



## FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024-2025

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Servicii de ospitalitate
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Administrarea Afacerilor – Extensia Bistrița

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Cercetarea-dezvoltarea produselor						
2.2. Codul disciplinei	ILR0032						
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Marius BOTA						
2.4. Titularul activităților de seminar	drd. Anghel COZMA						
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	V	2.7. Tipul de evaluare	C	2.8. Regimul disciplinei	Opțională

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități	Pregătire examen final				6
3.7. Total ore studiu individual					33
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Numărul de credite					3

### 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 videoproiector, computer
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs dotată cu videoproiector, computer



## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>explicarea și interpretarea relației de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/ organizației (C1.2)</li> <li>evaluarea critic-constructivă a explicării și / sau rezolvării unei probleme vizând funcționarea întreprinderii/ organizației (C2.4)</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei (CT2)</li> </ul>

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

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	<ul style="list-style-type: none"> <li>însușirea de către studenți a noțiunilor generale despre produse, precum și managementul acestora</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>analiza mecanismului de cercetare-dezvoltare a unui produs nou</li> <li>studiul problemelor legate de realizarea diferitelor tipuri de produse</li> <li>însușirea tacticilor de marketing și management a noilor produse</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1	Procesul planificării produselor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
2	Produsul Concept, caracteristici, clasificare Mixul de produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
3	Produsul Ciclul de viață a produsului (CVP)	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
4	Dezvoltarea noilor produse Definirea și clasificarea produselor noi Posibilități de obținere a noilor produse Necesitatea introducerii de noi produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
5	Dezvoltarea noilor produse Inovarea	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere



6	Dezvoltarea noilor produse Creativitatea	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
7	Gestionarea procesului de realizare a noilor produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
8	Cercetarea ideilor	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
9	Realizarea și testarea conceptului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
10	Realizarea și testarea produsului	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
11	Lansarea, comercializarea și adoptarea produsului de către consumatori Decizii privind lansarea produsului Procesul adoptării de către consumator	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
12	Evaluarea procesului de realizare a noilor produse	Prezentare orală, multimedia exemplificare	1 prelegere
13	Recapitulare	Prezentare orală, multimedia exemplificare Discuții	
14	Evaluare finală	Test grilă	
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bota M., Cosma S., Cercetarea-dezvoltarea noilor produse, Editura Presa Universitară Clujeană, 2014 (e-book)</li><li>2. Bota M., <i>Perfecționarea managementului în întreprinderile din industria de îmbrăcăminte</i>, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2011</li><li>3. Cosma, S., Bota, M., <i>Bazele Marketingului</i>, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2004</li><li>4. Kotler, Ph., Armstrong, G., <i>Principles of marketing</i>, 18<sup>th</sup> edition, Pearson Education Limited, 2020.</li><li>5. Kotler, Ph., Keller, K.L., <i>Marketing Management</i>, 15th Edition, Pearson Education Limited, 2016.</li></ol>		

8.2. Seminar		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de curs și seminar.	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
2	Exemplificarea nivelurilor de produse având în vedere diferite domenii Model de identificarea a etapei ciclului de viață în care se află un produs	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
3	Necesitatea introducerii de noi produse /	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)



	Posibilități de obținere de noi produse Inovarea în cadrul companiei 3M Tehnici de creativitate		
4	Analiza diferitelor tipuri de procese de realizare a noilor produse – exemple	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
5	Cercetarea ideilor Testarea conceptului	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
6	Realizarea produsului Testarea produsului Analiza lansării unui produs pe piață	Studiu de caz	1 seminar (2 ore/săpt.)
7	Prezentare proiecte	Discuții de grup/Exemplificare	1 seminar (2 ore/săpt.)
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bota M., Cosma S., Cercetarea-dezvoltarea noilor produse, Editura Presa Universitară Clujeană, 2014 (e-book)</li> <li>2. Bota M., <i>Perfecționarea managementului în întreprinderile din industria de îmbrăcăminte</i>, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2011</li> <li>3. Cosma, S., Bota, M., <i>Bazele Marketingului</i>, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2004</li> <li>4. Kotler, Ph., Armstrong, G., <i>Principles of marketing</i>, 18<sup>th</sup> edition, Pearson Education Limited, 2020.</li> <li>5. Kotler, Ph., Keller, K.L., <i>Marketing Management</i>, 15th Edition, Pearson Education Limited, 2016.</li> </ol>		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și străinătate. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

**10. Evaluare**

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe;
- Pentru a se calcula nota finală însumând punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris.

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite;</li> <li>• explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute</li> </ul>	Examen final (Test grilă)	60%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• capacitatea de a analiza mecanismul de dezvoltare a unui</li> </ul>	Proiect semestrial (de grup)	40%



	<p>nou produs</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite;</li><li>• explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute</li></ul>		
10.6 Pentru sesiunea de restanțe punctajul obținut la seminar rămâne neschimbat.			
10.7 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Analiza mecanismului de cercetare-dezvoltare a unui produs nou și însușirea tacticilor de marketing și management a noilor produse</li></ul>			

**Data completării**

**23.04.2024**

**Semnătura titularului de curs**

Conf. dr. Marius BOTA

**Semnătura titularului de seminar**

drd. Anghel COZMA

**Data avizării în departament**

**22.05.2024**

**Semnătura directorului de departament**

Conf. dr. Marius BOTA