

DESCRIEREA DISCIPLINELOR

1. Optimizarea metodelor de lucru în organizații

Titular curs: *Prof. univ. dr. Petruța BLAGA*

Prezentarea disciplinei: Obiectivul disciplinei îl constituie prezentarea problematicilor teoretice și a metodelor de lucru specifice managementului producției. Disciplina completează cunoștințele de specialitate dobândite la alte discipline universitare cu o serie de noțiuni specifice organizării și conducerii producției. Scopul disciplinei este de a pune la dispoziție tehnicile, procedeele și instrumentele manageriale specifice acestui domeniu.

Conținut:

1. Obiectivele managementului producției
2. Managementul producției
3. Managementul pe produs
4. Managementul aprovizionării
5. Programarea agregată
6. Managementul întreținerii și reparării utilajelor
7. Managementul calității

Fond de timp alocat: 28 ore (14 curs + 14 seminar)

2. Managementul calității

Titular curs: *Prof. univ. dr. ing. Liviu MOLDOVAN*

Prezentarea disciplinei: Disciplina *Managementul calității* are ca obiective cunoașterea documentelor calității și a seriei de standarde ISO 9000, a etapelor care trebuie parcurse în vederea proiectării, documentării, implementării în vederea certificării unui sistem de management al calității al unei organizații.

Conținut:

1. Documentația privind sistemului calității
2. Controlul documentelor. controlul înregistrărilor calității
3. Controlul aprovizionării controlul proiectelor
4. Calificarea, instruirea, selectarea și angajarea personalului.
5. Audituri interne ale calității
6. Controlul produsului neconform.
7. Acțiuni corective și acțiuni preventive

Fond de timp alocat: 28 ore (14 curs + 14 seminar)

3. Gestiunea activităților în organizații prestatoare de servicii

Titular curs: *Lector Rozalia GABOR*

Prezentarea disciplinei: Disciplina are în vedere familiarizarea studenților cu elementele teoretice și practice ale optimizării deciziilor la nivel middle management și executive

management folosind metode de prelucrare și interpretare a informațiilor economice și tehnice, analiza trendului unui proces economic în domeniul serviciilor.

Conținut:

1. Optimizarea deciziilor la nivel middle management și executive management folosind metode statistice de prelucrare și interpretare a informațiilor economice și tehnice, analiza trendului unui proces economic.
2. Analiza corelațiilor parametrice și neparametrice între variabile economice și/sau tehnice – noțiuni teoretice și metodologice
3. Metode parametrice și neparametrice de testare a unor ipoteze economice pentru definitivarea deciziilor operaționale.
4. Metode de previzionare a indicatorilor economici pe timp scurt, mediu și lung a organizațiilor prestatoare de servicii. Stabilirea strategiei viitoare pornind de la previziunile efectuate.
5. Necesitatea analizei fenomenului de sezonalitate în activitatea prestatorilor de servicii și implicațiile acestei asupra evoluției organizației și deciziilor luate pentru continuarea activității și contracararea acestui fenomen.
6. Fundamentarea deciziilor pornind de la analiza factorială a indicatorilor economici, comerciali și tehnici.
7. Metode de culegere a datelor privind datele socio – demografice ale clienților, datelor privind obiceiurile lor de consum, așteptările clienților, etc. Gestiunea informațiilor.
8. Necesitatea implicării managementului și personalului organizațiilor de servicii în probleme de marketing social, marketing ecologic, ecomarketing turistic, protecția consumatorului.
9. Consumism versus consumerism – strategii de fidelizare a clienților.
10. Un alt fel de marketing – exemplul firmelor de renume mondial de a practica marketing neagresiv dar totuși persuasiv! Strategii de ecomarketing turistic
11. Metode calitative de analiză a comportamentului consumatorului în vederea reducerii disonanței cognitive a clienților ce apelează la organizațiile prestatoare de servicii.
12. Metode cantitative de analiză a comportamentului consumatorului în vederea reducerii disonanței cognitive a clienților ce apelează la organizațiile prestatoare de servicii.
13. Metode cantitative de studiu al pieței serviciilor și cercetări de marketing pentru servicii. Măsurarea, interpretarea și integrarea informațiilor primite ca feed-back de la clienți. Reclamațiile clienților – sursă de informații pentru luarea deciziilor și stabilirea strategiilor firmei?
14. Gestiunea informațiilor necomensurabile, limbajul verbal, limbajul nonverbal – instrument de marketing în gestiunea activităților organizațiilor prestatoare de servicii.

Fond de timp alocat: 28 ore (14 curs + 14 seminar)

4. Comunicare în organizații

Titular curs: Conf. univ. dr. ing. Avram TRIPON

Prezentarea disciplinei: Disciplina are în vedere cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice comunicării și negocierii în afaceri, explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei, conceperea și evaluarea activităților practice specifice de comunicare și negociere, utilizarea creativă a unor metode,

tehnici și instrumente de comunicare și negociere, manifestarea unor atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific, cultivarea unui mediu centrat pe valori și relații democratice, promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice, valorificarea optimă a propriului potențial în activitățile didactice, profesionale și științifice, implicarea în dezvoltarea personală și în promovarea dezvoltării durabile, angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane/instituții cu responsabilități similare, participarea la propria dezvoltare umană și profesională.

Conținut:

1. Context european și național - Comunicarea ca proces general
2. Rolul comunicării în afaceri, bazele negocierii în afaceri, personalitatea negociatorului
3. Tehnici de comunicare în activitatea curentă
4. Negocieri în afaceri - tehnici și tactici
5. Tehnici de eficientizare a comunicării
6. Utilizarea tehnologiilor moderne în comunicare
7. Dezvoltarea continuă a abilităților de comunicare și negociere

Fond de timp alocat: 28 ore (14 curs + 14 lucrări)

5. Gestiuena financiar-contabilă a producției și serviciilor

Titular curs: *Lector univ. dr. Daniel ȘTEFAN*

Prezentarea disciplinei:

Disciplina se regăsește la intersecția dintre gestiunea activităților contabile și a activităților financiare de către managerul societății în vederea asigurării resurselor umane, materiale și de timp necesare furnizării datelor și informațiilor necesare fundamentării deciziilor.

Conținut:

1. Cerințe legale privind organizarea contabilității;
2. Organizarea contabilității activităților productive și prestative;
3. Situațiile financiare, întocmire, conținut, semnificații, limite;
4. Utilizarea bilanței de verificare ca sursa primară de informații;
5. Echilibrul financiar, eficiență financiară;
6. Gestiunea financiară a activităților curente prestative și productive;
7. Bugetarea activităților

Fond de timp alocat: 28 ore (14 curs + 14 seminar)

6. Managementul marketingului de proces

Titular curs: *Lector univ. dr. Liviu CIUCAN-RUSU*

Prezentarea disciplinei: Odată ce afacerea este lansată de întreprinzător, el este nevoit să se transforme în managerul unei activități continue, combinând rutina cu dezvoltarea, astfel încât afacerea să genereze rezultate așteptate de toți stakeholderii ei. Obiectivele cursului sunt acelea de a furniza studenților cunoștințele și competențele de a utiliza cele mai utile instrumente de management și marketing pentru administrarea afacerii în cele mai bune condiții. Cursul

presupune câteva direcții specifice concentrate pe stimularea capacității decizionale prin parcurgerea elementelor complexe ale vieții unei firme (studiu de caz) și folosirea unui modul de simulare decizională și de construcție a unui tablou de bord necesar unui manager pentru urmărirea performanțelor afacerii pe care o gestionează. Latura de gestiune integrată a proceselor de marketing intern și extern completează viziunea unitară asupra managementului afacerii.

Conținut:

1. Indicatori de monitorizare a performanțelor financiare ale firmei;
2. Identificarea, separarea și managementul costurilor;
3. Gestiunea rentabilității produselor și proceselor;
4. Conceperea și funcționarea unei structuri organizatorice a afacerii;
5. Lațul valorii și impactul strategic;
6. Logistica industrială și comercială;
7. Abordarea integrată de marketing a unei organizații;
8. Mix-ul de marketing și managementul ofertei;
9. Poziționarea de marketing și politica de identitate a firmei;
10. Management comercial și tehnici de vânzare;
11. Metode și tehnici în managementul promoțional.

Fond de timp alocat: 14 ore (14 curs)

7. Reproiectarea proceselor în organizații

Titular curs: *Lector univ. dr. Mihaela KARDOSI*

Prezentarea disciplinei: Disciplina are în vedere familiarizarea studenților cu elementele teoretice și practice ale modelării proceselor organizaționale, ca factori fundamentali ai managementului strategic. Adaptarea permanentă la schimbările din contextul socio-economic impune nevoia de reorganizare, reproiectarea proceselor fiind unul dintre cele mai puternice instrumente la îndemâna top managementului în conturarea direcției organizațiilor.

Conținut:

1. Analiza mediului organizațional
2. Clarificarea problemelor legate de strategie și proiectare organizațională
3. Identificarea criteriilor pentru reproiectarea organizațională
4. Generarea opțiunilor de reproiectare
5. Analiza de impact a acestora
6. Proiectarea operațională
7. Strategia implementării noului design
8. Evaluarea potențialului de rezistență pentru noua formă de organizare
9. Identificarea și aplicarea metodelor și mijloacelor necesare tranziției de la vechea la noua organizație.

Fond de timp alocat: 14 ore (14 curs)

8. Simulări inovative

Titular curs: *Conf. univ. dr. ing. Avram TRIPON*

Prezentarea disciplinei: Disciplina are în vedere reliefaarea importanței creativității și inovării în dezvoltarea personală, socială și economică; înțelegerea sistemică, globală a interacțiunilor și influențelor actului de decizie și execuție, simularea metodelor creative clasice și moderne, simularea demersurilor creative și inovatoare, stimularea inițiativelor interdisciplinare, în diferite sectoare de activitate (educație, cultură, întreprinderi, media, cercetarea, politica socială și regională dezvoltarea rurală) și pregătirea pentru provocările unei lumi globalizate.

Aplicații

- simularea creativității și inovării în diferite sectoare - prin exemple
- dezvoltarea unor deprinderi practice pentru folosirea metodelor creative și stilurilor de muncă inovative în soluționarea provocărilor

Conținut:

1. Inovație și creativitate - cheia pentru simularea unui management eficient
2. Procesul de inovare - Simulare
3. Simulare - Managementul inovării și creativității
4. Dezvoltarea creativității - Simulare
5. Simulare - Proiecte inovative

Fond de timp alocat: 28 ore (14 curs + 14 lucrări)