

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA
1.2 Facultatea / Departamentul	CHIMIE, BIOLOGIE, GEOGRAFIE / BIOLOGIE-CHIMIE / GEOGRAFIE
1.3 Catedra	BIOLOGIE-CHIMIE / GEOGRAFIE
1.4 Domeniul de studii	CHIMIE, BIOLOGIE, GEOGRAFIE
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	CURS COMPLEMENTAR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMPETENȚE DE ANTREPRENORAT						
2.2 Titularul activităților de curs	Mihai V. PUTZ, Prof. univ.dr.-habil., Dr. mngmnt, MBA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dana DATCU, dr. asistent, dipl. ec.						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Col.	2.7 Regimul disciplinei	COMPLEMENTAR

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					7
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat					1
Examinări și Verificări pe parcurs					2
Alte activități					1
3.7 Total ore studiu individual		32			
3.8 Total ore pe semestru		60			
3.9 Numărul de credite		2			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cultura generala
4.2 de competențe	• Cunoștințe de limba engleză și de informatică

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sala amfiteatru (capacitate pana in 200 locuri), On-line
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Sala seminar (capacitate pana in 50 locuri), On-line

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Competențe complementare în domeniul profesiei de bază:</i> recunoașterea oportunităților de dezvoltare, inovare, branding; transformarea unei idei fundamentale/aplicative (din chimie, biologie, geografie) într-o afacere win-win (de impact, utilă, lucrativă); • <i>Competențe personale, sociale și de învățare:</i> studierea pieței, alcătuirea unui plan de afaceri, elaborarea rețetei de marketing potrivite domeniului de activitate al firmei (chimie, biologie, geografie) • <i>Competențe digitale:</i> administrarea eficientă a resurselor, administrarea costurilor, controlul fluxului de numerar, strategia finanțării afacerii (credit, investiții, capital), etc. • <i>Competențe antreprenoriale:</i> administrarea eficientă a afacerii, evitarea și gestionarea riscurilor, management strategic și operațional, etica în afaceri, urmărirea succesului
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Orientare spre obiective/rezultate, Etică și integritate, Respect pentru valorile și legile naționale, dar și pentru cele europene/internaționale:</i> Realizarea sarcinilor profesionale în mod eficient și responsabil cu respectarea legislației și deontologiei specifice domeniului sub asistență calificată; • <i>Gândire critică și inovativă, Organizare individuală, Managementul echipelor:</i> realizarea unor activități în echipă multidisciplinară utilizând abilități de comunicare interpersonală pentru îndeplinirea obiectivelor propuse; • <i>Alfabetizare informațională și media, Capacitatea de a filtra informații și de a stabili veridicitatea acestora, Empatie și comunicare asertivă:</i> Utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată, atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Învățarea unei abordări transformative de tip autoetnografic: deschiderea “turnului de fildeș” specific domeniului de competențe profesionale într-o abordare “top-down” prin proiectarea unei idei inovatoare în lansarea unei afaceri, orientată deopotrivă spre profit, cu contribuție socială sustenabilă (utilă tuturor părților implicate, stake-holderi), integră, durabilă (auto-regenerantă), respectiv învățarea proiectării unui ciclu de viață al unui produs sau serviciu prin parcurgerea lanțului de plus valoare strategică: <i>recunoașterea unei oportunități de afaceri (cercetarea de piață) → alcătuirea și gestionarea unui plan de afaceri → gestionarea riscurilor → finanțarea și refinanțarea afacerii → urmărirea succesului și branding → managementul și etica afacerii inteligente.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Învățarea de a nu subestima niciodată, respectiv de a recunoaște totdeauna, puterea unei idei simple, cu potențial transformator într-o viziune pe termen mediu și lung. • Dezvoltarea capacității de combinare a cunoașterii dată de fundamentele profesionale (din domenii diverse, e.g. din chimie, biologie, geografie) cu oportunitățile de aplicare practică, din piața contingentă. • Dezvoltarea de abilități de a alcătui un plan de afacere în vederea lansării unei afaceri lucrative (să aibe profit), inteligente (să fie utilă la nivel de multi-stake-holderi/cu toate părțile interesate), și sustenabile (să fie dinamică, cu potențial de relansare, de regenerare, de adaptare contextuală și strategică).

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cursul de fata este o prelegere-incursiune-deschisa-și-co-participativa (cu studentii ca parte a actului de cunoaștere co-împărtășita) între fațetele multiple ale identificării, lansării, gestionării și dezvoltării unei afaceri inteligente și sustenabile prin dezvoltarea de tip spin-off a unei idei fundamentale/aplicative din Chimie, Biologie, Geografie la nivel de întreprindere individuală, lucrativa, etică; cursul se desfășoară pe 7 paliere de complexitate și acțiune:		
1. RECUNOAȘTEREA OPORTUNITĂȚILOR: <i>ce anume trebuie produs?, când va fi produs? Cum va fi produs? cine îl va produce?, cine sunt beneficiarii de produs?</i>	Prelegere frontală	Abordare colocvială
2. PLANUL DE AFACERI: <i>Drumul spre succesul împărtășit (proiectarea capitolelor planului de afaceri: Misiunea, Viziunea și cultura companiei; documentarea oportunității; strategia și planul de marketing; managementul și operațiunile; strategia financiară și bilanțul de investiții; gestionarea riscurilor)</i>	Prelegere frontală	Abordare colocvială
3. AVANTAJUL COMPETITIV: <i>transformarea oportunității în afacere (viz. analiza multi-dimensională: Oferta, Piața-țintă, Capacitatea de producție și livrare vs. calitate, preț, poziție, gama ofertei, serviciile, viteza/ciclu de servire/livrare de produs sau serviciu)</i>	Prelegere frontală	Abordare colocvială
4. EXPLORAREA PIETEI: <i>marketing prin marketing management (mixul de marketing, cunoașterea clientelei vs. augmentarea realității viz. “În fabrică facem cosmetice, dar în magazine vindem speranțe” Charles Revsol – fondatorul companiei de cosmetice Revon).</i>	Prelegere frontală	Abordare colocvială
5. COSTURILE AFACERII: <i>investiția de lansare, costuri fixe (CF) și costuri variabile (CV), costuri critice, digitalizarea registrului de casă (CF, CV, mijloace fixe, investiții, împrumuturi, venituri, stoc, și altele).</i>	Prelegere frontală	Abordare colocvială
6. GESTIONAREA RISCULUI: <i>structura legală a afacerii (înregistraea și forma de proprietate a firmei), importanța (și secțiunile) contractelor, protecția prin proprietatea intelectuală (marca de produs, marca de serviciu, copyright, drepturile electronice inclusiv), asigurarea afacerii.</i>	Prelegere frontală	Abordare colocvială
7. URMĂRIREA SUCCESULUI: <i>procesul sustenabil de la idee la produs, avantajul distinctiv, fabricarea unică, fabricarea la momentul oportun, excelența prin îmbunătățire continua și schimbare permanentă, managementul calității totale, folosirea tehnologiei, vitrina electronica (web site-ul), etică în afaceri</i>	Prelegere frontală	Abordare colocvială
in contextul provocărilor multi-criză specific Secolului XXI (crize financiare, economice, politice, de resurse globale, sociale, trans-naționale, climatice, agricole, epidemice, biologice, culturale, informatice, de comunicare, și etice) in maniera trans-disciplinara.		
Bibliografie		
1. Putz M.V. (2019) <i>The Cube of Strategic Management. The Distinctive Advantage of Organizations</i> . Apple Academic Press: Oakville (ON, Canada) & Palm Bay (FL, USA).		

2. Putz M.V. (2019) The Many-Faces of Nano-Chemistry, *Journal of European Society of Mathematical Chemistry*, Vol 1, Iss. 1 (Launching Editorial); URL: chem.ubbcluj.ro/jesmc/index.php?page=issue1
3. Kotler Ph., Armstrong G. (2018) *Principles of Marketing*, 17th Edition, Pearson Publishing House, ISBN: 1-292-22017-1, 2018.
4. Harari Y. N. (2017) *Sapiens: Scurta istorie a omenirii*. Polirom, Iasi
5. Provost F., Fawcett T. (2013) *Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking*, O'Reilly Publishing House: Sebastopol (CA, USA).
6. Mariotti S., Glackin C. (2012) *Antreprenoriat. Lansarea și administrarea unei afaceri*. Junior Achievement România – Bizzkit, pentru ediția în limba română.
7. Covey, S. (2005) *Eficiența în 7 trepte. Un abecedar al înțelepciunii*. Editura All, București.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Se vor aborda, în funcție de specificul studenților pe domeniile lor fundamentale (Chimie, Biologie, Geografie) teme și concepte de interes în concordanță cu motivația și gradul de implicare individual al studentului, disponibil într-o lansare de afacere (chiar și virtuală, deocamdată), în concordanță cu linia tematică generală a cursului:		
1. LIBERA INIȚIATIVĂ, DEFINIȚII ALE SUCCESULUI, analiza cost/beneficiu, costul de oportunitate, ... cu cuvintele cheie: <i>analiza SWOT, capital, antreprenoriat verde/social, oportunitate externă/internă, profit, produs, resurse rare, serviciu, tehnologie, rețea de cunoștințe, inovație, cost de oportunitate, afacere/firmă, schimb voluntar, etc.!</i>	Problematizare; Simulare și interpretare	Lucru frontal și individual
2. TRANSFORMAREA ACȚIUNII ÎN BANI: surse și capital, fluxul de numerar, bilanțul contabil, contul de profit și pierdere pe trei ani, pragul de rentabilitate, analiza de indicatori, riscuri și scenarii...cu cuvintele cheie: <i>active, pasive, analiză competitivă, asigurarea calității, bilanț, cercetare și dezvoltare, mix (rețetă) de marketing, piață-țintă, segment de piață, reclamă, sistem de control al stocului, strategii de ieșire, etc.!</i>	Problematizare; Simulare și interpretare	Lucru frontal și individual
3. STRATEGIA VS. TACTICA ÎN AFACERI. Definirea unității de vânzare; costul bunurilor, al muncii, și profitul brut; economia unității (de producție) ...cu cuvintele cheie: <i>bunuri și servicii, economia unității de vânzare, strategii, strategii competitive, valută, vânzare cu amănuntul/angro, rata de schimb, obstacole pentru intrare, propuneri pentru vânzare unică, etc.</i>	Problematizare; Simulare și interpretare	Lucru frontal și individual
4. PIAȚA, CERCETAREA DE PIAȚĂ ȘI MARKETINGUL. Procesul de cumpărare (conștientizarea, căutarea informației, evaluarea alternativelor, luarea deciziei, evaluarea cumpărării). Home Depot: Percepții caracteristice, beneficii, segmentarea succesului, revenirea clienților... cu cuvintele cheie: <i>planul de marketing, cercetarea directă și secundară, ciclul de viață al produsului, segmentarea de piață, demografie, promovare, logo, marcă, organizații non profit, prețuire prin dublare, relații publice, publicitate, filantropia, etc.</i>	Problematizare; Simulare și interpretare	Lucru frontal și individual
5. SCENARIILE FINANCIARE PE BAZA REGISTRULUI DE CASĂ: situația contului de	Problematizare; Simulare și	Lucru frontal și individual

profit și pierdere, rentabilitatea investiției, balanța lunară...cu cuvintele cheie: <i>amortizare, audit, marja de contribuție, prototip, rambursare, regie, registru-jurnal, rezervă de numerar, soldul disponibilităților, tranzacție, factură, impozit, reduceri de impozite, inflație, cheltuieli deductibile, chitață, costuri de stoc, echilibrare, etc.</i>	interpretare	
6. AUTORIZAȚII, PREMISE ȘI CERTIFICATE. Acoperirea de bază pentru firmele mici (asigurarea pentru bunuri, asigurare de răspundere, de răspundere pentru produs, pentru venitul companiei, pentru erori și omisiuni, de viață – pentru persoana cheie, etc.)... cu cuvintele cheie: <i>cu cuvintele cheie: arbitraj, deducere, drepturi electronice, fraudă, prescriere, marcă de contract, marcă de servicii, parteneriat, răspundere legală, scrisoare de acord, semnatar, formă majoră, unic proprietar, etc.</i>	Problematizare; Simulare și interpretare	Lucru frontal și individual
7. PROMISIUNEA (ȘI ETICA) COMPANIILOR: lanțul de producție-distribuție, lanțul aprovizionării (găsirea furnizorilor, administrarea stocurilor – stocul de siguranță și punctul de lansare a comenzii, volumul comenzilor), asigurarea calității pe piață (profitul rezultă din calitate), inițiative organizaționale, măsurarea performanțelor...cu cuvintele cheie: <i>managementul proceselor, ateliere de execuție, calitate, control vizual, costuri de pregătire, costuri de utilare, integrare verticală, îmbunătățirea valorii, operațiuni, perfecționarea continuă, prototip, toleranță, etc.</i>	Problematizare; Simulare și interpretare	Lucru frontal și pe echipe
intr-un triptic de problematizare-simulare-interpretare a studentului aspirant la implementarea cunoașterii de specialitate în folosul comunității în care trăiește și pe care o deservește, local sau global prin acțiunea de antreprenoriat ca unitatea cea mai dinamică și autonomă a economiei verzi (economia de resurse), sustenabile (economia de timp) și inovativ-circulare (economia materialelor reutilizabile).		
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Barabási Albert-László (2002) <i>Linked : the new science of networks</i>. Perseus Pub. Cambridge, Mass. 2017 in Limba Romana, ed. Brumar, Timisoara. 2. BusinessWeek: http://www.businessweek.com 3. Inc. Magazine: http://www.inc.com 4. Entrepreneur: http://www.entrepreneur.com 5. Fast Company: http://www.fastcompany.com 6. Forbes: http://www.forbes.com 7. Fortune: https://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2014/02/03/toc.html; https://fortune.com/ 8. Harvard Business Review: http://harvardbusinessreview.com 9. Kiplinger's: http://www.kiplinger.com/magazine/ 10. Leader to Leader: https://www.hesselbeinform.pitt.edu/publications/leader-leader-journal 11. Smart Money: http://www.smartmoney.com 		

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

- Înțelegerea corespunzătoare a principiilor de antreprenariat (*oportunitati-plan de afaceri-gestionarea riscurilor-urmarirea succesului*) care stau la baza dezvoltării prin inovare continuă, pe baza ideilor fundamentale din profesiile aferente, cu impact și câștig mutual la nivelul societății și inter-generațional pentru toate părțile implicate (individ, grup, piața de afaceri, mediu natural).
- Capacitatea de a gestiona și aumenta legăturile între/dintre fenomenele vieții (sociale, economice, politice, biologice, psihologice, culturale, juridice, morale, etc.) în general, și cele din rețeaua proprie de cunoștințe și interese folosind diferitele fațete ale teoriei cu practica într-o abordare win-win/castig-castig, cooperativ (competitiv, sustenabil, și regenerativ).
- Abilități de comunicare orală și scrisă, în diverse contexte (scenarii) de utilitate practică
- Abilități de interpretare a modelului de afacere propus și de raportare la datele și modelele concurențiale.
- Capacitatea de adaptare la situații noi, prin combinarea trans-metodologică a modelelor, tehnicilor și instrumentelor de management, marketing și de analiza datelor (*data mining*)
- Capacitatea de a transpune și dezvolta (novator) în practică (de a corela) cunoștințele dobândite
- Abilități de dezvoltare a unui studiu și monitorizare a pieței (de idei, servicii și produse, virtual concurențiale) la nivel inter- și trans-disciplinar (exploatând avantajul competitiv dat de pregătirea de specialitate proprie în spațiul de afaceri în care evoluează).
- Capacitatea de evaluare și autoevaluare critică a modelului de afaceri curent, și capacitatea de a-l schimba
- Preocuparea pentru obținerea calității, autoperfecționare, cu respectarea proprietății intelectuale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezență pe parcurs	Verificare pe parcurs	50%
	Răspunsuri la întrebări “problematizante”	Colocviu (scris/oral)	
10.5 Seminar / laborator	Prezență pe parcurs	Verificare pe parcurs	50%
	Pregătirea și prezentarea temelor și eseurilor	Verificare pe parcurs	
10.6 Standard minim de performanță:			
<ul style="list-style-type: none"> • Prezența la cursuri și seminarii • Pregătirea și prezentarea temelor și eseurilor 			

Elaborat
Prof. Dr. Dr.-Habil.
Mihai V. PUTZ

Semnătura titularului de curs
Prof. Dr. Dr.-Habil. Mihai V. PUTZ

Semnătura titularului de seminar
Dr.Asistent Dana DATCU

Data completării
12.09.2022

Data avizării în
catedră/departament
14.09.2022

Semnătura șefului catedrei/departamentului
Lector Dr. Adrian SINITEAN