborare și comunicare într-un climat favorabil învățării prin descoperire.

Se va exersa abilitatea de lucru în echipă pentru rezolvarea diferitelor sarcini de învățare.

9. Conținuturi

CURS		
Capitolul	Conținutul	Nr. ore
I	Conținutul și sfera managementului	2
II	Fundamentele comportamentaliste ale managementului	2
III	Cultura organizațională ca expresie a comportamentelor	2
IV	Modelarea comportamentelor în vederea creșterii performanțelor organizaționale	2
V	Managementul integrat al organizației	2
VI	Conținutul și sfera marketingului	2
VII	Domenii și specializări ale marketingului	2
	Total:	14

Bibliografie:

1. Dumitrascu, V., Ciupitu, S.A., *Bazele managementului. Aspecte comportamentale ale performanței*, Editura ProUniversitaria, București, 2013
2. Stanciu, D.R., Balgiu, B., *Managementul și psihologia organizațiilor*, Ed. Politehnica Press, București, 2011
3. Radu, C., Stanciu, D.R., „Elemente de management industrial“, ed. a 3-a, Ed. Politehnica Press, București, 2005
4. Radu, C., Stanciu, D.R., *Management industrial. Aplicații practice*, Ed. Politehnica Press, București, 2007
5. Stăncioiu, I., Militaru, Gh., „Management. Elemente fundamentale”, Ed. Teora, București, 1998
6. Turkes, M.C., *Bazele marketingului*, Ed. ProUniversitaria, București, 2017

SEMINAR		
Nr. crt.	Conținutul	Nr. ore
1.	Prognoza producției unui produs chimic	4
2.	Stiluri de conducere	4
3.	Studiu de caz 1 - Motivarea și satisfacția în muncă	2
4.	Studiu de caz 2 - Alegerea stilului de management potrivit situației	2



5.	Studiu de caz 3 - Luarea unei decizii într-o situație dificilă	2
Total:		14

Bibliografie:

1. Dumitrascu, V., Ciupitu, S.A., *Bazele managementului. Aspecte comportamentale ale performantei, Editura ProUniversitaria, București, 2013*
2. Stanciu, D.R., Balgiu, B, *Managementul și psihologia organizațiilor, Ed. Politehnica Press, București, 2011*
3. Radu, C., Stanciu, D.R., „Elemente de management industrial“, ed. a 3-a, Ed. Politehnica Press, București, 2005
4. Radu, C., Stanciu, D.R., *Management industrial. Aplicații practice”, Ed. Politehnica Press, București, 2007*
5. Stăncioiu, I., Militaru, Gh., “Management. Elemente fundamentale”, Ed. Teora, București, 1998
6. Turkes, M.C., *Bazele marketingului, Ed. ProUniversitaria, Bucuresti, 2017*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei specifice, capacitatea de utilizare a noțiunilor specifice	Evaluarea activității pe parcurs (test/teste fulger)	20%
		Test scris - Rezolvarea unei aplicații practice individuale; durata 60 minute	20%
10.5 Seminar	Participarea la activități și corectitudinea răspunsurilor	Aplicații practice și studii de caz	60%
10.6 Condiții de promovare			
<ul style="list-style-type: none">• Obținerea a 50% din punctajul total.• Obținerea a 50% din punctajul aferent activității pe parcursul semestrului.			

Data completării	Titular de curs	Titular(ii) de aplicații
24.03.2025	Ș.l. dr. ec. Sorin Adrian CIUPITU	Ș.l. dr. ec. Sorin Adrian CIUPITU

Data avizării în departament	Director de departament
02.07.2025	Conf. Dr. Ing. Adrian NICOARĂ

Data aprobării în Consiliul Facultății	Decan
04.07.2025	Prof. dr. ing. Cristina ORBECI