

Referat privind necesitatea scoaterii la concurs a postului didactic de lector, poziția 31, din cadrul Departamentului Design și Arte Aplicate

Post pe perioadă determinată de 3 ani

1. Necesitatea ocupării postului în contextul realizării obiectivelor din planul de dezvoltare al facultății

Structura postului:

Business și antreprenariat în design

Competențe de antreprenariat

Marketing și management pentru design

Postul are în componență discipline de sinteză, aprofundare și complementaritate, prin intermediul cărora studenții beneficiază de competențele complexe necesare pregătirii în domeniul Arte Vizuale, la nivel de licență, precum și la nivel masteral. Necesitatea ocupării postului este evidențiată de aportul de competențe și abilități din partea disciplinelor cuprinse în structura postului. Disciplinele asigură necesarul de cunoștințe teoretice, pentru ca studenții să poată face necesarele conexiuni axiologice. În principal, în cadrul disciplinelor vizate se tratează problematicile de antreprenariat, marketing și management, asigurând cunoștințe și competențe pentru *Design*.

Înscriindu-se în contextul realizării obiectivelor din planul de dezvoltare al departamentului considerăm că scoaterea la concurs a acestui post ar aduce la dezvoltarea acestui domeniu în cadrul departamentului, conferindu-i un grad mai mare de atractivitate și competitivitate. Disciplinele beneficiază, prin titularizarea postului, de aportul de competențe teoretice necesare programelor de licență în *Design, Arte Decorative și Modă- Design vestimentar*, precum și de Master *Design Interior și de Produs, Master Design grafic-Comunicare vizuală și Master Modă Design vestimentar-Design textil*.

2. Valoarea științifică pretinsă candidaților

Candidații trebuie să dețină titlul de Doctor în *Arte Vizuale* sau Doctor în *Arte Plastice și Decorative*.

Candidații trebuie să îndeplinească un punctaj minimal aferent gradului didactic de lector, conform standardelor și criteriilor minime și obligatorii pentru acordarea titlurilor didactice la Facultatea de Arte și Design.

Candidații trebuie să fi parcurs programe acreditate de formare psihopedagogică în domeniul *Arte Vizuale* sau să facă dovada parcurgerii programelor de formare după *Modelul reflexiv – colaborativ de instruire (RCL)*, dezvoltat la Universitatea de Vest din Timișoara.

Condițiile de prezentare la examenul de promovare în cariera didactică pentru postul care face obiectul prezentului memoriu sunt prevăzute în:

- *Legea Învățământului Superior nr. 199/2023*, cu modificările și completările ulterioare.

- *Metodologia privind organizarea concursurilor de ocupare a posturilor didactice și de cercetare vacante din UVT și a examenelor de promovare în cariera didactică din UVT*, 26.09.2024.

- *Standardele minime și obligatorii pentru acordarea titlurilor didactice la Facultatea de Arte și Design*.

3. Perspectivele postului

Postul este structurat din discipline aferente ciclurilor de studii *licență* și *masterat*. Tipul disciplinelor, prin caracterul lor teoretic de aprofundare și complementaritate, asigură perspectivele postului pe termen mediu, în orice variantă de evoluție a programelor de studii *Design*, *Arte decorative*, *Modă – Design Vestimentar*, *Master Design Interior și de Produs*, *Master Design grafic-Comunicare vizuală* și *Master Modă Design vestimentar-Design textil*.

Performanțele programelor de studii amintite asigură perspectiva postului, ținând cont de faptul că în elaborarea proiectelor artistice, disciplinele sunt parte integrantă din nucleul conținutului teoretic și ulterior contribuie la procesul de adecvare la piața muncii. În structura postului se regăsesc activități de predare pentru disciplinele de specialitate menționate. Este înregistrat un interes constant crescut al candidaților, în special pentru programele de studii

Design și Modă- Design Vestimentar, lucru care asigură viabilitatea postului pe perioada de cel puțin trei ani.

Departamentul de Design și Arte Aplicate are un raport financiar pozitiv și asigură excedentul înregistrat la nivel de facultate. Mijloacele ce au condus la excedent sunt:

- Dezvoltarea programelor de master și licență.
- Introducerea unui nou program masteral cu predate în limba engleză, unic în țară;
- Configurarea cu posturi vacante cu grad de lector;
- Încărcarea normelor titularilor a căror discipline au un număr redus de studenți pentru formațiunile de seminar sau lucrări;
- Încărcarea normelor titularilor pentru a asigura echilibrul cu posturile vacante;
- Introducerea trunchiurilor comune de discipline la nivel departamental în planurile de învățământ la nivel de licență și de master.

Toate acestea ne îndreptățesc să considerăm că perspectiva de acoperire financiară a postului se va menține și în predicțiile ulterioare, 2024-2027.

4. Numărul posturilor existente deja în aceeași specialitate

Din punct de vedere al resursei umane, situația la nivelul Departamentului de Design și Arte Aplicate este următoarea, pentru anul universitar 2024-2025: Profesori: 3 (11.1%), Conferențieri: 11 (40.7%), Lectori: 8 (29.6%), Asistenți: 5 (18.5%). Se poate observa un oarecare echilibru al raportului dintre posturile mari (profesori și conferențieri) care reprezintă 48% și cele mici (lector și asistent) în procent de 52%.

Așadar, ocuparea prin concurs a postului ofertat, de lector, ar contribui la consolidarea echilibrului configurației posturilor. Menționăm că în următorii cinci ani un cadru didactic din departament va avea vârsta necesară pensionării.

5. Analiza statistică pe ultimii 3 ani privind evoluția numărului de candidați și de studenți înmatriculați la programele de studii unde se desfășoară activitățile din cadrul posturilor scoase la concurs

Pentru programul masteral *Design Interior și de Produs*, numărul de studenți înscriși arată o constantă sustenabilă pe perioada 2022-2024:

În anul universitar 2022-2023 – au fost admiși 13 studenți din care 11 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2023-2024 – au fost admiși 11 studenți din care 10 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2024-2025 – au fost admiși 12 studenți din care 9 pe locuri bugetate.

Pentru programul masteral *Design grafic- Comunicare vizuală*, numărul de studenți înscriși arată o constantă sustenabilă, cu fluctuații, pe perioada 2022-2024:

În anul universitar 2022-2023 – au fost admiși 15 studenți din care 14 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2023-2024 – au fost admiși 26 studenți din care 25 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2024-2025 – au fost admiși 13 studenți din care 11 pe locuri bugetate.

Pentru programul masteral *Modă Design vestimentar-Design textil*, numărul de studenți înscriși arată o constantă sustenabilă, cu fluctuații, pe perioada 2022-2024:

În anul universitar 2022-2023 – au fost admiși 6 studenți din care 6 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2023-2024 – au fost admiși 9 studenți din care 9 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2024-2025 – au fost admiși 8 studenți din care 8 pe locuri bugetate.

Pentru programul de licență *Design*, numărul de studenți înscriși arată o creștere sustenabilă, pe perioada 2022-2024:

În anul universitar 2022-2023 – au fost admiși 52 studenți din care 45 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2023-2024 – au fost admiși 62 studenți din care 56 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2024-2025 – au fost admiși 60 studenți din care 54 pe locuri bugetate.

Pentru programul de licență *Modă- Design Vestimentar*, numărul de studenți înscriși arată o creștere sustenabilă, pe perioada 2022-2024:

În anul universitar 2022-2023 – au fost admiși 23 studenți din care 21 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2023-2024 – au fost admiși 26 studenți din care 22 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2024-2025 – au fost admiși 33 studenți din care 24 pe locuri bugetate.

Pentru programul de licență *Arte Decorative*, numărul de studenți înscriși arată o creștere sustenabilă, pe perioada 2022-2024:

În anul universitar 2022-2023 – au fost admiși 11 studenți din care 10 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2023-2024 – au fost admiși 10 studenți din care 9 pe locuri bugetate.

În anul universitar 2024-2025 – au fost admiși 16 studenți din care 11 pe locuri bugetate.

Adresabilitatea studenților este constantă și sustenabilă la nivel masteral, respectiv sustenabilă cu tendință de creștere la nivelul de licență, așa cum arată aceste date. Atractivitatea programelor de studii va putea menține o justă distribuție a studenților bugetați, în comparație cu cei aflați la forma cu taxă.

6. Strategia de dezvoltare a resurselor umane, inclusiv situația pensionabililor în următorii 5 ani

Strategia și dinamica de dezvoltare a resursei umane urmărește menținerea unui număr sustenabil de cadre didactice titulare pentru fiecare program de studii și pentru fiecare rută de studiu din cadrul programului cu mai multe calificări, aspect necesar susținerii în mod optim a procesului educativ. Actualmente, se înregistrează următoarea situație, în cadrul programelor și rutelor de studiu din Departamentul de Design și Arte Aplicate: *Design ambiental* - trei cadre didactice; *Design grafic* - șase cadre didactice; *Design de produs* - trei cadre didactice; *Modă-Design vestimentar* - cinci cadre didactice; *Arte decorative* - șase cadre didactice. De asemenea, un număr de patru cadre didactice titulare ce susțin discipline teoretice cu caracter general-fundamental. Totodată, în departament există un număr de patru conducători științifici de doctorat din rândul titularilor și un număr de opt doctoranzi care susțin ore de seminarii și lucrări conform contractelor de studii doctorale.

Structura posturilor, la nivel de departament, relevă următoarele aspecte: 52% posturi de profesori și conferențieri (3 profesori, 11 conferențieri) și 48% posturi de lectori și asistenți (8 lectori, 5 asistenți). În următorii cinci ani în Departamentul de Design și Arte Aplicate un cadru didactic va avea vârsta necesară pensionării.

Conform strategiei de viitor a departamentului, avem în vedere:

- Configurația sustenabilă a resursei umane;
- Perfecționarea cadrelor didactice proprii prin măsurile de asigurare a profilului de creație și cercetare în acord cu criteriile facultății și ale UVT;
- Ofertarea pentru ocuparea prin concurs a posturilor în baza necesităților educaționale și de creație-cercetare.

În anul 2019 Departamentul Design și Arte Aplicate avea 21 de titulari, actualmente are 27. Iar, la finele concursurilor propuse pentru anul universitar 2024-2025, dacă totul decurge cum e planificat, vor fi 34 de posturi la DDAA. Toate posturile de intrare în sistem propuse sunt de lectori și asistenți, perioadă nedeterminată și determinată. În această linie a dinamicii și dezvoltării se înscrie și postul de lector propus.

7. Strategia cercetării științifice a departamentului și modul în care ocupantul postului ar trebui să se integreze acestei strategii

- Creșterea vizibilității și prestigiului activităților și rezultatelor creației și cercetării prin redimensionarea arealului de expertiză activă în cadrul Centrului de Creație și Cercetare în Arte Decorative și Design.

- Asigurarea participării membrilor departamentului la un număr cât mai mare de manifestări expoziționale și științifice din țară și străinătate.
- Cooptarea în colectivele de cercetare a partenerilor din străinătate, cu recunoaștere în domeniile de interes ale Departamentului.
- Continuarea și dezvoltarea simpozioanelor de tradiție pentru departament, cu stimularea participării internaționale.
- Dezvoltarea revistei *Caiete de Arte și Design* ca publicație indexată în mai multe Baze de Date Internaționale (BDI), cu specific în artele aplicate și design. Actualmente, revista este indexată în Baza de Date Internaționale CEEOL.
- Publicarea de cărți sau capitole de carte la edituri internaționale prestigioase și la edituri naționale recunoscute; Publicarea cataloagelor la edituri internaționale prestigioase și la edituri naționale recunoscute.
- Finanțarea din surse externe a unor activități de creație-cercetare.

8. Strategia de internaționalizare a departamentului și a programelor de studii gestionate de departament și modul în care ocupantul postului ar trebui să se integreze acestei strategii

Strategia de internaționalizare a departamentului și a programelor de studii gestionate de departament este circumscrisă strategiei instituționale a Facultății de Arte și Design și UVT. Pe lângă acestea, Departamentul, prin intermediul *Centrului de Cercetare și Creație în Artele Decorative și Design*, aflat în cadrul său, a inițiat și va iniția contacte și parteneriate cu entități din străinătate din domeniul industriilor creative. Prin noul *Regulament de organizare și funcționare* a acestui centru de cercetare, aprobat de Senatul Uvt, vor putea fi desfășurate o serie de noi activități ce se înscriu în strategia comună de internaționalizare. Dintre acestea se pot distinge: organizarea de conferințe, oportunități de formare continuă și perfecționare; organizarea de seminarii, simpozioane, anuale și bienale la nivel național și internațional; practică de specialitate pentru studenții proprii, în baza parteneriatelor cu industriile creative, agenți economici ori alte entități terțe ce pot oferi oportunități specifice de cercetare și creație, pe bază de proiect; organizarea de expoziții și evenimente culturale; implicarea activă în proiecte de cercetare naționale și internaționale pe teme conectate obiectivelor prezentate; organizarea de tabere, workshop-uri și conferințe cu implicare națională și internațională; dezvoltarea de programe proprii de cercetare, implementare și educaționale în regim de parteneriat cu entități publice și private din străinătate.

9. Fișa individuală a postului pentru care urmează a fi scos la concurs, care include descrierea postului și atribuțiile/activitățile aferente postului pentru care se organizează examen de promovare

FIȘA POSTULUI
personal didactic

Anexă la Contractul Individual de Muncă nr. din data de

I. DATE PRIVIND IDENTIFICAREA POSTULUI

1. Numele și prenumele titularului:
2. Facultate: **Facultatea de Arte și Design**
3. Departament: **Design și Arte Aplicate**
4. Denumirea postului: **LECTOR UNIVERSITAR / Cod COR: 231003**

II. CONDIȚII SPECIFICE PRIVIND OCUPAREA POSTULUI

1. Studii specifice: superioare, conform Legislației și Regulamentului de ocupare a posturilor didactice
2. Experiență: conform Regulamentului de ocupare a posturilor didactice
3. Competență managerială¹ (cunoștințe de management, calități și aptitudini manageriale)

III. SFERA RELAȚIILOR ORGANIZAȚIONALE

1. Ierarhice:
 - subordonat față de: **DIRECTOR DEPARTAMENT**
 - superior pentru: -
2. Funcționale: cadre didactice, departamentele administrative, organizații studențești;
3. Reprezentare: -
4. Sfera relațională:
 - internă - cu cadre didactice, departamentele administrative, organizații studențești;
 - externă - cu reprezentanți ai organismelor partenere Departamentului/Facultății/Universității de Vest din Timișoara.

IV. OBIECTIVELE SPECIFICE POSTULUI

Desfășurarea activităților didactice, de cercetare și a celor complementare, în concordanță cu misiunea și obiectivele Universității de Vest din Timișoara, urmărindu-se creșterea calității prestației didactice, a rigorii științifice, precum și perfecționarea pregătirii profesionale.

ATRIBUȚII, RESPONSABILITĂȚI ȘI SARCINI SPECIFICE POSTULUI

¹ Pentru funcțiile de conducere

A. Activități normate în statul de funcții
I. Activități de predare, inclusiv pregătirea acestora
1. Cursuri aferente ciclului de studii universitare de licență
2. Cursuri aferente ciclului de studii universitare de master
3. Cursuri la forma studii academice postuniversitare
4. Cursuri la forma studii postuniversitare de specializare, inclusiv cursuri de pregătire pentru examenele de definitivat sau dobândirea de grad didactic organizate pentru profesorii din licee, gimnazii și pentru institutori
5. Cursuri de perfecționare postuniversitare, inclusiv cursuri de pregătire pentru examenele de definitivat sau dobândirea de grad didactic organizate pentru profesorii din licee, gimnazii și pentru institutori
6. Module de curs pentru formarea continuă
7 ² . Cursuri la școlile de studii avansate (doctorate)
8 ³ . Cursuri organizate pentru pregătirea doctoranzilor
9. Alte cursuri (prelegeri) normate la forme moderne de învățământ universitar
II. Activități de seminar, proiecte de an, lucrări practice și de laborator (inclusiv pregătirea acestora)
1. Activități de seminar, complementare sau nu cursurilor enumerate la capitolul A.I., după caz, conform planului de învățământ
2. Îndrumarea realizării proiectelor de an, complementare sau nu cursurilor de la capitolul A.I., după caz, conform planului de învățământ
3. Lucrări practice și de laborator, conform cu planul de învățământ;
III. Îndrumarea (conducerea) proiectelor de finalizare a studiilor, a lucrărilor de licență și de absolvire (disertație)
IV. Îndrumarea (conducerea) de proiecte de absolvire, de lucrări de disertație sau de absolvire pentru toate formele de pregătire postuniversitară, prevăzute în planul de învățământ
V. Activitate de practică productivă sau practică pedagogică (inclusiv pregătirea acestora)
VI ⁴ . Îndrumarea doctoranzilor în stagiul (activitate normată) și în poststagiul
VII. Conducerea activităților didactice artistice sau sportive (inclusiv pregătirea acestora) ⁵
1. Cursuri de turism pentru studenți
2. Cursuri sportive pentru studenți sau copiii angajaților
3. Gimnastică aerobică
4. Antrenamente cu echipe reprezentative (atletism, jocuri sportive)
5. Îndrumarea loturilor sportive în timpul desfășurării competițiilor
6. Organizarea de crosuri sau alte manifestări sportive de interes universitar sau național
7. Îndrumarea formațiilor artistice de interes universitar
8. Organizarea manifestărilor artistice
VIII. Activități de evaluare
1. Evaluare în cadrul pregătirii prin doctorat ⁶ :
- Comisie concurs de admitere
- Comisie examen de doctorat
- Comisie susținere publică teza de doctorat, inclusiv de evaluare a tezei

² Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Școala doctorală

³ Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Școala doctorală

⁴ Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Școala doctorală

⁵ În cazul facultăților de profil (Facultatea de Arte și Design, Facultatea de Educație Fizică și Sport, respectiv Facultatea de Muzică și Teatru)

⁶ Dacă nu se regăsesc în Statul de funcții de la Școala doctorală

<ul style="list-style-type: none"> - Evaluare referat de doctorat (prin participare la comisia de îndrumare) <p>2. Evaluare în cadrul concursurilor de admitere la toate formele de învățământ (inclusiv postuniversitar, altele decât doctoratul):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare tematică și bibliografie - Comisie redactare subiecte - Comisie examinare orală - Comisie corectură teze - Corectură teste - Comisie supracorectură - Comisie contestații - Comisie concurs de admitere (organizare, modernizare) - Comisie supraveghere examen scris <p>3. Evaluarea în cadrul activităților didactice directe la toate formele de învățământ (curs, seminar, proiecte de an, proiecte (lucrări) de finalizare a studiilor, lucrări de laborator) inclusiv:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluare și notare teme de casă/proiecte - Evaluare și notare examene parțiale - Evaluare și notare examen (test) final - Evaluare și notare teme (probleme) rezolvate acasă <p>4. Evaluare și activități complementare în cadrul comisiilor de finalizare a studiilor universitare sau postuniversitare</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare tematică și bibliografie - Comisie elaborare subiecte - Comisie examinare și notare - Comisie supraveghere probe scrise - Comisie corectură (supracorectură) - Comisie contestații
IX. Consultații (pentru toate formele conexe cursurilor de la capitolul A.I.)
X. Îndrumarea cercurilor științifice
XI. Îndrumarea studenților (tutoriat) pentru alegerea rutei profesionale în cadrul sistemului de credite transferabile
XII. Participarea la comisii și consilii în interesul învățământului
XIII. Activități privind promovarea cadrelor didactice din învățământul preuniversitar
<p>1. Definitivatul</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare programe și bibliografie - Îndrumare și consultanță de specialitate și pedagogică - Inspecție școlară specială pentru evaluarea de specialitate, metodică și pedagogică - Elaborarea subiectelor pentru probele scrise, supraveghere, corectare și notare - Elaborarea subiectelor pentru probele orale, examinare și notare (comisie) - Organizare examen <p>2. Gradul didactic II</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare programe și bibliografie - Consultanță și îndrumare (minimum două inspecții) - Inspecție școlară specială pentru evaluarea de specialitate, metodică și pedagogică - Elaborarea subiectelor pentru testul de specialitate și metodică și pedagogică - Supraveghere teză, corectare și notare - Elaborarea subiectelor pentru proba orală, examinare și notare <p>3. Gradul didactic I</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborare tematică, elaborare subiecte, examinare și notare în cadrul colocviului de admitere - Îndrumare (minimum două inspecții) - Inspecție școlară specială pentru evaluarea de specialitate, metodică și pedagogică

<ul style="list-style-type: none"> - Îndrumarea și evaluarea lucrării metodico-științifice - Participare la comisia pentru susținerea lucrării de grad (evaluare și notare) <p>4. Concurs pentru ocuparea posturilor vacante</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborarea tematicii și a bibliografiei - Comisie susținere examen - Comisie contestații - Comisie organizare concurs - Comisie supraveghere probe scrise
<p>XIV. Activități privind pregătirea și promovarea cadrelor didactice din învățământul superior</p> <p>1. Concurs pentru ocuparea unui post de asistent universitar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Îndrumare metodică și științifică - Elaborare tematică și bibliografie - Elaborarea subiectelor pentru probele scrise, supraveghere teză, corectare și notare - Elaborarea subiectelor pentru probele orale, examinare și notare - Participare la proba practică și evaluare <p>2. Concurs pentru ocuparea unui post de lector universitar (șef de lucrări)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Îndrumare metodică și științifică - Verificare dosar de concurs - Stabilire temă prelegere - Participare la prelegere publică - Evaluare <p>3. Concurs pentru ocuparea unui post de conferențiar universitar sau profesor universitar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analiză de dosar - Stabilire temă prelegere - Participare la prelegerea publică - Evaluare
<p>B. Activități de pregătire științifică și metodică și alte activități în interesul învățământului</p>
<p>I. Pregătire individuală (autoperfecționare)</p>
<p>II. Audierea unor cursuri sau parcurgerea unor module de curs. Parcurgerea completă a formelor postuniversitare de învățământ în domeniul de activitate sau într-unul complementar</p>
<p>III. Participarea la conferințe, simpozioane, congrese ș.a., organizate în domeniul de activitate principal sau în domenii interdisciplinare</p>
<p>IV. Organizarea de congrese ș.a., în domeniul de activitate sau în domenii colaterale (complementare)</p>
<p>V. Înființarea, amenajarea și modernizarea laboratoarelor, a stațiilor-pilot, a centrelor de excelență (cercetare), a aparaturii de laborator ș.a.</p>
<p>VI. Organizarea de schimburi academice între diferite universități din țară și din străinătate</p>
<p>VII. Participarea la programele internaționale la care România este parte</p>
<p>VIII. Perfecționarea propriei pregătiri pedagogice</p>
<p>IX. Elaborarea de manuale, îndrumare, culegeri de probleme și de teste și a altor materiale didactice</p>
<p>C. Activități de cercetare științifică, de dezvoltare tehnologică, activități de proiectare, de creație artistică potrivit specificului</p>
<p>I. Activități prevăzute în planul intern</p>
<p>II. Activități în cadrul centrelor de cercetare din cadrul UVT</p>
<p>III. Activități în cadrul centrelor de transfer tehnologic</p>
<p>IV. Elaborarea individuală de inovare sau invenție prevăzute în planul intern</p>
<p>V. Documentare privind oportunitățile de finanțare pentru proiecte de cercetare</p>
<p>VI. Elaborarea tratatelor, a monografiilor și a cărților de specialitate prevăzute în planul intern</p>

VI. ALTE SARCINI ȘI RESPONSABILITĂȚI

I.	Atribuții pe linie managerială și a celor cu privire la sistemul de control managerial intern, așa cum sunt ele stipulate în reglementările interne ale Universității de Vest din Timișoara în ceea ce privește dezvoltarea sistemului de control intern managerial.
II.	Respectarea prevederilor Cartei, Regulamentelor și celorlalte reglementări interne în vigoare în Universitatea de Vest din Timișoara;
III.	Respectarea obligațiilor privind prevenirea și protecția în domeniul securității și sănătății în muncă, prevenirea și apărarea împotriva incendiilor, așa cum sunt ele stabilite prin legislația din domeniu;
IV.	Constituie obligație de serviciu verificarea zilnică (cu excepția concediului legal) a corespondenței electronice sosite pe adresa instituțională de e-mail;
V.	Participarea, la solicitarea Directorului de Departament/Decanului, la alte activități în interesul instituției;
VI.	Răspunde în termen la solicitările de ordin administrativ, punând la dispoziția persoanelor responsabile, documentele, datele și informațiile solicitate, legate de activitățile în care acesta este implicat.
VII.	Verificarea zilnică (cu excepția vacanțelor și a concediului legal) a corespondenței electronice sosite pe adresa instituțională de e-mail.
VIII.	În temeiul prevederilor art.39. alin. (2), lit.e) din Codul Muncii- republicat și a art.39. din Hotărârea nr. 355/2007 privind supravegherea sănătății lucrătorilor, salariatul este obligat să se prezinte la examenele medicale de supraveghere a sănătății la locul de muncă, conform planificării efectuate de către medicul de medicina muncii cu acordul angajatorului.
IX.	Realizarea sarcinilor de ordin administrativ reglementate la nivelul universității sau atribuite de șeful ierarhic superior; legate de specificul postului cu respectarea repartizării echitabile a sarcinilor între posturi;

VII. RESPONSABILITĂȚI PRIVIND PROTECȚIA ÎN DOMENIUL SECURITĂȚII ȘI SĂNĂTĂȚII ÎN MUNCĂ

<ul style="list-style-type: none"> • În realizarea sarcinilor de serviciu are obligația de a respecta Normele de Tehnica Securității și Sănătății Muncii și P.S.I.; • Trebuie să își desfășoare activitatea, în conformitate cu pregătirea și instruirea sa, precum și cu instrucțiunile primite din partea șefului ierarhic superior astfel încât să nu expună la pericol de accidentare sau îmbolnăvire profesională atât propria persoană, cât și alte persoane care pot fi afectate de acțiunile sau omisiunile sale în timpul procesului de muncă; • Să utilizeze corect mașinile, aparatura, uneltele, substanțele periculoase, echipamentele de transport și alte mijloace de producție; • Să utilizeze corect echipamentul individual de protecție acordat și, după utilizare, să îl înapoieze sau să îl pună la locul destinat pentru păstrare; • Să nu procedeze la scoaterea din funcțiune, la modificarea, schimbarea sau înlăturarea arbitrară a dispozitivelor de securitate proprii, în special ale mașinilor, aparaturii, uneltelor, instalațiilor tehnice și clădirilor, și să utilizeze corect aceste dispozitive; • Să comunice imediat șefului ierarhic superior și/sau lucrătorilor desemnați orice situație de muncă despre care au motive întemeiate să o considere un pericol pentru securitate și sănătate, precum și orice deficiență a sistemelor de protecție; • Să aducă la cunoștință șefului ierarhic superior accidentele suferite de propria persoană;
--

- Să coopereze cu angajatorul și/sau cu lucrătorii desemnați, atât timp cât este necesar, pentru a face posibilă realizarea oricăror măsuri sau cerințe dispuse de către inspectorii de muncă și inspectorii sanitari, pentru protecția sănătății și securității lucrătorilor;
- Să coopereze, atât timp cât este necesar, cu angajatorul și/sau cu lucrătorii desemnați, pentru a permite angajatorului să se asigure că mediul de muncă și condițiile de lucru sunt sigure și fără riscuri pentru securitate și sănătate, în domeniul său de activitate;
- Să își însușească și să respecte prevederile legislației din domeniul securității și sănătății în muncă și măsurile de aplicare a acestora;
- Să dea relațiile solicitate de către inspectorii de muncă și inspectorii sanitari.

X. DELEGAREA

Delegarea atribuțiilor aferente postului se face doar temporar, cu respectarea reglementărilor interne privind redistribuirea sarcinilor de serviciu în caz de absență a unui angajat, cu aprobarea scrisă a Directorului de departament, nominalizându-se persoana înlocuitoare.

XI. EVALUAREA PERFORMANȚELOR

Performanța cadrelor didactice se evaluează pe baza componentelor prevăzute în Manualul calității (evaluarea activității didactice făcută de studenți, evaluarea colegială, evaluarea ierarhică, autoevaluare), precum și în concordanță cu indicatorii prevăzuți în strategiile de învățământ și cercetare elaborate la nivel instituțional și cu cei folosiți în evaluările la nivel național, obiectivul de performanță fiind „Bine”.

10. Fișele disciplinelor incluse în post

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Arte și Design
1.3 Departamentul	Design și Arte Aplicate
1.4 Domeniul de studii	Arte Vizuale
1.5 Ciclul de studii	licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Design; Modă – Design Vestimentar

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Marketing și management pentru design I					
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DD/ DO

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:					22 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					2
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					3
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat					6
Examinări					4
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual	22				
3.8 Total ore pe semestru	50				
3.9 Numărul de credite	2				

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	<ul style="list-style-type: none"> Sală de curs, acces internet, proiector, calculator
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de curs, acces internet, proiector, calculator

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Obiectivele disciplinei	<p>Pe parcursul semestrului studenții vor parcurge și asimila o serie de noțiuni teoretice în management și marketing.</p> <p>Vor dobândi competențe practice privind:</p> <ul style="list-style-type: none"> inițierea, organizarea și navigarea unei afaceri de tip antreprenorial marketarea și promovarea unui produs sau serviciu
-------------------------	--

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> să identifice soluții de promovare a unui proiect de design; să identifice piețele țintă pentru proiectele de design;
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> să comunice și să colaboreze cu alți designeri pentru realizarea de noi proiecte și produse de design; să lucreze în oricare dintre etapele de realizare a unui proiect de design; să se exprime oral și în scris în limba română și într-o limbă de circulație internațională;
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> poate să coordoneze proiecte de cercetare, documentare și design, individuale sau de grup; poate să adapteze ritmul muncii și efortul depus pentru atingerea obiectivelor; folosește și respectă drepturile și obligațiile care îi revin sieși sau propriei echipe; din perspectiva normelor și reglementărilor în domeniul muncii și proprietății intelectuale; poate să preia sarcini și responsabilități în cadrul proiectelor colaborative; poate să gestioneze eficient timpul în realizarea proiectelor de cercetare sau creație; poate să lucreze independent în cadrul proiectelor de cercetare sau creație; poate să propună, dezbată și argumenteze concepte de design; respectă normele de etică profesională în cadrul proiectelor de design și cercetare și în activități colaborative; poate să elaboreze o etapizare a obiectivelor de atins pentru obținerea rezultatelor asumate în proiect.

7. Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Cele trei strategii esențiale ale unei afaceri: management, marketing și brand	Metodele didactice alternează prelegerea, expunerea, cu	Cursurile și temele sunt puse la dispoziția

<ol style="list-style-type: none"> 2. Management. Noțiuni introductive. Conceptul de management, definiție și structură. Fundamentele managementului. Strategii de management 3. Marketing. Definiție, concept, structură. Domeniile și funcțiile marketingului. Mixul de marketing: produs, preț, promovare, plasare 4. Cercetarea de piață. Segmentarea. Factorii ce influențează consumul. Analiza SWOT 5. Marketing și promovare 6. Brand. Branding-ul înaintea marketing-ului. Identitate de brand. Ce este brandul dar mai ales ce NU este 7. Construirea unui brand și respectarea celor 4 piloni: diferențiere, relevanță, stimă, recunoaștere. Concluzii 	<p>dezbateră, proiecțiile și dialogul în cadrul seminarelor.</p> <p>Curs, lectură text, proiecții imagini, dezbateri</p>	<p>studenților și pe grupul de clasrom</p> <p>Cod: 5mdckvd</p>
<p>Bibliografie:</p> <p>Andreescu Diana, <i>Managementul marketingului în sociologia designului</i>, Ed. Muzeul Țării Crișurilor, 2016</p> <p>Folteanu Florin, Ladar Lucian, Dobre Costinel, Ionescu Gh. Gh, Negruț Constantin: <i>Marketing</i>, Edt. a II-a, Ed. Brumar, Timișoara, 2001.</p> <p>Ionescu Gh. Gh.: <i>Marketizarea, democratizarea și etica afacerilor</i>, Ed. Economică, București, 2005.</p> <p>Ionescu Gh. Gh., Cazan Emil, Negrușă Adina Letiția: <i>Management organizațional</i>, Ed. Tribuna Economică, București, 1999.</p> <p>Nicolescu Ovidiu, Verboncu I.: <i>Management</i>, Ed. Economică, București, 1996.</p> <p>Bibliografie suplimentară:</p> <p>Buzatu Simona Gabriela, <i>Brand: jocul antreprenorial la alt nivel: teorie și practică în marketing</i>, Ed. Paginarium Publishing SRL, București, 2020.</p> <p>Levinson Jay Conrad, <i>Guerilla Marketing</i>, Ed. Știință și tehnică, București, 1992.</p> <p>Godin Seth, <i>Asta înseamnă marketing</i>, Ed. Publica, București, 2019.</p> <p>Lindstrom Martin, <i>Brand washed: trucuri prin care companiile ne manipulează mințile și ne conving să cumpărăm</i>, Ed. Publica, București, 2013.</p> <p>Miller Donald, <i>Creează un storybrand</i>, Ed. ACT și Politon, București, 2021.</p> <p>Miller Donald, Peterson J. J., <i>Marketingul simplificat</i>, Ed. ACT și Politon, București, 2023.</p> <p>Ogilvy David, <i>Ogilvy on Advertising</i>, Ed. Welbeck, London, 2020.</p>		
<p>7.2 Seminar / laborator</p>	<p>Metode de predare</p>	<p>Observații</p>
<p>Elaborarea deciziilor manageriale: elementele procesului decizional, modele de optimizare</p>	<p>Proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice</p>	<p>Cursurile și temele sunt puse la dispoziția</p>

Utilizarea unor prototipuri suport pentru managementul organizațional și marketing	specifice; corectură pe parcursul proiectului, prezentare, dialog, feedback	studentilor și pe grupul de classroom Cod: 5mdckvd
<p>Bibliografie:</p> <p>Andreescu Diana, <i>Managementul marketingului in sociologia designului</i>, Ed. Muzeul Țării Crișurilor, 2016.</p> <p>Folteanu Florin, Ladar Lucian, Dobre Costinel, Ionescu Gh. Gh, Negruț Constantin: <i>Marketing</i>, Edt. a II-a, Ed. Brumar, Timișoara, 2001.</p> <p>Ionescu Gh. Gh.: <i>Marketizarea, democratizarea și etica afacerilor</i>, Ed. Economică, București, 2005.</p> <p>Ionescu Gh. Gh., Cazan Emil, Negrușă Adina Letiția: <i>Management organizațional</i>, Ed. Tribuna Economică, București, 1999.</p> <p>Nicolescu Ovidiu, Verboncu I.: <i>Management</i>, Ed. Economică, București, 1996.</p> <p>Bibliografie suplimentară:</p> <p>Buzatu Simona Gabriela, <i>Brand: jocul antreprenorial la alt nivel: teorie și practică în marketing</i>, Ed. Paginarium Publishing SRL, București, 2020.</p> <p>Levinson Jay Conrad, <i>Guerilla Marketing</i>, Ed. Știință și tehnică, București, 1992.</p> <p>Godin Seth, <i>Asta înseamnă marketing</i>, Ed. Publica, București, 2019.</p> <p>Lindstrom Martin, <i>Brand washed: trucuri prin care companiile ne manipulează mințile și ne conving să cumpărăm</i>, Ed. Publica, București, 2013.</p> <p>Miller Donald, <i>Creează un storybrand</i>, Ed. ACT și Politon, București, 2021.</p> <p>Miller Donald, Peterson J. J., <i>Marketingul simplificat</i>, Ed. ACT și Politon, București, 2023.</p> <p>Ogilvy David, <i>Ogilvy on Advertising</i>, Ed. Welbeck, London, 2020.</p>		

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

Cursul și seminarul, prin temele propuse și prin contactele cu mediul de afaceri, sunt gândite a fi o reflexie a necesităților comunității epistemice, a asociațiilor profesionale și a angajatorilor din domeniu.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Se verifică îndeplinirea de către fiecare student a standardelor	Evaluarea capacității de analiză și de sinteză: - testarea continuă pe parcursul semestrului - activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte etc.	50%

	minime de performanță		
9.5 Seminar / laborator	Se verifică îndeplinirea de către fiecare student a standardelor minime de performanță	Capacitatea de a prezenta oral un subiect, un studiu de caz, o campanie media. - alte activități: participare la activități expoziționale, căutare material vizual	50%
9.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Folosirea adecvată a limbajului managerial oral sau scris • Elaborarea unui proiect profesional (referat) cu o temă aleasă de student din cele propuse de profesor • Realizarea unei analize SWOT. • Aplicarea unui set de instrumente, metode și modalități manageriale, la nivelul unei situații manageriale • Realizarea proiectelor individuale de seminar din timpul semestrului • Prezența la curs min. 50% • Prezența la seminar min. 50% 			

Data completării
17.09.2024

Titular de disciplina

Data avizării în departament

Director de departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.2 Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Arte și Design
1.3 Departamentul	Design și Arte Aplicate
1.4 Domeniul de studii	Arte vizuale
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Design, Modă- Design vestimentar

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Marketing si Management pentru design II					
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DD/ DO

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					5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					5
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Tutoriat					3
Examinări					2
Alte activități					2
3.7 Total ore studiu individual	22				
3.8 Total ore pe semestru	50				
3.9 Numărul de credite	2				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	a. Prezența la curs: min. 50 % b. Baza materială: Videoproiector, computer, acces la internet

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală de curs dotată cu tablă și capacitate pentru proiecții.
-------------------------------	--

5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	• Sală dotată cu mese de lucru.
--	---------------------------------

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> o să identifice sursele de documentare pentru concepte de design; o să analizeze, să compare și să încadreze într-o clasificare o anumită abordare în design; o să elaboreze soluții în proiect, în relație cu etapele de lucru din cadrul procesului de design; o să dezvolte strategia din perspectiva marketingului și managementului, a soluției de design și a procesului de realizare a produsului, după un plan atent stabilit.
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> o Dezvoltarea unui set complex de competențe necesare specialistului în științe ale educației, astfel încât acesta prin cooperare să-și însușească noutăți generale asupra marketingului și managementului. o Însușirea cunoștințelor fundamentale referitoare la funcțiile managementului organizațiilor, și la metodele de management, generale și specifice, utilizate pentru exercitarea acestora.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> o Aplicarea metodelor din domeniu marketingului și a managementului pentru dezvoltarea strategiilor de design și stabilirea unor trasee, în funcție de condițiile practice ale realizării obiectului proiectat. Mix de marketing. Analiza SWOT. o Prezentarea etapelor ciclului de viață a proiectului și a caracteristicilor managementului ciclului de proiect. o Formarea unei culturi manageriale necesară pentru practicarea unui management performant. o Înțelegerea necesității abordării manageriale a organizațiilor din orice domeniu de activitate umană. o Transferarea cunoștințelor teoretice în aplicații practice utilizând lucrările practice, studiile de caz, simulările.

7. Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> o Marketingul Serviciilor: Abordări Inovatoare în Întâlnirea Așteptărilor Clienților o Strategie de Comunicare: Construirea Reputației și Impactul Durabil în Mediul Afacerilor o Mix Marketing și Analiza SWOT: Strategii pentru Succesul Organizațional o Analiza Publicului Țintă: Strategii Eficiente pentru Înțelegerea și Abordarea Audienței Specifice o Din Perspectiva Consumatorului: Înțelegerea Comportamentului și 	<p>Predarea cursului de marketing și management în design poate fi eficientă prin aplicarea unor metode diversificate care să stimuleze interesul și înțelegerea profundă a subiectelor. Iată câteva metode potrivite pentru curs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri și prezentări interactive • Discuții și dezbateri • Proiecte individuale și de grup 	<p>Se vor utiliza următoarele metode:</p> <p>Studii de caz</p> <p>Proiecte de grup</p> <p>Simulări</p> <p>Ateliere practice</p> <p>Prezentări de profesioniști</p> <p>Analize de tendințe</p> <p>Dezvoltarea planurilor de marketing</p>

<p>Experienței Clientului pentru Strategii de Marketing Eficace</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipologia Clientului: Strategii de Segmentare și Personalizare în Marketing ○ Marketing în Era Inteligenței Artificiale: Inovații, Strategii și Aplicații Practice ○ Reclamă și Comunicare Persuasivă: Crearea și Evaluarea Strategiilor Publicitare ○ Reclama: Strategii, Impact și Rolul în Construirea Brandului și Comunicării Eficente ○ Pitch-ul de Succes: Tehnici de Prezentare și Argumentare în Mediul de Afaceri ○ Tipuri de Pitch: Elevator Pitch, Investor Pitch, Sales Pitch ○ Structura unui Pitch ○ Pitch design 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sesiuni de feedback și evaluare ● Platforme online și resurse multimedia ● Strategii manageriale și de marketing, elemente metodologice ● Metode, sisteme, modele și tehnici specifice managementului organizațional și marketingului. ● Utilizarea unor prototipuri suport pentru managementul organizațional și marketing ● Studiu individual online. (contextualizări în cadru) 	<p>Cod classroom: 5mdckvd</p>
<p>Bibliografie:</p> <p>Marketing în Design "Designing Brand Identity" - de Alina Wheeler "The Art of SEO" - de Eric Enge, Stephan Spencer, Jessie Stricchiola, și Rand Fishkin "Ogilvy on Advertising" - de David Ogilvy "Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" - de Jonah Berger "Design a Better Business: New Tools, Skills, and Mindset for Strategy and Innovation" - de Patrick Van Der Pijl, Justin Lokitz, și Lisa Kay Solomon</p> <p>Management în Design "The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage" - de Roger L. Martin "The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses" - de Eric Ries "Creativity, Inc.: Overcoming the Unseen Forces That Stand in the Way of True Inspiration" - de Ed Catmull și Amy Wallace "Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days" - de Jake Knapp, John Zeratsky, și Braden Kowitz "Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation" - de Tim Brown</p> <p>Marketing și Management în Design - Tehnici și Studii de Caz "This Is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases" - de Marc Stickdorn și Jakob Schneider</p>		

"Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School" - de Idris Mootee

"Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die" - de Chip Heath și Dan Heath

"Service Design: From Insight to Implementation" - de Andy Polaine, Lavrans Løvlie, și Ben Reason

"Thinking, Fast and Slow" - de Daniel Kahneman

Resurse Online

Coursera și edX: Platforme online care oferă cursuri de la universități de prestigiu pe teme de marketing și design.
Harvard Business Review (HBR): Articole și studii de caz relevante pentru management și inovație în afaceri.

7.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> o Analiza SWOT pentru un Brand Analizați punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările pentru un brand de modă specific. o Campanie de Marketing Integrat pentru un Produs de Design. Includeți tactici de publicitate online, evenimente de lansare, și strategii de social media. o Analiză a Experienței Clienților într-un Spațiu de Retail de Design. Propuneri pentru îmbunătățirea interacțiunilor și a atmosferei. o Plan de Comunicare pentru un Atelier de Design. Includere strategii online, evenimente locale și parteneriate. o Strategii de Digital Marketing pentru Artiști și Creatori Independenți. Includerea social media, bloguri, și vânzări online. o Plan de Lansare a unui Produs Inovator de Design. Identificarea segmentului de piață, tactici de promovare și strategii de preț. o Evaluarea Eficienței Publicitare în Marketingul de Design. Sugestii pentru îmbunătățirea rezultatelor și optimizarea bugetului publicitar. o Marketingul Experiențial în Industria Artelor și Designului. Propuneri pentru evenimente sau proiecte care să ofere experiențe memorabile clienților. 	<p>La seminarul de la marketing si management in design, metodele de predare menționate pot fi aplicate într-un mod specific pentru a încuraja înțelegerea profundă a subiectelor și dezvoltarea abilităților critice. Iată cum pot fi integrate aceste metode în cadrul unui seminar.</p> <p>Documentarea independentă Managementul timpului de pregătire a sarcinii</p> <p>Exersarea capacității de rezolvare a temei practice</p> <p>Dezvoltarea abilităților de prezentare orală</p> <p>Îndrumare și corectură individuală pe parcursul desfășurării proiectelor</p> <p>Analiza, dialog, corecturi</p> <p>Utilizarea unui material documentar bogat</p>	<p>Activitățile desfășurate în format față în față sunt esențiale pentru a crea o experiență de învățare interactivă și bogată în interacțiune. Iată câteva activități potrivite pentru acest context:</p> <p>colaborarea între studenți, oferindu-le oportunitatea de a aplica cunoștințele teoretice în contexte practice.</p> <p>simulări interactive pentru a oferi studenților o experiență cât mai aproape de situațiile din industrie.</p> <p>Lansarea de proiecte care să implice atât munca individuală, cât și colaborarea în echipă.</p> <p>sesiuni practice pentru utilizarea unor software-uri de design sau pentru dezvoltarea unor campanii publicitare.</p> <p>profesioniști din industrie să susțină prezentări și workshop-uri pentru a împărtăși experiențele lor.</p>

<ul style="list-style-type: none"> o Strategii de Marketing Internațional pentru un Atelier de Design. Includerea adaptării culturale și abordarea piețelor globale. o Prezentare Pitch-uri de success. Analiză și dezbateri 		
<p>Bibliografie:</p> <p>Marketing și Management în Design - Tehnici și Studii de Caz "This Is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases" - de Marc Stickdorn și Jakob Schneider "Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School" - de Idris Mootee "Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die" - de Chip Heath și Dan Heath "Service Design: From Insight to Implementation" - de Andy Polaine, Lavrans Løvlie, și Ben Reason "Thinking, Fast and Slow" - de Daniel Kahneman</p> <p>Resurse Online Coursera și edX: Platforme online care oferă cursuri de la universități de prestigiu pe teme de marketing și design. Harvard Business Review (HBR): Articole și studii de caz relevante pentru management și inovație în afaceri.</p>		

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

<p>Studentul:</p> <ul style="list-style-type: none"> • poate să adapteze ritmul muncii și efortul depus pentru atingerea obiectivelor • poate să gestioneze eficient timpul în realizarea proiectelor de cercetare sau creație • poate să lucreze independent și în echipă, în cadrul proiectelor de cercetare sau creație • poate să elaboreze o etapizare a obiectivelor de atins pentru obținerea rezultatelor asumate în proiect
--

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pregătire și planificare 2. Colectarea de informații și prelucrarea lor 3. Expunerea informațiilor 4. Conținutul informațiilor 	Realizarea și prezentarea unui Peach Examinare orală	25% 25%
9.5 Seminar / laborator	Realizarea temelor de seminar este condiția de prezentare la examen.	Evaluare pe parcurs Feed-back pozitiv Față în față	50%

9.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Abilități de bază în comunicarea orală, în scris și vizuală a informațiilor. Stăpânirea unei terminologii specifice• Studentul atinge obiectivele predefinite. Urmează un plan de acțiune ghidat. Utilizează în mod corespunzător o gamă limitată de instrumente, materiale și / sau procese. Calitatea și productivitatea sunt acceptabile. Consecvență și cooperare.• Realizarea referatelor la seminar.• Prezența la curs min. 50%• Prezența la seminar min. 50%• În condițiile neprezentării referatelor de semestru menționate la pct. a) nu se acceptă măriri de notă.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în catedră/departament

Semnătura șefului catedrei/departamentului

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Arte și Design
1.3 Departamentul	Design și Arte Aplicate
1.4 Domeniul de studii	Arte vizuale
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Design interior și de produs, Design grafic- comunicare vizuală, Design vestimentar și textil

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Business si Antreprenoriat I						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DSI/ DO

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					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					10
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					5
Alte activități					2
3.7 Total ore studiu individual	47				
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	a. Prezența la curs: min. 50 % b. Baza materială: Videoproiector, computer, acces la internet

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de curs dotată cu tablă și capacitate pentru proiecții.
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Sală dotată cu mese de lucru.

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> să identifice sursele de documentare pentru concepte de design; să analizeze, să compare și să încadreze într-o clasificare o anumită abordare în design; să elaboreze soluții în proiect, în relație cu etapele de lucru din cadrul procesului de design; să dezvolte strategia din perspectiva marketingului și managementului, a soluției de design și a procesului de realizare a produsului, după un plan atent stabilit.
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea unui set complex de competențe necesare specialistului în științe ale educației, astfel încât acesta prin cooperare să-și însușească noutăți generale asupra marketingului și managementului. Însușirea cunoștințelor fundamentale referitoare la funcțiile managementului organizațiilor, și la metodele de management, generale și specifice, utilizate pentru exercitarea acestora. Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor specifice cercetării de marketing pentru fundamentarea strategiilor de marketing ale organizațiilor. Stimularea creativității și inovației în procesele de afaceri și dezvoltare de produse Capacitatea de a evalua oportunitățile și riscurile în mod independent.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei). Cunoașterea și înțelegerea conceptelor specifice: management, marketing, planificare, organizare, leading - motivare, control, strategii de management și marketing, promovare, mix de marketing. Înțelegerea rolului pieței libere, a concurenței, strategiilor și tehnicilor de management și marketing. Instrumental - aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice; utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare). Strategii manageriale și de marketing, elemente metodologice.

7. Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> Plan de Afaceri: Cum să dezvolti un plan de afaceri comprehensiv care să includă descrierea afacerii, analiza pieței, strategii de marketing, structura organizațională și proiecții financiare. Management și Leadership: Principii de bază ale managementului și leadershipului. 	<p>Un mediu de învățare eficient în cadrul unui curs de business și antreprenoriat, se folosește o varietate de metode de predare care să încurajeze participarea, explorarea și aplicarea practică a cunoștințelor:</p> <ul style="list-style-type: none"> Prelegeri și prezentări interactive Discuții și dezbateri 	<p>activitățile desfășurate pot varia în funcție de obiectivele specifice ale cursului, nivelul de studiu și experiența studenților. Iată câteva activități comune și eficiente desfășurate în astfel de cursuri:</p> <p>Dezvoltarea Planului de Afaceri</p> <p>Studii de Caz</p>

<p>Abilități de gestionare a echipei și luare a deciziilor.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Marketing: Principii de bază ale marketingului, inclusiv segmentarea pieței, poziționarea brandului și strategii de promovare. Marketing digital și utilizarea canalelor online pentru promovare. ○ Finanțe: Gestionarea bugetului și analiza financiară. Proiecții financiare și raportare. ○ Vânzări și Negociere: Abilități de vânzare și negociere. Construirea relațiilor cu clienții și gestionarea procesului de vânzare. ○ Dezvoltarea Produsului și Inovare: Procesul de dezvoltare a produsului și inovare. Cum să identifici și să răspunzi la nevoile pieței. ○ Antreprenoriat: Caracteristicile antreprenorului de succes. Cum să identifici oportunități de afaceri și să-ți construiești propria afacere. ○ Etica în Afaceri: Principii etice și responsabilitate socială. Cum să gestionezi situații etice și conflicte de interese. ○ Comunicare Eficientă: Abilități de comunicare verbală și scrisă. Cum să conduci prezentări eficiente și să-ți promovezi afacerea. ○ Juridic și Reglementări: Cunoștințe despre aspectele juridice ale afacerilor, inclusiv formele juridice ale întreprinderilor și regulile de conformitate. ○ Cercetare de Piață: Cum să efectuezi cercetări de piață și să interpretezi datele. Utilizarea informațiilor de piață pentru luarea deciziilor. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Proiecte individuale și de grup ● Sesiuni de feedback și evaluare ● Platforme online și resurse multimedia ● Studii de Caz ● Prezentări și Pitch-uri ● Vizite de Studiu și Oaspeți Invitați ● Analiză a Întreprinderilor Existente ● Sesiuni de Brainstorming 	<p>Simulări de Afaceri</p> <p>Prezentări și Pitch-uri</p> <p>Dezvoltarea de Produse și Inovație</p> <p>Vizite de Studiu și Oaspeți Invitați</p> <p>Proiecte de Marketing și Vânzări:</p> <p>Analize de Piață și Cercetări de Marketing</p> <p>Dezvoltarea Abilităților de Leadership și Management</p> <p>Prezentări de Profesioniști din Industrie</p> <p>Dezvoltarea de Planuri Strategice</p> <p>Cod classroom: dbyccdj</p>
---	--	---

<ul style="list-style-type: none"> o Gestionarea Riscurilor: Identificarea și gestionarea riscurilor în afaceri. Cum să dezvoltăm strategii pentru a minimiza impactul riscurilor. o Networking și Relaționare: Cum să construiești și să menții relații de afaceri. Importanța networking-ului în lumea antreprenoriatului. 		
<p>Bibliografie:</p> <p>Management și Leadership: "The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses" - de Eric Ries "Leaders Eat Last: Why Some Teams Pull Together and Others Don't" - de Simon Sinek "Good to Great: Why Some Companies Make the Leap...And Others Don't" - de Jim Collins "Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us" - de Daniel H. Pink</p> <p>Antreprenoriat și Planificare: "The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know" - de Alejandro Cremades "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers" - de Alexander Osterwalder și Yves Pigneur "Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future" - de Peter Thiel și Blake Masters "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail" - de Clayton M. Christensen</p> <p>Marketing și Vânzări: "Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" - de Jonah Berger "Influence: The Psychology of Persuasion" - de Robert B. Cialdini "Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant" - de W. Chan Kim și Renée Mauborgne "This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See" - de Seth Godin</p> <p>Finanțe și Contabilitate: "Financial Intelligence, Revised Edition: A Manager's Guide to Knowing What the Numbers Really Mean" - de Karen Berman și Joe Knight "The Personal MBA: Master the Art of Business" - de Josh Kaufman "Profit First: Transform Your Business from a Cash-Eating Monster to a Money-Making Machine" - de Mike Michalowicz "The Intelligent Investor" - de Benjamin Graham</p> <p>Etică și Responsabilitate Socială Corporativă (RSC): "Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business" - de John Mackey și Raj Sisodia "Business Ethics: A Textbook with Cases" - de William H. Shaw și Vincent Barry "Let My People Go Surfing: The Education of a Reluctant Businessman" - de Yvon Chouinard "The Fifth Discipline: The Art & Practice of The Learning Organization" - de Peter M. Senge</p>		
7.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații

<ul style="list-style-type: none"> ○ Plan de Afaceri pentru Un Studio de Design: Identificarea pieței țintă și a oportunităților de piață. ○ Branding Personal pentru Designeri: Crearea și gestionarea unui brand personal în industria designului. Strategii de promovare și construirea unei prezențe online puternice. ○ Portofoliu Eficient și Prezentare de Proiecte: Cum să construiești un portofoliu atrăgător. Tehnici de prezentare pentru a-ți vinde eficient proiectele. ○ Strategii de Prețuri și Negociere în Design: Stabilirea prețurilor corecte pentru serviciile de design. Tehnici de negociere în contextul proiectelor de design. ○ Colaborări și Parteneriate în Industria Designului: Cum să abordezi și să gestionezi colaborări cu alți profesioniști sau companii. Beneficiile colaborărilor în design și cum să eviți conflictele. ○ Aspecte Juridice în Design: Drepturile de autor și aspecte juridice ale proiectelor de design. Redactarea contractelor și protejarea proprietății intelectuale. ○ Tendințe în Design și Inovație: Studiarea tendințelor actuale în design. Cum să integrezi inovația în proiectele tale de design. ○ Gestionarea Proiectelor de Design: Utilizarea unor instrumente eficiente de gestionare a proiectelor. Cum să gestionezi resursele și termenele limită în proiectele de design. 	<p>Predarea la seminarul cursului de business și antreprenoriat în design poate fi eficientă prin utilizarea unor metode variate și interactive care să încurajeze participarea studenților și aplicarea practică a cunoștințelor.</p> <p>Studii de Caz Practice</p> <p>Proiecte Practice</p> <p>Invitați din Industrie</p> <p>Dezbateri și Colaborare</p> <p>Simulări de Afaceri</p> <p>Prezentări de Studiu de Caz</p> <p>Exerciții de Brainstorming</p> <p>Ateliere Practice</p> <p>Vizite la Companii sau Studiouri de Design</p> <p>Feedback Peer-to-Peer</p> <p>Jocuri Educaționale</p> <p>Discuții și platforme Colaborative</p>	<p>Activitățile desfășurate în format față în față sunt esențiale pentru a crea o experiență de învățare interactivă și bogată în interacțiune. Iată câteva activități potrivite pentru acest context:</p> <p>colaborarea între studenți, oferindu-le oportunitatea de a aplica cunoștințele teoretice în contexte practice.</p> <p>simulări interactive pentru a oferi studenților o experiență cât mai aproape de situațiile din industrie.</p> <p>Lansarea de proiecte care să implice atât munca individuală, cât și colaborarea în echipă.</p> <p>sesiuni practice pentru utilizarea unor software-uri de design sau pentru dezvoltarea unor campanii publicitare.</p> <p>profesioniști din industrie să susțină prezentări și workshop-uri pentru a împărtăși experiențele lor.</p>
---	---	---

<ul style="list-style-type: none"> o Strategii de Marketing pentru Designeri: Dezvoltarea unui plan de marketing adaptat industriei designului. Cum să te promovezi eficient în rândul clienților potențiali. o Responsabilitate Socială și Mediu în Design: Cum să integrezi practici responsabile în proiectele de design. Abordarea aspectelor sociale și de mediu în industria designului. o Tehnologie și Digitalizare în Design: Utilizarea noilor tehnologii în practica de design. Cum tehnologia poate îmbunătăți eficiența și creativitatea în design. 		
<p>Bibliografie:</p> <p>Antreprenoriat și Planificare: "The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know" - de Alejandro Cremades "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers" - de Alexander Osterwalder și Yves Pigneur "Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future" - de Peter Thiel și Blake Masters "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail" - de Clayton M. Christensen</p>		

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

<p>Cultivarea Pozitivismului în Management și Marketing</p> <p>Leadership Pozitiv: Inspirarea și motivarea echipei prin atitudine pozitivă. Promovarea unui mediu de lucru plăcut și colaborativ.</p> <p>Cultură Organizațională Sănătoasă: Crearea unui climat de încredere și transparență. Respectarea diversității și promovarea incluziunii.</p> <p>Marketizare Etică: Promovarea produselor sau serviciilor într-un mod onest și etic. Respectarea drepturilor și necesităților clienților.</p> <p>Inovație și Creativitate în Marketing: Stimularea gândirii inovatoare și creative în strategiile de marketing. Implementarea de campanii inovatoare și memorabile.</p>

Parteneriate și Colaborări în Afaceri: Dezvoltarea relațiilor de parteneriat în cadrul industriei. Colaborarea cu alte organizații pentru a maximiza oportunitățile.
Responsabilitate Socială Corporativă (RSC) în Afaceri: Implicarea în acțiuni și proiecte cu impact social pozitiv. Integrarea principiilor RSC în strategiile și operațiunile organizaționale.
Aceste atitudini și comportamente contribuie nu doar la succesul individual, ci și la dezvoltarea unei culturi organizaționale sănătoase și progresive în domeniul științific și de afaceri.

Studentul

- poate să adapteze ritmul muncii și efortul depus pentru atingerea obiectivelor
- poate să gestioneze eficient timpul în realizarea proiectelor de cercetare sau creație
- poate să lucreze independent și în echipă, în cadrul proiectelor de cercetare sau creație
- poate să elaboreze o etapizare a obiectivelor de atins pentru obținerea rezultatelor asumate în proiect

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	5. Pregătire și planificare 6. Colectarea de informații și prelucrarea lor 7. Expunerea informațiilor 8. Conținutul informațiilor	Rezolvarea unui test de imagini Examinare orală	25% 25%
9.5 Seminar / laborator	Realizarea temelor de seminar este condiția de prezentare la examen.	Evaluare pe parcurs Feed-back pozitiv Față în față Google Classroom	50%
9.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Acumularea unui set de informații de bază privind conținutul tematic al cursului. • Abilități de bază în comunicarea orală, în scris și vizuală a informațiilor • Studentul atinge obiectivele predefinite. Urmează un plan de acțiune ghidat. Utilizează în mod corespunzător o gamă limitată de instrumente, materiale și / sau procese. Calitatea și productivitatea sunt acceptabile. Consecvență și cooperare. • Realizarea referatelor la seminar. • Prezența la curs min. 50% • Prezența la seminar min. 50% • În condițiile neprezentării referatelor de semestru menționate la pct. a) nu se acceptă măriri de notă. 			

Data completării

17.09.2024

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în catedră/departament

Semnătura șefului catedrei/departamentului

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Arte și Design
1.3 Departamentul	Design și Arte Aplicate
1.4 Domeniul de studii	Arte vizuale
1.5 Ciclu de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Design interior și de produs, Design grafic- comunicare vizuală, Design vestimentar și textile

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Business si Antreprenoriat II						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DSI/ DO

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					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					10
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					5
Alte activități					2
3.7 Total ore studiu individual	47				
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	a. Prezența la curs: min. 50 % b. Baza materială: Videoproiector, computer, acces la internet

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală de curs dotată cu tablă și capacitate pentru proiecții.
-------------------------------	--

5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	• Sală dotată cu mese de lucru.
--	---------------------------------

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> o să identifice sursele de documentare pentru concepte de design; o să analizeze, să compare și să încadreze într-o clasificare o anumită abordare în design; o să elaboreze soluții în proiect, în relație cu etapele de lucru din cadrul procesului de design; o să dezvolte strategia din perspectiva marketingului și managementului, a soluției de design și a procesului de realizare a produsului, după un plan atent stabilit
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> o Dezvoltarea unui set complex de competențe necesare specialistului în științe ale educației, astfel încât acesta prin cooperare să-și însușească noutăți generale asupra marketingului și managementului. o Însușirea cunoștințelor fundamentale referitoare la funcțiile managementului organizațiilor, și la metodele de management, generale și specifice, utilizate pentru exercitarea acestora. o Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor specifice cercetării de marketing pentru fundamentarea strategiilor de marketing ale organizațiilor. o Stimularea creativității și inovației în procesele de afaceri și dezvoltare de produse o Capacitatea de a evalua oportunitățile și riscurile în mod independent.
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> o Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei). o Cunoașterea și înțelegerea conceptelor specifice: management, marketing, planificare, organizare, leading - motivare, control, strategii de management și marketing, promovare, mix de marketing. o Înțelegerea rolului pieței libere, a concurenței, strategiilor și tehnicilor de management și marketing. o Instrumental - aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice; utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare). o Strategii manageriale și de marketing, elemente metodologice.

7. Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> o Etica în Afaceri: Principii etice și responsabilitate socială. Cum să gestionezi situații etice și conflicte de interese. o Comunicare Eficientă: Abilități de comunicare verbală și scrisă. Cum să conduci prezentări eficiente și să-ți promovezi afacerea. o Juridic și Reglementări: Cunoștințe despre aspectele juridice ale afacerilor, inclusiv formele juridice 	<p>Un mediu de învățare eficient în cadrul unui curs de business și antreprenoriat, se folosește o varietate de metode de predare care să încurajeze participarea, explorarea și aplicarea practică a cunoștințelor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri și prezentări interactive • Discuții și dezbateri • Proiecte individuale și de grup 	<p>activitățile desfășurate pot varia în funcție de obiectivele specifice ale cursului, nivelul de studiu și experiența studenților. Iată câteva activități comune și eficiente desfășurate în astfel de cursuri:</p> <p>Dezvoltarea Planului de Afaceri</p> <p>Studii de Caz</p> <p>Simulări de Afaceri</p> <p>Prezentări și Pitch-uri</p>

<p>ale întreprinderilor și regulile de conformitate.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Cercetare de Piață: Cum să efectuezi cercetări de piață și să interpretezi datele. Utilizarea informațiilor de piață pentru luarea deciziilor. ○ Gestionarea Riscurilor: Identificarea și gestionarea riscurilor în afaceri. Cum să dezvolti strategii pentru a minimiza impactul riscurilor. ○ Networking și Relaționare: Cum să construiești și să menții relații de afaceri. Importanța networking-ului în lumea antreprenoriatului. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sesiuni de feedback și evaluare ● Platforme online și resurse multimedia ● Studii de Caz ● Prezentări și Pitch-uri ● Vizite de Studiu și Oaspeți Invitați ● Analiză a Întreprinderilor Existente ● Sesiuni de Brainstorming 	<p>Dezvoltarea de Produse și Inovație</p> <p>Vizite de Studiu și Oaspeți Invitați</p> <p>Proiecte de Marketing și Vânzări:</p> <p>Analize de Piață și Cercetări de Marketing</p> <p>Dezvoltarea Abilităților de Leadership și Management</p> <p>Prezentări de Profesioniști din Industrie</p> <p>Dezvoltarea de Planuri Strategice</p> <p>Cod classroom: dbyccdj</p>
--	---	--

Bibliografie:

Management și Leadership:

"The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses" - de Eric Ries
 "Leaders Eat Last: Why Some Teams Pull Together and Others Don't" - de Simon Sinek
 "Good to Great: Why Some Companies Make the Leap...And Others Don't" - de Jim Collins
 "Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us" - de Daniel H. Pink

Antreprenoriat și Planificare:

"The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know" - de Alejandro Cremades
 "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers" - de Alexander Osterwalder și Yves Pigneur
 "Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future" - de Peter Thiel și Blake Masters
 "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail" - de Clayton M. Christensen

Marketing și Vânzări:

"Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" - de Jonah Berger
 "Influence: The Psychology of Persuasion" - de Robert B. Cialdini
 "Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant" - de W. Chan Kim și Renée Mauborgne
 "This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See" - de Seth Godin

Finanțe și Contabilitate:

"Financial Intelligence, Revised Edition: A Manager's Guide to Knowing What the Numbers Really Mean" - de Karen Berman și Joe Knight
 "The Personal MBA: Master the Art of Business" - de Josh Kaufman
 "Profit First: Transform Your Business from a Cash-Eating Monster to a Money-Making Machine" - de Mike Michalowicz
 "The Intelligent Investor" - de Benjamin Graham

Etică și Responsabilitate Socială Corporativă (RSC): "Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business" - de John Mackey și Raj Sisodia "Business Ethics: A Textbook with Cases" - de William H. Shaw și Vincent Barry "Let My People Go Surfing: The Education of a Reluctant Businessman" - de Yvon Chouinard "The Fifth Discipline: The Art & Practice of The Learning Organization" - de Peter M. Senge		
7.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> ○ Aspecte Juridice în Design: Drepturile de autor și aspecte juridice ale proiectelor de design. Redactarea contractelor și protejarea proprietății intelectuale. ○ Tendințe în Design și Inovație: Studierea tendințelor actuale în design. Cum să integrezi inovația în proiectele tale de design. ○ Gestionarea Proiectelor de Design: Utilizarea unor instrumente eficiente de gestionare a proiectelor. Cum să gestionezi resursele și termenele limită în proiectele de design. ○ Strategii de Marketing pentru Designeri: Dezvoltarea unui plan de marketing adaptat industriei designului. Cum să te promovezi eficient în rândul clienților potențiali. ○ Responsabilitate Socială și Mediu în Design: Cum să integrezi practici responsabile în proiectele de design. Abordarea aspectelor sociale și de mediu în industria designului. ○ Tehnologie și Digitalizare în Design: Utilizarea noilor tehnologii în practica de design. Cum tehnologia poate îmbunătăți eficiența și creativitatea în design. 	Predarea la seminarul cursului de business și antreprenoriat în design poate fi eficientă prin utilizarea unor metode variate și interactive care să încurajeze participarea studenților și aplicarea practică a cunoștințelor. Studii de Caz Practice Proiecte Practice Invitații din Industrie Dezbateri și Colaborare Simulări de Afaceri Prezentări de Studiu de Caz Exerciții de Brainstorming Ateliere Practice Vizite la Companii sau Studiouri de Design Feedback Peer-to-Peer Jocuri Educaționale Discuții Online și Platforme Colaborative	Activitățile desfășurate în format față în față sunt esențiale pentru a crea o experiență de învățare interactivă și bogată în interacțiune. Iată câteva activități potrivite pentru acest context: colaborarea între studenți, oferindu-le oportunitatea de a aplica cunoștințele teoretice în contexte practice. simulări interactive pentru a oferi studenților o experiență cât mai aproape de situațiile din industrie. Lansarea de proiecte care să implice atât munca individuală, cât și colaborarea în echipă. sesiuni practice pentru utilizarea unor software-uri de design sau pentru dezvoltarea unor campanii publicitare. profesioniști din industrie să susțină prezentări și workshop-uri pentru a împărtăși experiențele lor.
Bibliografie:		
Antreprenoriat și Planificare:		

"The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know" - de Alejandro Cremades
 "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers" - de Alexander Osterwalder și Yves Pigneur
 "Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future" - de Peter Thiel și Blake Masters
 "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail" - de Clayton M. Christensen

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

Cultivarea Pozitivismului în Management și Marketing

Leadership Pozitiv: Inspirarea și motivarea echipei prin atitudine pozitivă. Promovarea unui mediu de lucru plăcut și colaborativ.

Cultură Organizațională Sănătoasă: Crearea unui climat de încredere și transparență. Respectarea diversității și promovarea incluziunii.

Marketizare Etică: Promovarea produselor sau serviciilor într-un mod onest și etic. Respectarea drepturilor și necesităților clienților.

Inovație și Creativitate în Marketing: Stimularea gândirii inovatoare și creative în strategiile de marketing. Implementarea de campanii inovatoare și memorabile.

Parteneriate și Colaborări în Afaceri: Dezvoltarea relațiilor de parteneriat în cadrul industriei. Colaborarea cu alte organizații pentru a maximiza oportunitățile.

Responsabilitate Socială Corporativă (RSC) în Afaceri: Implicarea în acțiuni și proiecte cu impact social pozitiv. Integrarea principiilor RSC în strategiile și operațiunile organizaționale.

Aceste atitudini și comportamente contribuie nu doar la succesul individual, ci și la dezvoltarea unei culturi organizaționale sănătoase și progresive în domeniul științific și de afaceri.

Studentul

- poate să adapteze ritmul muncii și efortul depus pentru atingerea obiectivelor
- poate să gestioneze eficient timpul în realizarea proiectelor de cercetare sau creație
- poate să lucreze independent și în echipă, în cadrul proiectelor de cercetare sau creație
- poate să elaboreze o etapizare a obiectivelor de atins pentru obținerea rezultatelor asumate în proiect

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	9. Pregătire și planificare 10. Colectarea de informații și prelucrarea lor 11. Expunerea informațiilor	Rezolvarea unui test de imagini Examinare orală	25% 25%

	12. Conținutul informațiilor		
9.5 Seminar / laborator	Realizarea temelor de seminar este condiția de prezentare la examen.	Evaluare pe parcurs Feed-back pozitiv Față în față Google Classroom	50%
9.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Acumularea unui set de informații de bază privind conținutul tematic al cursului. • Abilități de bază în comunicarea orală, în scris și vizuală a informațiilor • Studentul atinge obiectivele predefinite. Urmează un plan de acțiune ghidat. Utilizează în mod corespunzător o gamă limitată de instrumente, materiale și / sau procese. Calitatea și productivitatea sunt acceptabile. Consecvență și cooperare. • Realizarea referatelor la seminar. • Prezența la curs min. 50% • Prezența la seminar min. 50% • În condițiile neprezentării referatelor de semestru menționate la pct. a) nu se acceptă măriri de notă. 			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în catedră/departament

Semnătura șefului catedrei/departamentului

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.5 Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Arte și Design
1.3 Departamentul	Design și Arte Aplicate
1.4 Domeniul de studii	Arte Vizuale
1.5 Ciclul de studii	licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Design, Arte Decorative, Modă- Design vestimentatar

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Competențe de antreprenoriat						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DC/ DO

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:					22 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					2
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren					3
Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat					6
Examinări					4
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual	22				
3.8 Total ore pe semestru	50				
3.9 Numărul de credite	2				

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	Sala de curs, acces internet, proiector, calculator
-------------------------------	---

5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	Sala de curs, acces internet, proiector, calculator
--	---

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

Obiectivele disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> - pe parcursul semestrului studenții vor parcurge și asimila o serie de noțiuni teoretice privind antreprenoriatul în industriile creative - vor dobândi competențe practice privind elaborarea unui plan și strategii de afaceri
-------------------------	--

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> - să identifice piețele țintă pentru proiectele de design; - să identifice soluții de promovare a unui proiect de design; - cunoaște, înțelege și utilizează în mod adecvat noțiunile specifice disciplinei
Abilități	<ul style="list-style-type: none"> - are capacitatea de a distinge între forme de organizare economică diferite și modul lor de funcționare - are capacitatea de a planifica și implementa un model de afacere - poate elabora o strategie de afaceri
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"> - folosește și respectă drepturile și obligațiile care îi revin sieși sau propriei echipe din perspectiva normelor și reglementărilor în domeniul muncii și proprietății intelectuale; - poate să preia sarcini și responsabilități în cadrul proiectelor colaborative; - poate să gestioneze eficient timpul în realizarea proiectelor de cercetare sau creație; - poate să lucreze independent în cadrul proiectelor de cercetare sau creație - respectă normele de etică profesională în cadrul proiectelor de design și cercetare și în activități colaborative; - poate să elaboreze o etapizare a obiectivelor de atins pentru obținerea rezultatelor asumate în proiect.

7. Conținuturi

7.1 Curs	Metode de predare	Observații

<p>1. Introducere: Antreprenoriatul în industriile creative: design, artă, cultură și comerț. Noțiuni introductive</p> <p>2. Structura unei afaceri de tip antreprenorial. Tipuri de antreprenariat. Ce este un antreprenor. Rolul unui antreprenor. Tipuri de antreprenori. Competențe antreprenor.</p> <p>3. Antreprenariat și freelancing. Noțiuni de freelancing. Cum devin un freelancer?</p> <p>4. Ce este un start-up și la ce folosește? Start-up-uri de succes. Studii de caz. Business angel – ce este un BA și cum să atragi investitori pentru afacerea ta?</p> <p>5. Instrumente ale afacerii tale. Cum proiectezi o afacere? Business Canvas Plan. Ce este un BCP și cum poate fi folosit? Analiza unui BCP. Studii de caz</p> <p>6. Structura unui Business Canvas Plan. Analiza fiecărui pilon a unui BCP: Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities</p> <p>7. Key Partnerships, Cost Structures. Concluzii</p>	<p>Metodele didactice alternează prelegerea, expunerea, cu dezbaterile, proiectiile și dialogul în cadrul seminarelor.</p> <p>Curs, lectură text, proiectii imagini, debateri</p>	<p>Cursurile și temele sunt puse la dispoziția studenților și pe platforma de google classroom:</p> <p>Cod: Tt7hn5e</p>
<p>Bibliografie:</p>		
<p>Airey David, <i>Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding</i>, 2019, Ed. Quarto Publishing Group, 2019</p> <p>Gerber Michael E., Peterson J. J., <i>Marketingul simplificat</i>, Ed. ACT și Politon, București, 2023</p> <p>Godin Seth, <i>Asta înseamnă marketing</i>, Ed. Publica, București, 2019</p> <p>Guillebeau Chris, <i>Startup de 100\$, Ed. Publica, București, 2013</i></p> <p>Kolb Bonita M., <i>Entrepreneurship for the Creative and Cultural Industries</i>, Ed. Routledge, London, 2021</p> <p>Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves, <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</i>, Ed. Wiley, London, 2010</p> <p>Schmitt Berndt, Simonson Alex, <i>Estetica în marketing</i>, Ed. Teora, București, 2002</p> <p>Bibliografie suplimentară:</p> <p>Gerber Michael E., <i>Mitul antreprenorial</i>, Ed. ACT și Politon, București, 2023</p> <p>Lazier Bill, Collins Jim, <i>Lumea antreprenoriatului: cum să-ți transformi afacerea într-o companie durabilă</i>, Curtea veche, București, 2023</p> <p>Miller Donald, <i>Creează un storybrand</i>, Ed. ACT și Politon, București, 2021</p>		

Wheeler Alina, *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*, 4th Edition, John Wiley and Sons, London, 2012
Taub Alexander, Dasilva Ellen, *Pitch de mare succes*, Ed. ACT și Politon, București, 2015

7.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
	Proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice; corectură pe parcursul proiectului, prezentare, dialog, feedback	Cursurile și temele sunt puse la dispoziția studenților și pe grupul de google classroom: Cod: Tt7hn5e

Bibliografie :

Airey David, *Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding*, 2019, Ed. Quarto Publishing Group, 2019
Gerber Michael E., Peterson J. J., *Marketingul simplificat*, Ed. ACT și Politon, București, 2023
Godin Seth, *Asta înseamnă marketing*, Ed. Publica, București, 2019
Guillebeau Chris, *Startup de 100\$, Ed. Publica, București, 2013*
Kolb Bonita M., *Entrepreneurhip for the Creative and Cultural Industries*, Ed. Routledge, London, 2020
Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Ed. Wiley, London, 2010
Schmitt Berndt, Simonson Alex, *Estetica în marketing*, Ed. Teora, București, 2002

Bibliografie suplimentară:

Gerber Michael E., *Mitul antreprenorial*, Ed. ACT și Politon, București, 2023
Lazier Bill, Collins Jim, *Lumea antreprenoriatului: cum să-ți transformi afacerea într-o companie durabilă*, Ed. Curtea veche, București, 2023
Miller Donald, *Crează un storybrand*, Ed. ACT și Politon, București, 2021
Wheeler Alina, *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*, 4th Edition, John Wiley and Sons, London, 2012

Taub Alexander, Dasilva Ellen, *Pitch de mare succes*, Ed. ACT și Politon, București, 2015

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

Cursul și seminarul, prin teme propuse și prin contactele cu mediul de afaceri, sunt gândite a fi o reflexie a necesităților comunității epistemice, a asociațiilor profesionale și a angajatorilor din domeniu.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Se verifică îndeplinirea de către fiecare student a standardelor minime de performanță	Evaluarea capacității de analiză și de sinteză: - testarea continuă pe parcursul semestrului - activitățile gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte etc.	50%
9.5 Seminar / laborator	Se verifică îndeplinirea de către fiecare student a standardelor minime de performanță	Capacitatea de a prezenta oral un subiect, un studiu de caz, o campanie media. - alte activități: participare la activități expoziționale, căutare material vizual	50%
9.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Folosirea adecvată a limbajului managerial oral sau scris. • Elaborarea unui proiect profesional (referat) cu o temă aleasă de student din cele propuse de profesor • Realizarea unui BCP • Realizarea proiectelor individuale de seminar din timpul semestrului • Prezența la curs min. 50% • Prezența la seminar min. 50% 			

Data completării
17.09.2024

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament

11. Salariul minim de încadrare

Salariul minim de încadrare pentru un lector universitar titular este de 7.246 lei

12. Programa aferentă concursului – tematica probelor de examen

1. Construirea unui brand artistic și respectarea preceptelor de diferențiere, relevanță, stimă, recunoaștere;
 2. Reclamă și comunicare persuasivă: crearea și evaluarea strategiilor publicitare;
 3. Importanța networking-ului în lumea antreprenoriatului artistic;
 4. Marketing digital și utilizarea canalelor online pentru promovare artistică;
 5. Pitch-ul de succes: tehnici de prezentare și argumentare.
-
6. Building an artistic brand by the rules of differentiation, relevance, esteem, and recognition;
 7. Advertising and persuasive communication: creating and evaluating advertising strategies;
 8. The importance of networking in the world of artistic entrepreneurship;
 9. Artistic promotion through digital marketing and online channels;
 10. The successful pitch: presentation and argumentation techniques.

**Extras proces verbal
la Ședința Consiliului Facultății de Arte și Design
din data de 09.10.2024**

Prezenta conform convocatorului.

-Omis cele de omis-

La punctul 1 din ordinea de zi, în urma ședințelor Consiliului Departamentului de Arte Vizuale și a Consiliului Departamentului Design și Arte Aplicate, în care au fost avizate și votate posturile/referatele justificative privind necesitatea scoaterii la concurs a posturilor didactice cuprinse în statutul de funcții ale celor două departamente pentru semestrul I al anului universitar 2024-2025, detaliate după cum urmează,

Departamentul Arte Vizuale:

lector 36 concurs perioadă determinată

lector 37 concurs perioadă determinată

lector 38 promovare

asistent 39 concurs perioadă determinată

asistent 40 concurs perioadă nedeterminată

Departamentul Design și Arte Aplicate:

lector 30 concurs

lector 31 concurs perioadă determinată

asistent 32 concurs perioadă determinată

asistent 33 concurs perioadă determinată

asistent 34 concurs perioadă determinată



asistent 35 concurs perioadă determinată

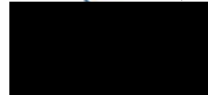
asistent 36 concurs perioadă determinată

se supun la vot posturile/referatele justificative. Consiliul Facultatii a hotărât după cum urmează:

-se aprobă cu un număr de 10 voturi pentru din totalul de 15 membri ai Consiliului Facultății de Arte și Design



Secretar șef fac.,
Ionela SZUROMI



CONVOCATOR
pentru ședința Consiliului de conducere
din data de 09.10.2024, ora 12

Ordinea de zi:

Punctul 1. Aprobarea referatelor cu privire la necesitatea scoaterii la concurs/organizării de examen de promovare următoarelor posturi aferente semestrului I, an universitar 2024-2025;

Punctul 2. Avizarea coordonatorului Erasmus - Department Design si Arte Aplicate

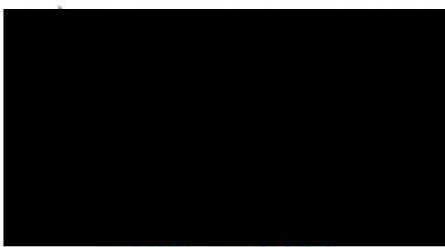
Punctul 3. Avizarea responsabilului programului de studiu Master Design grafic- comunicare vizuale conf.univ.dr. Corina Nani

Punctul 4. Diverse

Nr. crt.	Numele si prenumele	Prezent/absent
1.	Prof. univ. dr. Rudolf Kocsis	
2.	Prof.univ.dr.Camil Mihăescu	
3.	Conf. univ. dr.Andreea Palade Flondor	
4.	Conf. univ. dr. Silvia Trion	
5.	Conf. univ. dr.Valentina Ștefănescu	
6.	Conf. univ. dr. Corina Nani	
7.	Lector. univ. dr. Eugenia Riemschneider	
8.	Lector. univ. dr. Maria Sârbu	
9.	Lector univ. dr.Cristina Daju	
10.	Lector univ. dr.Mădalin Marienut	
11.	Lector univ. dr. Mihai Zgondoiu	

STUDENȚI

Nr. crt.	Numele si prenumele	Prezent/absent
1.	Maria Moga	
2.	Larisa Bianca Surdu	
3.	Ovidiu Stan	
4.	Gabriel Matlak	





INVITAȚI - Ședința Consiliului de conducere din data de 09.10.2024, ora 12

Nr. Crt.	Numele si prenumele	Prezent/absent
1.	Conf.univ.dr.Mădălin Bunoiu-Prorector	
2.	Conf.univ.dr.Eduard Jakabhazi- Prodecan	
3.	Conf.univ.dr. Remus Rotaru- Prodecan	
4.	Lector univ. dr. habil. Andreea Lazea - Director Departament AV	
5.	Prof.univ. dr. habil. Iosif Mihailo – Director Departament DAA	

**Extras
din Procesul verbal**

Încheiat azi, data de 04.10.2024, în urma ședinței Consiliului Departamentului Design și Arte Aplicate, asupra următoarelor puncte de pe ordinea de zi:

1 Avizarea referatelor justificative cu privire la necesitatea scoaterii la concurs a posturilor didactice cuprinse în statul de funcții al departamentului Design și Arte Aplicate pentru semestrul I al anului universitar 2024-2025.

lector 30 concurs

lector 31 concurs perioadă determinată

asistent 32 concurs perioadă determinată

asistent 33 concurs perioadă determinată

asistent 34 concurs perioadă determinată

asistent 35 concurs perioadă determinată

asistent 36 concurs perioadă determinată

Se aprobă în unanimitate.

- Omis cele de omis -

Director Departament Design și Arte Aplicate
Prof. [REDACTED]

CONVOCATOR

pentru ședința Consiliului Departamentului Design și Arte Aplicate
din data de **04.10.2024**, ora 11

Ordinea de zi:

1 Avizarea referatelor justificative cu privire la necesitatea scoaterii la concurs a posturilor didactice cuprinse în statul de funcții al departamentului Design și Arte Aplicate pentru semestrul I al anului universitar 2024-2025.

lector 30 concurs

lector 31 concurs perioadă determinată

asistent 32 concurs perioadă determinată

asistent 33 concurs perioadă determinată

asistent 34 concurs perioadă determinată

asistent 35 concurs perioadă determinată

asistent 36 concurs perioadă determinată

2. Propuneri coordonator Erasmus pentru departamentul Design și Arte Aplicate

3. Diverse.

Conf.univ.dr. Valentina Ștefănescu

Conf.univ.dr. Alexandru Bunii

Conf.univ.dr. Sergiu Zegrea

Lect.univ.dr. Eniko Szucs

Lect.univ.dr. Cristina Lazăr

Director Departament Design și Arte Aplicate

Prof.univ.dr. Ioș



Nr. post	Fct.	Tip post	Angajat / Disciplina	Detalii Sp/TipStd./Lb/An	Sem.	Serii/Grupe	Ore Curs		Ore Sem./L/LP		Norma	Alte activ.
							Fiz.	Conv.	Fiz	Conv		
30			Arte decorative - compozitie I	AD/LI/F/an1	I	1/1	1	1	0	0	1	
30			Arte decorative - compozitie II	AD/LI/F/an1	II	1/1	2	2	2	1	3	
30			Arte decorative pentru spatiul ambiental I	AD/LI/F/an2	I	1/1	0	0	1	0,5	0,5	
30			Arte decorative pentru spatiul ambiental II	AD/LI/F/an2	II	1/1	1	1	0	0	1	
30			Arte decorative - Creatie si inovatie - textile-ceramica II	AD/LI/F/an2	II	1/1	1	1	0	0	1	
30			Arte decorative - tehnici si tehnologii - textile-ceramica	AD/LI/F/an2	II	1/1	0	0	1	0,5	0,5	
30			Stagiu de practica	MSC/MI/F/an1	II	1/1	0	0	4	3	3	
31	Lect	VSC	-vacant-								10,46	5,54
31			Business si antreprenorat in design I	+MDIP/MZI/an1+MDGCVI/MZI/an1	I	1/1	1	1,25	0	0	1,25	
31			Business si antreprenorat in design II	+MDIP/MZI/an1+MDGCVI/MZI/an1+MDVDT/MZI/an1	II	1/1	1	1,25	1	0,75	2	
31			Competențe de antreprenorat	D/LI/F/an2	I	1/3	1	1	1	1,5	2,5	
31			Competențe de antreprenorat	+AD/LI/F/an2+MDVLI/F/an2	I	1/2	1	1	1	1	2	
31			Marketing și management pentru design I	+MDVLI/F/an3+D/LI/F/an3	I	1/2	0	0	1	1	1	
31			Marketing și management pentru design II	+D/LI/F/an3+MDVLI/F/an3	II	1/2	1	0,857	1	0,857	1,71	
32	Asis	VSC	-vacant-								11,07	4,93
32			Desen tehnic I	D/LI/F/an1	II	1/4	0	0	1	2	2	
32			Desen tehnic II	D/LI/F/an2	I	1/5	0	0	1	2,5	2,5	
32			Stagiu de practica	D/LI/F/an2	II	0/1	0	0	4	2	2	
32			Tehnologii, materiale și machelare I	D/LI/F/an2	I	1/2	0	0	1	1	1	
32			Tehnologii, materiale și machelare II	D/LI/F/an2	II	1/2	0	0	1	1	1	
32			Tehnologii, materiale și machelare IV	D/LI/F/an3	II	1/3	0	0	2	2,571	2,67	
33	Asis	VSC	-vacant-								11	5
33			Anatomie aplicată și ergonomie I	D/LI/F/an1	I	1/5	0	0	1	2,5	2,5	
33			Anatomie aplicată și ergonomie II	D/LI/F/an1	II	1/5	0	0	1	2,5	2,5	
33			Anatomie artistică II	+MDVLI/F/an1+AD/LI/F/an1	I	1/3	0	0	1	1,5	1,5	

13. Extrase din procesele verbale ale ședinței Consiliului departamentului și ședinței Consiliului facultății în care a fost aprobată această poziție

14. Extras din statul de funcții care evidențiază postul vacant pentru care se organizează examen de promovare în cariera didactică

Data
9 octombrie 2024

Semnătura directorului de departament

