



Domeniul de licență: MANAGEMENT

Programul de studii universitare de masterat: MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ORGANIZAȚIEI

PROGRAMĂ ANALITICĂ

Denumirea disciplinei	PRACTICA DE SPECIALITATE				
-----------------------	--------------------------	--	--	--	--

Codul disciplinei	0101719	Semestrul	4	Numărul de credite	3
-------------------	---------	-----------	---	--------------------	---

Numărul orelor pe semestru/activități				
Total	C/SI	S	L	P
90				90

De aprofundare		De sinteză	X	
Categoria formativă a disciplinei: DF -fundamentală, DD -din domeniu, DS -de specialitate, DC -complementară				
Categoria de opționalitate a disciplinei: DO -obligatorie, DA -opțională, Df -facultativă				DO

Condiționări (pre – requisites)	
------------------------------------	--

Obiective	Activitatea de instruire practică a masteranzilor își propune atingerea următoarelor obiective referitoare la cunoașterea: - Metodelor și tehnicilor complexe utilizate în fundamentarea, elaborarea și evaluarea strategiei firmei - Instrumentelor specifice contabile, economico-financiare și manageriale utilizate în procesul decizional strategic
Conținut (descriptori)	Practica este profilată pe probleme privind managementul strategic al societăților comerciale, masteranzii urmărind modul de operaționalizare în practica economică și managerială a cunoștințelor teoretice dobândite. Documentarea pe probleme de specialitate vizează, în principal, următoarele aspecte: - metode de planificare strategică, modalități de mobilizare a resurselor existente și de atragere de noi resurse - elaborarea unui plan de afaceri - utilizarea potențialului productiv, stabilirea rezervelor interne și a posibilităților de valorificare a acestora - nivelul și structura cheltuielilor, realizarea bugetelor - indicatorii de performanță specifici utilizați în managementul riscului - costul capitalului și evaluarea acestuia - rate de echilibru financiar - metode cantitative pentru fundamentarea deciziilor manageriale - metodologia de diagnosticare strategică a mediului intern al firmei - analiza strategică a mediului concurențial - utilizarea tehnicilor de promovare și negociere - strategii și politici specifice managementului resurselor umane, managementului comercial și marketingului - fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea eficienței strategiei economice la nivel organizațional



Forma de evaluare (E-examen, V- verificare/colocviu)	V
--	---

Stabilirea notei finale (procentaje)	A. EVALUARE PE PARCURSUL SEMESTRULUI	50 %
	- frecvența	-
	- activități aplicative, studii de caz, etc.	-
	- evaluarea rezultatelor învățării – test curs	-
	- elaborare proiect	50%
	B. EVALUARE EXAMEN / COLOCVIU	50 %

Bibliografia	Recomandări bibliografice ale cadrului didactic îndrumător, în funcție de tema aleasă de masterand pentru elaborarea proiectului.
--------------	---

Titulari de disciplină	Grad didactic, titlu, nume, prenume,	Semnătura

Legenda: C/SI- curs/studiu individual, S-seminar, L-activități de laborator, P-proiect sau lucrări practice