

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA CREȘTINĂ PARTIUM
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI SOCIALE
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE ECONOMIE
1.4 Domeniul de studii	MANAGEMENT
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii/Calificarea	MANAGEMENTUL DEZVOLTĂRII AFACERILOR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul Planului de Afaceri (MDA2103)
2.2 Titularul activității de curs	prof. univ. dr. András Nábrádi
2.3 Titularul activității de seminar	Prof. univ. dr. András Nábrádi
2.4 Anul de studiu	I
2.5 Semestrul	II.
2.6 Tipul de evaluare	Examen
2.7 Regimul disciplinei	Disciplină obligatorie

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	3 ore	din care 3.2 curs	2 ore	3.3 seminar/laborator	1 ore
3.4 Total ore din planul de învățământ	56 ore	din care 3.5 curs	28 ore	3.6 seminar/laborator	28 ore
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50 ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					31 ore
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25 ore
Tutoriat					5 ore
Examinări					8 ore
Alte activități...					-
3.7 Total ore studiu individual					119 ore
3.8 Total ore pe semestru					175 ore Ore

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu instrumente moderne de prezentare și proiectare
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de laborator dotată cu tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Cunoștințe: C1.2 Înțelegerea structurii și funcționării organizațiilor economice, a sistemului de relații de pe piața internă și internațională ale acestora, a factorilor informaționale și motivaționale, în special al mediului instituțional C5.2 Explicarea, interpretarea conținuturilor și necesității utilizării instrumentelor de planificare în domeniul managementului resurselor umane, a managementului serviciilor, a managementului activității de marketing și a managementului strategic și financiar. Abilități C5.3 Rezolvarea de probleme specifice comunicării și derulării relațiilor interne și cu terți a managerilor și organizațiilor prin utilizarea unor metode și instrumente moderne de comunicare. C2.5 Elaborarea de sinteze economice de studii/ lucrări de fundamentare a procesului managerial prin culegerea, utilizarea, procesarea și analiza informațiilor și cunoștințelor. C6.4 Evaluarea comparativă a diferitelor proiecte, mecanisme și scenarii de îmbunătățire a managementului, a activității și performanțelor unor afaceri.
Competențe transversale	CT1: Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă CT2: Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Posibilitatea corelării cunoștințelor teoretice cu cele practice; - Formarea unui raționament profesional al studenților prin însușirea
---------------------------------------	--

	principalelor surse de finanțare ale societății comerciale; ▪ Dezvoltarea capacității studentului de a lua o decizie consecventă la nivelul firmei și de dezvoltare a strategiilor financiare;
7.2 Obiectivele specifice	Competențe cognitive: ▪ Dezvoltarea gândirii financiare; ▪ Dezvoltare capacității de luare a deciziilor; ▪ Ridicarea nivelului de comunicare la nivelul firmei; ▪ Dezvoltarea abilităților de calcul; Competențe profesionale: ▪ Dezvoltarea capacității de înțelegere a proceselor financiare; ▪ Creșterea nivelului de acuratețe al fundamentării deciziilor financiare; ▪ Dezvoltarea abilităților de identificare și interpretare a corelațiilor financiare; ▪ Dezvoltarea gândirii de sistem și abilității de fundamentare a deciziilor; ▪ Întărirea abilităților de modelare; Competențe emoționale: ▪ Încurajarea muncii în echipă; ▪ Îmbunătățirea realizărilor proprii; ▪ Dezvoltarea abilității de adaptare la schimbare;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Nr.ore/ Observații
1. Tematica: Importanța planului de afaceri, particularități, tipuri de planificări, nivelele și relațiile acestora Cuvinte cheie: plan, particularități	Prelegere, Metode interactive	2

Bibliografie: Nábrádi A.-Pupos T. (editor). A stratégiai és az üzleti tervezés gyakorlata. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2010. Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 6-13.		
2. Tematica: Noțiunea planificării, scurt istoric, motivația planificării, aspectele planificării a procesului de organizare, scenarii Cuvinte cheie: definire, motivația planificării, scenarii Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 14-18.	Prelegere, Metode interactive	2
3. Tematica: Structura planului de afaceri, scopul planului de afaceri, părțile principale ale planului de afaceri, pagina introductivă, sumarul executiv. Cuvinte cheie: părțile planului de afaceri, pagina introductivă, sumarul executiv Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 19-25.	Prelegere, Metode interactive	2
4. Tematica: Scurta prezentare a firmei, a misiunii, obiectivelor și strategiei sale Cuvinte cheie: prezentare firmă Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 26-29. + completarea planului strategic elaborat in semestrul anterior	Prelegere, Metode interactive	2

5. Tematica: Analiza pieței și a industriei prin următoarele metode: analiza PEST, analiza mediului extern (micromediu) a companiei, cele cinci forțe ale lui Porter, matricea de evaluare a factorilor externi (MEFE). Interpretarea rezultatelor obținute. Cuvinte cheie: Macromediu , analiza PEST, cele cinci forțe ale lui Porter, MEFE Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 26-33.+ completarea planului strategic elaborat in semestrul anterior	Prelegere, Metode interactive	2
--	--	----------

6 Tematica: Producție și prestarea serviciilor. Evaluarea factorilor interni ale companiei, abordarea firmei pe baza resurselor, abordare prin factori interni cheie, analiza lanțului valoric. Determinarea procesului de calcul la Matricea de evaluare a factorilor interni Cuvinte cheie: analize RBV, FIC, VCA, MEFI Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 36-38. + completarea planului strategic elaborat în semestrul anterior	Prelegere, Metode interactive	2
7 Tematica: Planul de marketing. Include: analiza industriei și competiției, constituirea teroretică a Competitive Profile Matrix (matricea profilului competitiv) Cuvinte cheie: CPM, marketing Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 38-56. + completarea planului strategic elaborat în semestrul anterior	Prelegere, Metode interactive	2
8 Tematica: Planul de marketing. Determinarea posibilelor direcții strategice, strategii intensive, adâncirea structurii pieței- metode de promovare a vânzărilor, dezvoltarea pieței, dezvoltare produse, diversificare asociată sau fără legătură. Cuvinte cheie: matricele SWOT, BCG, SPACE și GE, bugetul de marketing Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 38-56. + completarea planului strategic elaborat în semestrul anterior	Prelegere, Metode interactive	2
9 Tematica: Plan de funcționare și prestare Cuvinte cheie: producție, prestări servicii. Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 57-73.	Prelegere, Metode interactive, Studii de caz	2
10 Tematica: Management, planul organizațional Cuvinte cheie: organigrama Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 74-77.	Prelegere, Metode interactive	2

11 Tematica: Structura financiară și capitalizare Cuvinte cheie: accesare credite, garanția plății Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 78-108.	Prelegere, Metode interactive	2
12 Tematica: Planul financiar I. Cuvinte cheie: Bilanț, contul de profit și pierdere (P&L), calculații costuri Bibliografia: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 78-108.	Prelegere, Metode interactive, Studii de caz	2
13 Tematica: Planul financiar II. Cuvinte cheie: Realocare surse, planificarea fluxului de numerar, principalele indicatori financiari Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 78-108.	Prelegere, Metode interactive	2
14 Tematica: Analiza riscului, principalele pietre de hotar, diagrama Gantt Cuvinte cheie: Diagrama Gantt, analiză risc Bibliografie: Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0, pag. 109-112.	Prelegere, Metode interactive	2

8.2 Seminar	Metode de predare	Număr ore/Observații
1 Tematica: Studentul va cunoaște istoria planului de afaceri, metodele de planificare, prin fazele planificărilor se acomodează cu specialitățile tematicii. Sarcinile studentului : -prezență	Dezbatere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
2.Tematica: Va înțelege și va cunoaște metoda de elaborare a planului de afaceri, procesul planificării acesteia. Sarcinile studentului : - prezență	Dezbatere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
3 Tematica: Părțile planului de afaceri, date de identificare, Misiune și viziune, scopul sumarului executiv Sarcinile studentului : Studenții vor începe lucrul în echipă, pentru a realiza planul de afacere al unei firme existente și funcționale.	Dezbatere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
4. Tematica: Prezentarea organizației, posibile modificări în misiune și viziune, dacă este necesar.	Dezbatere, Studiu de caz, Aplicații practice	1

Sarcinile studentului : Studenții, lucrând în echipă, încep colectarea datelor de bază, pentru organizația aleasă anterior, istoricul acesteia, proprietari, administratori, produse principale, servicii oferite, cele mai importante produse/servicii ale organizației din ultimii 3-5 ani, parteneri de afaceri, piața țintă, posibile concepte cu referire la viitorul companiei.		
5. Tematica: Analiza pieței și a industriei. Prin cunoașterea și înțelegerea regulilor de bază necesare efectuării analizei PEST (analiza macromediului politic, economic, socio-cultural și tehnologic), va putea efectua analiza teoretică a mediului macro. Folosind metoda celei cinci forțe al lui Porter, va înțelege metodologia analizei mediului extern a companiei (micromediu), prin utilizarea matricei MEFE, elementele înșirate devin standardizate, măsurabile, devenind mai ușor interpretabile efectele lor posibile. Sarcinile studentului : întocmirea matricei MEFE	Dezbatare, Studiu de caz, Aplicații practice	1
6 Tematica: Prezentarea detaliată a producției și a serviciilor prestate. Prin folosirea celor trei metode diferite privind analiza mediului intern al companiei, se vor putea identifica pentru cele mai diferite sectoare industriale factorii relevanți, asigurând obiectivitatea rezultatelor. Prin utilizarea matricei MEFI, elementele înșirate în matrice devin standardizate, măsurabile, fiind mai ușor interpretabile efectele lor eterogene. Sarcinile studentului : Elaborarea planului de producție și prestări servicii.	Dezbatare, Studiu de caz, Aplicații practice	1
7 Tematica: Pregătirea planului de marketing I. Segmentare clienți, analiză clienți, posibilități cercetare piață. Pentru analizarea concurenților se va folosi The Consumer Satisfaction Index, respectiv concluziile rezultate în urma analizei acesteia. Urmează metoda matricei CPM, astfel fiind posibil o analiză pe baze obiective, standardizată și măsurabilă. Sarcinile studentului : Analiză clienți, analiza concurenței, întocmire matricei CPM.	Dezbatare, Studiu de caz, Aplicații practice	1

8 Tematica: Continuarea planului de marketing. Identificarea posibilelor direcții, asigurarea concordanței între planul de producție/prestări servicii și planul de marketing. Planificarea cheltuielilor cu marketing. Sarcinile studentului : Finalizarea planului de marketing.	Dezbattere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
9 Tematica: Elaborarea planului de funcționare și prestare. Pentru realizarea producției fixate în planul de marketing, se trece la identificarea elementelor tehnologice, planificare acestora, colectarea datelor privind producția (exprimat în unități naturale), planificarea costurilor și veniturilor defalcate pe luni. Sarcinile studentului : Întocmirea planului de funcționare.	Dezbattere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
10 Tematica: Management și plan de dezvoltare a structurii organizaționale. Nivele decizionale, responsabilități, drepturi și sarcini în organizație. Prezentarea organigramei momentane și a posibilelor schimbări ce vor interveni. Sarcinile studentului : Organigrama, planificarea nivelelor decizionale	Dezbattere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
11 Tematica: Structura financiară și capitalizare. Posibile metode de finanțare, accesare fonduri externe, credite bancare pentru a realiza o extindere concretă. Sarcinile studentului : Includerea unei cereri de credit în planul de afaceri.	Dezbattere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
12 Tematica: Planul financiar I. Planificarea încasărilor defalcate lunar. Planificarea cheltuielilor defalcate lunar. Analiza costurilor de operare (cheltuieli materiale, cheltuieli cu personalul, cheltuieli cu alte servicii, cheltuieli cu amortizarea, cheltuieli cu TVA, cheltuieli cu impozite) Sarcinile studentului : Încasări, planificarea fluxului de numerar (cash flow)	Dezbattere, Studiu de caz, Aplicații practice	1
13 Tematica: Planul financiar II. Contul de profit și pierdere, întocmire bilanț, identificarea principalelor indicatori financiari. Sarcinile studentului : Contul de profit și pierdere, întocmirea bilanțului, calcularea principalelor indicatori financiari	Dezbattere, Studiu de caz, Aplicații practice	1

14 Tematica: Analiza riscului, programare, folosirea diagramei Gantt. Sarcinile studentului : Elaborarea analizei de risc și întocmirea procesului de planificare	Dezbateri, Studiu de caz, Aplicații practice	1
--	--	---

Bibliografie obligatorie

1. Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, 2015. ISBN 978-615-80290-7-0

Bibliografie facultativă

1. Nábrádi A.: A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022.
2. Nábrádi A.-Pupos T. (editor). A stratégiai és az üzleti tervezés gyakorlata. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2010.

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

- Conținutul cursului Managementul planului de afaceri oferă viitorilor economiști competențe de utilizare corectă a terminologiilor din domeniul controlului și auditului financiar în limba maternă;
- Temele propuse de această disciplină contribuie la înțelegerea de către viitorii manageri a principalelor categorii de provocări prezente în mediul înconjurător al firmei și a posibilităților de gestionare al acestora;
- Participând activ la cursul de Managementul planului de afaceri, , viitorii economiști pot deprinde abilități de fundamentare a deciziilor legate de managementul firmei;

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de Evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5.1 Curs	Întocmirea unui plan de afaceri pentru o companie existentă și funcțională, pe baza celor însușite la cursuri. Planul de afaceri se va realiza în echipă. După elaborarea acesteia (partea scrisă a examenului), planul va fi prezentat de către echipă. Partea	Examen scris și oral	Ponderea examenului scris: 60% Ponderea examenului oral: 40%

	scrisă reprezintă 60% din nota finală a examenului, în timp ce partea orală (prezentarea) reprezintă diferența de 40% .		
10.5.2 Seminar	Elaborarea continuă a planului de afaceri	Evaluare pe parcursul semestrului	
10.6 Standard minim de performanță ▪ cunoașterea conținutului cursurilor la nivelul ideilor esențiale; ▪ întocmirea proiectelor din tematica propusă; ▪ participarea activă la studiile de caz și aplicațiile practice tratate la seminarii;			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

16.09.2024

dr. András Nábrádi

dr. András Nábrádi

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament
Dr. Edit Veres

.....

.....