

MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL PRODUSELOR BIOTEHNOLOGICE

STRUCTURA

Programul de studii	LICENȚĂ_BTH
Anul de studii	IV
Semestrul	8
Regimul disciplinei	DOD
Numărul total de ore pe săptămână	Curs – 2 ore; L/S/P- 2 ore
Numărul total de ore conform planului de învățământ	Curs – 20 ore; L/S/P- 20 ore
Numărul de credite transferabile	3

OBIECTIVELE DISCIPLINEI

Disciplina completează cunoștințele viitorului specialist biotehnolog cu noțiunile economice specific managementului și marketingului produselor biotehnologice și își propune dezvoltarea de competențe legate de bazele managementului organizației, dar și cunoașterea pieței, în atenție fiind metodele economice de investigație și analiză economică ale cererii și ofertei în cadrul schimburilor de mărfuri. Cunoașterea proceselor de management și a funcțiilor managementului organizației.

Pregătirea studentului cu lucrul în echipă, responsabilizarea acestuia în luarea deciziilor, elaborarea protocoalelor de lucru

CONȚINUTUL DISCIPLINEI

CURS	Nr. ore
Noțiuni introductive - Conceptul de management	2
Capitolul I - Evoluția gândirii manageriale: abordarea clasică, abordarea comportamentală, știința managementului, curente moderne	2
Capitolul II - Tipuri de organizații. Societăți comerciale. Administrarea principalelor tipuri de societăți comerciale	2
Capitolul III - Sisteme și metode generale de management. Sisteme și metode speciale de management	4
Capitolul IV - Managementul potențialului de producție al unității biotehnologice, de la aprovizionare la desfacere	2
Capitolul V - Piața produselor biotehnologice	2
Capitolul VI - Cererea de consum pentru produsele biotehnologice	2
Capitolul VII - Mixul de marketing.	4

LUCRĂRI PRACTICE L/S/P	Nr. ore
Noțiuni introductive – Aplicabilitatea managementului și marketingului într-o unitate biotehnologică	2
Capitolul I - Calculul costurilor de producție; stabilirea volumului producției funcție de costuri – aplicații asupra produselor biotehnologice agricole	2
Capitolul II - Investiții într-o unitate biotehnologică	2
Capitolul III - Piața produselor biotehnologice agricole	2
Capitolul IV - Elasticitatea cererii și a vânzării unui produs	6
Capitolul V - Evaluarea potențialului de piață din domeniul biotehnologiilor	2
Capitolul VI – Cercetarea de piață. Tipuri de scale. Metode de scalare	4

BIBLIOGRAFIE

- Altman, S., Valenzi, E. And Hodgetts, R., 2013, Organizational Behavior: Theory and Practice, Academic Press Inc., New York

2. Bertalanffy, von L., 1972. *The History and Status of General Systems Theory*. Ed. Academy of Management Journal, No. 15.
3. Drucker, P., 2005, *Management Challenges for the 21st Century*, HarperBusiness
4. Hill, L., Lineback, K., 2015 *Exceleța în management*, Ed. Litera
5. Kotler Ph. și colab. , 2019. *Principiile marketingului*, Pearson Education Limited.
6. Magretta, Joan, Stone, Nan, 2012, *What Management Is*, Free Press, New York
7. Burduș, E. Popa I., 2018. *Fundamentele managementului organizației*. Editura Pro Universitaria.
8. Prutianu, S., munteanu, C., Caluschi, C., 2004. *Inteligența Marketing Plus*, Ed.Polirom, Iasi.
9. Sfetcu, N., 2016, *Management, analize, planuri și strategii de afaceri*
10. Simasaki, C., *Biotechnology Entrepreneurship*, Ed. Academic Press, Elsevier, 2014
11. Turban E. And Meredith JR., 1999. *Fundamentals of Management Science*. 6th Edition, Ed. McGraw-Hill Education, New York

EVALUARE

Tip de activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală %
Curs	Performanța individuală (Nivelul de însușire a cunoștințelor teoretice)	Examinare scris – grila	60%
L/P/S	Performanța de lucru în grup Performanța individuală (Nivelul de însușire a cunoștințelor teoretice și practice)	Examinare scris aplicații	40%
Alte activități			

Titularul activităților de curs: Șef lucrări dr. Gabriela Mărgărit

Titularul activităților de lucrări practice L/S/P: Șef lucrări dr. Gabriela Mărgărit