



Directorul Centrului de Excelență în

Informatică și Tehnologii Informaționale

Vitalie Zavadschi



Curriculumul disciplinar

G.03.A.032 Bazele managementului și marketingului

Specialitatea: **61230 Rețele de calculatoare**

Calificarea: Tehnician pentru rețele de calculatoare

Chişinău, 2022



**Curriculumul a fost elaborat în cadrul
IP Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii
Informaționale**

Autori:

Popa Aliona, grad didactic întâi, Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale.

Adoptat în baza Planului de învățământ, aprobat prin OMEC Nr.950/22, din 29.09.2022:

Popa Aliona, grad didactic întâi, Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale.

Examinat la ședința catedrei: Științe economice

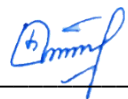
Proces verbal Nr. 01 din 05 septembrie 2022

Șef catedră  A. Popa

Aprobat de:

Consiliul metodic-științific al Centrului de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale

Proces verbal Nr. 01 din 14 septembrie 2022

Director adjunct  Obadă Liuba

Recenzenți:

1. S.A. MoldTelecom, or. Chișinău, str. bd. Ștefan cel Mare, 10
2. Starnet Soluții S.R.L, or. Chișinău, str. Columna, 170

Cuprins:

I Preliminarii.....	3
II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională.....	4
III. Competențele profesionale specifice discipline.....	4
IV. Administrarea disciplinei.....	4
V. Unitățile de învățare.....	4
VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare	5
VII. Studiu individual ghidat de profesor	6
VIII. Sugestii metodologice	6
IX. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	8
X. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	9
XI. Resursele didactice recomandate elevilor	10

I Preliminarii

Unitatea de curs Bazele managementului și marketingului este unul din cursurile indispensabile pentru formarea și dezvoltarea competențelor profesionale la elevii specialității rețele de calculatoare. Unitatea de curs asigură însușirea de către elevi a cadrului conceptual al gestionării afacerilor conform planului de învățământ pe parcursul a 90 ore de contact direct și lucru individual în anul II de studii, echivalente cu 3 credite și face parte din categoria disciplinelor din componenta de formare opțională, sub codul G.03.A.032. Din cele 90 de ore, 30 ore sunt destinate contactului direct cu elevii, iar 60 ore studiu individual. Unitatea de curs prezintă fondul de cunoștințe și abilități practice necesare pentru gestionarea afacerilor, care va contribui la formarea profesională a elevilor în domeniul economic, dezvoltând una din competențele-cheie/transversale – competențe antreprenoriale. Totodată, modulul este orientat și spre dezvoltarea competențelor strategice, necesare viitorilor întreprinzători.

II. Motivația, utilitatea modulului pentru dezvoltarea profesională

Scopul acestei discipline este ca elevii să conștientizeze necesitatea planificării în viața de zi cu zi, dar cu precădere în domeniul managementului și marketingului.

Domeniul fundamental Economic solicită din partea elevilor cunoștințe teoretice și competențe în domeniul gestionării afacerilor. Abilitatea de examinare, capacitatea de luare a deciziilor, dezvoltarea unei gândiri antreprenoriale și manageriale sunt doar câteva din obiectivele unității de curs. Conținuturile de bază ale unității de curs Bazele managementului și marketingului vor permite elevilor să obțină cunoștințe teoretice și practice în domeniul managementului și gestiunii afacerii. Astfel, ei vor examina stilurile de management, funcțiile managementului și vor fi capabili să identifice factorii mediului de afaceri al unei organizații, să efectueze studii de piață și să elaboreze politici de marketing ale firmei. Antrenarea elevilor în activități concrete de studiu le va permite să revadă problemele din interior și să-și valorifice potențialul intelectual. Unitatea de curs este orientată spre formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, prin punerea în discuție a unor cazuri reale.

III. Competențele profesionale specifice discipline

Competența profesională din descrierea calificării:

Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte asociate domeniului economic de gestionare a afacerii.

Competențele profesionale specifice disciplinei:

- CS1. Identificarea concepțiilor, teoriei, modele specifice managementului;
- CS3. Abordarea în mod realist - cu argumentare teoretică și practică a nivelelor și stilurilor manageriale;
- CS4. Utilizarea modalităților de comunicare, motivare și antrenare a subalternilor;
- CS5. Însușirea și aplicarea tacticilor de marketing și a modului în care organizațiile urmează să opereze cu fiecare variabilă a mixului de marketing;

IV. Administrarea disciplinei

Semestrul	Numărul de ore				Modalitatea de evaluare	Numărul de credite
	Total	Contact direct		Lucrul individual		
		Prelegeri	Practică/ Seminar			
III	90	30	-	60	ex	3

V. Unitățile de învățare

Unități de competență	Unități de conținut
1. Aspecte fundamentale ale managementului	
UC1.1.Identificarea conceptelor, teorii, modele specifice managementului. UC1.2.Determinarea principiilor managementului;	1.1.Noțiuni generale privind managementul 1.2.Managementul ca știință și artă
2. Organizația și mediul de activitate al organizației	
UC2.1.Aplicarea principiilor, metodelor și tehnicilor de management care stau la baza conducerii, organizării și funcționării activităților specifice dintr-o organizație. UC2.2.Specificarea caracteristicilor și clasificării organizațiilor; UC2.3.Aprecierea influenței factorilor mediului asupra administrării afacerilor;	2.1. Esența și tipologia organizațiilor. 2.2. Mediul intern al organizației. 2.3. Mediul extern al organizației.
3. Nivelele manageriale și stilurile de management	
UC3.1.Abordarea în mod realist cu argumentare atât teoretică, cât și practică a nivelelor și stilurilor manageriale. UC3.2.Distingerea nivelelor manageriale și tipurilor cadrelor de conducere; UC3.3.Identificarea și recunoașterea stilurilor manageriale	3.1.Nivelele manageriale 3.2.Tipologia cadrelor de conducere. 3.3.Stilurile de conducere. Profilul conducătorului
4. Funcțiile managementului	
UC4.1.Conștientizarea importanței planificării și organizării activității în cadrul entităților economice; UC4.2.Elucidarea funcției de motivare și control a managementului.	4.1.Funcția de planificare 4.2.Funcția de organizare 4.3. Funcția de motivare 4.4. Funcția de control
5. Managementul marketingului	
UC5.1.Înșușirea tacticilor de marketing și a modului în care organizațiile trebuie să opereze cu fiecare variabilă a mixului de marketing UC 5.2.Delimitarea metodelor și tehnicilor de cercetare a pieței UC5.3. Planificarea activității de marketing prin prisma mixului de marketing	5.1.Activitatea de marketing. 5.2. Cercetările de marketing. 5.3.Politicile de marketing

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unități de învățare

Nr. crt.	Unități de învățare	Numărul de ore				Ore de contact direct după locul de instruire			
		Total	Contact direct		Lucrul individual	I/I		I/A	
			IT	IP		IT	IP	IT	IP
1.	Aspecte fundamentale ale managementului	2	2	-	-	2	-	-	-
2.	Organizația și mediul de activitate al organizației	4	4	-	-	4	-	-	-
3.	Nivelele manageriale și stilurile de management	26	6	-	20	6	-	-	-
4.	Funcțiile managementului	26	6	-	20	6	-	-	-
5.	Managementul marketingului	32	12	-	20	12	-	-	-
	Total	90	30	-	60	30	-	-	-

VII. Studiu individual ghidat de profesor

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termeni de realizare
Nivelele manageriale și stilurile de management			
- Stilurile de conducere. Profilul conducătorului	-Elaborări de programe individuale de aplicare a metodelor și principiilor de administrare.	Prezentarea programului	Săptămâna 5-6
Funcțiile managementului			
- Funcția de planificare	-Plan de afaceri	Prezentarea planului de afaceri	Săptămâna 7- 8
Managementul marketingului			
- Organizarea activității de marketing - Politicile de marketing	-Studiu de caz cu privire la mixul de marketing	Prezentarea și comunicarea	Săptămâna 9-13

VIII. Sugestii metodologice

Tehnologiile didactice aplicate în procesul instructiv educativ vor fi indicate explicit în proiectele didactice elaborate de fiecare profesor în funcție de nivelul de pregătire și progresul demonstrat atât de grupa de elevi în ansamblu, cât și de fiecare elev în parte.

Activitatea didactică este mai mult decât o problemă de predare a unor conținuturi, cu precădere în cazul disciplinelor economice care impune, prin însăși condiția lor științifică, formarea la elevi a unor deprinderi intelectuale de participare alături de cunoștințe și deprinderi specifice în domeniul abordat, se urmărește și raportarea critică a elevului la valori și norme instituite în societate, așa încât să manifeste atitudini pozitive față de valori și să se implice în viața reală.

Pentru eficientizarea asimilării cunoștințelor se propune utilizarea metodelor de predare - învățare activ-participative, printre avantajele cărora putem enumera următoarele:

- Sunt centrate pe elev și activitate;
- Pun accent pe dezvoltarea gândirii, formarea aptitudinilor și a deprinderilor;
- Încurajează participarea elevilor, inițiativa, implicarea și creativitatea;
- Determină un parteneriat profesor-elev prin realizarea unei comunicări multidirecționale.

Se recomandă orientarea către metode bazate pe rezolvarea unor sarcini de lucru, utilizându-se cu precădere rezolvarea unei game cât mai variate de aplicații practice și punându-se accent pe realizarea cu exactitate și la timp a cerințelor sarcinilor de lucru. Realizarea proiectelor în cadrul activităților practice va urmări dezvoltarea abilităților de lucru în echipă. Ca exemplu pentru:

Unitatea de învățare 1. Aspecte fundamentale ale managementului: problematizarea, conversațiacatehetică, brainstormingul, schema mentală, discuție în contradictoriu, lucrul în grup;

Unitatea de învățare 2. Organizarea mediului de activitate al organizației: conversația euristică, studii de caz, jocuri didactice, exerciții, învățarea prin descoperire, simularea.

Unitatea de învățare 3. Nivelele manageriale și stilurile de management: studii de caz, problematizare, prezentarea, GPP, Press, dezbateră, test al calităților, Turul galeriei.

Unitatea de învățare 4. Funcțiile managementului: problematizare, proiect, mozaic, clusterul,descoperirea, diagrama T, Diagrama KWLetc.

Unitatea de învățare 5. Managementul marketingului: brainstorming, analiza, investigarea, studiu decăz, simularea cercetării pieței, jocul didactic, prezentarea comunicărilor.

Se vor alege cele mai potrivite metode didactice: descoperire, discuția în grup, dezbateră/masa rotundă, studiul de caz, observația individuală. În activitățile individuale, accentul se va pune pe studiere, analiza și sistematizarea materialului teoretic și practic în scopul îndeplinirii sarcinilor de lucru individual. Acestea vor fi prezentate în formă de argumentare scrisă, planul de afaceri, proiect elaborat, referat, studiu de caz etc.

Instruirea la distanță a apărut și s-a dezvoltat inițial ca o formă alternativă de instruire, separată de cea tradițională, prin intermediul căreia se asigură continuarea procesului educațional în condiții de carantină, utilizând diverse instrumente educaționale software și de comunicare: e-mail, chat (text/audio/video - GMeet, Jitsi, Discord, Zoom, etc.), forum, blog.

Învățământul la distanță trebuie de aibă o bază tehnico-materială modernă și eficientă. Baza tehnico-materială a sistemului de învățământ la distanță se constituie din următoarele componente:

- a) mijloace tehnico-materiale: echipamente audio/video, tehnică de calcul cu softul specializat instalat, smartphone sau tabletă, conexiune la rețeaua Internet;

- b) platforme Web necesare pentru desfășurarea învățământului la distanță: Moodle, Google Classroom, Google Drive, Cisco Networking Academy, etc.

În calitate de resurse de învățare vor servi manualul și materialele didactice tradiționale. Dar setul de resurse poate fi extins considerabil prin resurse plasate online.

Se vor alege cele mai potrivite metode didactice: descoperirea, discuția în grup, dezbateră, studiul de caz, observația individuală, proiect individual. Specificul modulului impune metode didactice interactive, recomandând mai ales învățarea prin metode practice, proiecte, portofoliul electronic.

IX. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale

Evaluarea continuă va fi structurată în evaluări formative și evaluări finale ce țin de interpretarea creativă a informațiilor și de capacitatea de a rezolva situațiile de problemă.

Activitățile de evaluare vor fi orientate spre motivarea elevilor și obținerea unui feedback continuu, fapt ce va permite corectarea operativă a procesului de învățare, stimularea autoevaluării și a evaluării reciproce, evidențierea succeselor, implementarea evaluării selective sau individuale.

Pentru a eficientiza procesele de evaluare, înainte de a demara evaluările, cadrul didactic va aduce la cunoștința elevilor tematica lucrărilor, modul de evaluare (bareme/grile/criterii de notare) și condițiile de realizare a fiecărei evaluări.

Produsele recomandate pentru evaluarea nivelului de dezvoltare sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Nr. crt.	Produse pentru măsurarea competenței	Criterii de evaluare a produselor
1.	Planul de idei	Calitatea și relevanța. Perspectiva implementării. Corelarea planului cu realitatea și parametrii tehnici ai mijloacelor informatice disponibile. Nivelul de detaliere a planului. Originalitatea planului.
2.	Proiect elaborat	Validitatea proiectului – gradul în care acesta acoperă unitar și coerent, logic și argumentat tema propusă. Completitudinea proiectului – felul în care au fost evidențiate conexiunile și perspectivele interdisciplinare ale temei, competențele și abilitățile de ordin teoretic și practic și maniera în care acestea servesc conținutului științific. Elaborarea și structura proiectului – acuratețea, rigoarea și coerența demersului științific, logica și argumentarea ideilor, corectitudinea concluziilor. Calitatea materialului folosit în realizarea proiectului, bogăția și varietatea surselor de informare, relevanța și actualitatea acestora, semnificația datelor colectate ș.a. Creativitatea – gradul de noutate pe care-l aduce proiectul în abordarea temei sau în soluționarea problemei.

Nr. crt.	Produse pentru măsurarea competenței	Criterii de evaluare a produselor
3.	Studiu de caz	Corectitudinea interpretării studiului de caz propus. Calitatea soluțiilor, ipotezelor propuse, argumentarea acestora; Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat. Corectitudinea lingvistică a formulărilor. Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz.
4.	Investigația	Definirea și înțelegerea problemei investigate. Folosirea diverselor procedee pentru obținerea datelor necesare. Colectarea și organizarea datelor obținute. Formularea și verificarea ipotezei cu privire la problema luată în studiu.

În scopul evaluării finalităților de studiu, examenul poate fi desfășurat în regim online la decizia catedrei sub formă de : probă de evaluare scrisă, asistat de calculator sau combinată.

- Examenul desfășurat sub formă de probă de evaluare scrisă va avea cel puțin 3 variante de teste, la care elevii vor avea acces la ora stabilită conform orarului, iar până la expirarea timpului de desfășurare a examenului vor încărca testul rezolvat înapoi pe platforma online. Numărul variantei de test va fi specificată la începutul examenului de către profesor.
- Examenul asistat de calculator va avea două probe susținute în regim online:

Proba teoretică – un test generat din minim 30 întrebări în 40 min (nivel cunoaștere și înțelegere funcțională);

Proba practică – aplicație practică, problemă, studiu de caz, fișe, tabele, scheme, etc., care vor fi rezolvate și încărcate de către elev în timpul stabilit pe platforma online (nivel integrare/soluționare a problemelor) .

- Examenul combinat poate conține probă de evaluare scrisă și probă de evaluare practică;

Componenta probelor de evaluare:

- ✓ *Matricea de specificații* – instrument utilizat pentru selectarea numărului și tipurilor de itemi în funcție de complexitatea competențelor specifice supuse evaluării.
- ✓ *Testul propriu-zis (conținutul testului)* – test electronic(generat din banca de itemi Moodle)/document ce conține itemi și informații referitoare la cotarea acestora, care va fi distribuit elevilor.
- ✓ *Baremul de corectare* – document ce conține schemele de cotare și informații referitoare la convertirea punctelor în note a probei de evaluare scrisă.
- ✓ *Sarcina practică* – conține descrierea detaliată a unor sarcini practice pe care trebuie să le efectueze elevul, care pot fi: aplicație practică, problemă, studiu de caz, fișe, tabele, scheme etc.
- ✓ *Fișa de evaluare* – conține criteriile și indicatorii de evaluare, destinat examinatorului prin care evaluează sarcinile practice realizate de elev.

X. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii

Denumire modul	Mijloace recomandate
Bazele managementului și marketingului	- Calculatoare portabile (laptop, notebook); - USB – Stick-uri; - Proiector; - Calculatoare de buzunar; - Suport de curs; - Manuale; - Acte normative.

XI. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1.	Burlacu N., Cojocaru V., Management. Chișinău, ASEM 2000	biblioteca
2.	Ilieș L., Mortan M., Management. Cluj Napoca: Editura Cluj Napoca, 2008	biblioteca
3.	Palade G., Botezatu A., Șargo A., Marketing. Curs pentru elevii din învățământul mediu de specialitate. Chișinău, Editura Labirint, 2014	biblioteca
4.	Petrovici S., Muștuc S., Golovco V., Marketing. Curs universitar. Chișinău Editura ASEM, 2008	biblioteca
5.	Burlacu N., Graur E., Bazele managementului, curs universitar. Chișinău: ASEM. 2006	biblioteca
6.	Cornescu V., Marinescu P. ș.a., Management de la teorie la practică	http://ebooks.unibuc.ro/StiinteADM/cornescu/cap2.htm
7.	Bazele managementului	http://www.mpt.upt.ro/doc/curs/gp/Bazele_Managementului/Functia_de_planificare_cap2.pdf