

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnică Timișoara
1.2 Facultatea ¹ / Departamentul ²	Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi Străine
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ³)	Științe ale comunicării / 40 30 10
1.4 Ciclul de studii	Master
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁴			Comportament antreprenorial								
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză			Comportament antreprenorial								
2.2 Titularul activităților de curs			Prof. dr. ing., ec. Anca DRAGHIC								
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵			Prof. dr. ing., ec. Anca DRAGHIC								
2.4 Anul de studiu ⁶		I	2.5 Semestrul		II	2.6 Tipul de evaluare		E	2.7 Regimul disciplinei ⁷		DF

3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate⁸)

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	3	din care:	ore curs	1	ore seminar/laborator/proiect			2
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	42	din care:	ore curs	14	ore seminar/laborator/proiect			28
3.2 Număr total de ore desfășurate on-line asistate integral/sem.	15	din care:	ore curs	5	ore seminar/laborator/proiect			10
3.3 Număr de ore asistate parțial/săptămână		din care:	ore proiect, cercetare		ore practică		ore elaborare lucrare de disertație	
3.3* Număr total de ore asistate parțial/semestru		din care:	ore proiect cercetare		ore practică		ore elaborare lucrare de disertație	
3.4 Număr de ore activități neasistate/săptămână	5,9	din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					2
			ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					2
			ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					1,9
3.4* Număr total de ore activități neasistate/semestru	83	din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					28
			ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
			ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					27
3.5 Total ore/săptămână ⁹	8,9							
3.5* Total ore/semestru	125							
3.6 Număr de credite	5							

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu
4.2 de rezultate ale învățării	• Nu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală, calculator, videoproiector, conexiune Internet
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Sală, calculator, videoproiector, conexiune Internet

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	• C2 Identifică tipurile de narațiuni și de raționamente logice și explică elementele de retorică necesare pentru a distinge perspectivele într-o dezbatere. • C3 Identifică și descrie canalele de comunicare și caracteristicile lor; evaluează avantajele fiecărui canal pentru audiențe diverse. • C6 Estimează modul în care diferitele departamente și funcțiuni pot fi sincronizate comunicațional pentru creșterea organizației. • C12 Diferențiază leadership-ul orientat spre rezultate de alte stiluri și explică importanța obiectivelor clare, a motivării și a indicatorilor de performanță. • C13 Definește gândirea strategică, descrie etapele procesului și justifică necesitatea unei viziuni pe termen lung în comunicarea de afaceri. • C14 Enumeră diferite tehnici de comunicare interpersonală și de grup și le utilizează eficient în funcție de context. • C15 Utilizează tehnici de consultare • C16 Implementează planificarea strategică • C19 Evaluează standardele, politicile și procedurile interne și explică de ce conformarea este esențială în activitatea profesională • C20. Explică principiile de bază ale consilierii și definește rolul empatiei; exemplifică modalități prin care sprijinul și ascultarea activă facilitează decizia. • C22. Indică tehnicile de promovare și persuasiune și evidențiază avantajele unei idei, ale unui produs sau serviciu în funcție de publicul țintă și context. • C23. Identifică elementele cheie ale spiritului antreprenorial și descrie modul în care acestea se manifestă în inițiative de succes
Abilități	• A2-Susține mesaje persuasive utilizând o structură argumentativă solidă și tehnici retorice adecvate, prezentând ideile într-o manieră convingătoare • A3 Folosește în mod adecvat canalele de comunicare potrivite mesajului și publicului țintă, integrând atât mijloacele clasice, cât și pe cele moderne, pentru a transmite eficient informația • A6 Aplică tehnici de coordonare și colaborare interdepartamentală, facilitând comunicarea între echipe • A12 Demonstrează abilități de leadership în relația cu echipa, motivând colegii și coordonând activitățile acestora, astfel încât eforturile colective să fie direcționate către atingerea rezultatelor așteptate și respectarea termenelor limită. • A13Abordează situațiile și problemele de comunicare cu o perspectivă strategică, analizând opțiunile din prisma efectelor pe termen lung și integrând obiectivele organizaționale în soluțiile propuse • A14Folosește în mod fluent și adecvat tehnicile de comunicare potrivite situației, asigurându-se că mesajul este clar, bine structurat și că atinge impactul dorit asupra receptorilor • A15 Aplică metode de consultare activă a stakeholderilor, integrând perspective multiple în rezolvarea problemelor. • A16 Traduce planul strategic în acțiuni concrete de comunicare, punând în aplicare inițiative și proiecte conform pașilor stabiliți și alocând eficient resursele pentru a atinge obiectivele strategice asumate. • A19 Aplică standardele și politicile companiei în toate acțiunile de comunicare și în comportamentul profesional, asigurând conformitatea cu așteptările organizației. • AT20 Aplică tehnici de consiliere pentru a oferi suport colegilor, colaboratorilor sau altor persoane, ajutându-i să își clarifice obiectivele și să ia decizii informate în situații diverse • AT22 Susține și promovează activ idei inovatoare, produse sau servicii, atât în interiorul organizației cât și în exterior, adaptând mesajul și canalul de comunicare pentru a genera interes și a convinge audiența de valoarea propunerii; • AT23 Manifestă comportament antreprenorial în cadrul proiectelor sau activităților curente, își asumă riscuri calculate pentru a aduce valoare organizației.
Responsabilitate și autonomie	• RA2 Implementează și respectă procese și soluții strategice privind argumentarea strategică în negocieri de afaceri • RA3 Respectă și operaționalizează procese și soluții strategice privind utilizarea canalelor de comunicare corporate și digitale • RA6 Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind alinierea eforturilor pentru dezvoltarea afacerii • RA12 Exerciță și demonstrează procese și soluții strategice privind leadershipul orientat către rezultate • RA13 Demonstrează și asigură procese și soluții privind gândirea strategică aplicată în mediul antreprenorial • RA14 Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind tehnicile de comunicare în organizații • RA15 Monitorizează și gestionează procese și soluții privind tehnicile de consultare pentru deciziile strategice • RA16 Gestionează și oferă consiliere pentru procese și soluții privind planificarea strategică în comunicare • RA19 Respectă și exercită procese și soluții strategice privind respectarea standardelor companiei • RA20 Exerciță și demonstrează procese și soluții strategice privind consilierea în contexte profesionale • RA22 Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind promovarea ideilor, produselor și serviciilor

	Draghici A., Izvercianu M., Draghici G., Virtual Center for Entrepreneurship Development, in Enterprise Information Systems Design, Implementation and Management: Organizational Applications, M. M. Cruz-Cunha & J. E. Varajão (Eds.), IGI Global (http://www.igi-global.com), USA, 2011, Pages 476-495 Foris (Draghici) A., ș.a., Proiecte economice, Ed. INFOPRINT SRL, 2000 Frunzăverde D., Antreprenoriat : teorie și practică, Ed. Mirton, 2005 Abrudan I., Lobontiu G., Lobontiu M., IMM-urile si managementul lor specific, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2003 Hodgetts R. M., Organizational behavior: Theory and proactice, Mac Millan Press, NY, SUA, 1991 ***, Surse de finanțare pentru sectorul IMM, Agenția Națională pentru IMM si Cooperatie, Bucuresti, 2016		
8.2 Activități aplicative¹¹	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
Seminar 1, 2, 3, 4 - Personalitatea antreprenorului (teste, studii de caz, film, demonstrații și exerciții) – alocare/planificare pentru fiecare student a temelor pentru studiu individual .	8		Metode interactive. Prelegere susținută de prezentări PPT, discuții, explicații, exemple, demonstrații, studii de caz.
Seminar 5, 6 – Personalitate și comportamentul antreprenorial (exemple, testare individuală, concluzii la nivelul grupului de studenți); Managementul propriu – discuții asupra cadrului propus cu aplicații și exemple	4	4	
Seminar 7, 8, 9, 10, 11, 12 (proiect de grup) - Planul de realizare al portofoliilor de studiu – teme individuale de realizare a unui interviu / descriere a comportamentului unui antreprenor(interviu real sau documentat pe baza altor surse de presă) – discuții metodologice, stabilirea protocolului de interviu; întâlniri si studii de caz cu antreprenori/intraprenori din Timișoara	10	6	
Seminar 12, 13, 14 - Susținere, prezentare și evaluarea portofoliilor studenților, Evaluarea portofoliului de teme la disciplină (realizat de fiecare student)	6		
	Bibliografie ¹² Suport ppt al cursurilor și template proiect realizate de Prof. Anca Drăghici – materiale actualizate anual, https://cv.upt.ro/course/view.php?id=1839 Boatcă M.E., Baera C., Luminosu C., Suciu S., Drăghici A. (2025). Antreprenoriatul social în contextul colaborării dintre universități și comunitate, https://www.editurapolitehnica.upt.ro/ro/editura/download/summary/9-carti-tehnico-stiintifice-cursuri-universitare/37-naria-elena-boatca-cornelia-baera-caius-luminosu-sorin-suciu-anca-draghici-antreprenoriatul-social-in-contextul-colaborarii-dintre-universitati-si-comunitate DigiFunCollab (2025) resurse de invatare si teste online disponibile la (cu inregistrare): https://elearningproject.eu/courses/social-entrepreneurship-in-university/ Foris (Draghici) A., ș.a., Proiecte economice, Ed. INFOPRINT SRL, 2000 Frunzăverde D., Antreprenoriat : teorie și practică, Ed. Mirton, 2005 Abrudan I., Lobontiu G., Lobontiu M., IMM-urile si managementul lor specific, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2003 Hodgetts R. M., Organizational behavior: Theory and proactice, Mac Millan Press, NY, SUA, 1991 ***, Surse de finanțare pentru sectorul IMM, Agenția Națională pentru IMM si Cooperatie, Bucuresti, 2016		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare ¹³	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Test grilă cu întrebări la care se cer raspunsuri scurte si precise (relativ la partea teoretică inclusă în curs) .	Examen scris (1,5 ore)	0,5
9.5 Activități aplicative	S: Concluzii și interpretări corecte ale: testelor + interviuri cu antreprenori. Rezolvarea tematicilor de seminar conform baremului de notare.	Evaluarea susținerii portofoliului de teme (seminar 12, 13 și 14)	0,5
	L:		
	P:		
	Pr:		

	Tc-R¹⁴:				
9.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) ¹⁵					
Un portofoliu min de răspunsuri corecte la test (evaluat cu min nota 5) pentru examen + Realizarea și interpretarea corectă a testelor + realizarea unui interviu de caracterizare a comportamentului antreprenorial după un protocol pre-stabilit					

Data completării

**Titular de curs
(semnătura)**

| Prof. dr. ing., ec. Anca DRAGHICI |

**Titular activități aplicative
(semnătura)**

| Prof. dr. ing., ec. Anca DRAGHICI |

**Director de departament
(semnătura)**

| Prof. univ. dr. Vasile Gherheș |

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁶

| |

**Decan
(semnătura)**

| Prof. univ. dr. Daniel Dejica-Carțiș |