

FISA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei	Dezvoltări conceptuale și schimbări paradigmatică în business				
Denumirea programului de studii	Program de pregătire bazat pe studii universitare avansate în domeniile: Contabilitate, Finanțe, Management, Marketing				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare finală (E/V/C)	-
Categoria disciplinei	Opțională			Numărul de credite	10
Total ore de curs pe săptămână	2	Total ore studiu individual/săptămână	2	Total ore pe semestru	48
Total ore de curs pe semestru		24			
Titularii disciplinei	Prof.univ.dr. Ioan PETRIȘOR, Prof.univ.dr. Alexandru BUGLEA, Prof.univ.dr. Doina DĂNĂIAȚĂ, Prof.univ.dr. Costinel DOBRE, Prof. univ. dr. Florin FOLTEAN, Prof.univ.dr. Ioan LALA, Prof.univ.dr.Nicolae BIBU, Prof.univ.dr. Marilen PIRTEA, Prof.univ.dr.Mariana PREDIȘCAN, Prof.univ.dr. Petru ȘTEFEA				

Facultatea	de Economie și de Administrare a Afacerilor
Departamentul	Școala Doctorală
Domeniul fundamental	Științe economice
Domeniul	Contabilitate, Finanțe, Management, Marketing

Numărul total de ore (pe semestru) din planul de învățământ			
Total	C**	S	P
24	24	-	-

** C-curs, S-seminar, P-proiect

Competențe	
Competențe formate prin disciplină	1. Cunoaștere și înțelegere: <ul style="list-style-type: none"> cunoașterea și înțelegerea dezvoltărilor conceptuale și schimbărilor paradigmatică în teoria și practica de business Cunoașterea și înțelegerea implicațiilor manageriale ale dezvoltărilor teoretice în business Cunoașterea și înțelegerea priorităților de cercetare în business
	2. Explicare și interpretarea <ul style="list-style-type: none"> Explicarea principalelor evoluții în teoria și practica de business Explicarea problemelor de natură managerială în business Interpretarea rezultatelor analizei datelor
	3. Instrumental – aplicative <ul style="list-style-type: none"> Elaborarea unei recenzii critice a literaturii privind prioritățile cercetării în business Identificarea implicațiilor dezvoltărilor conceptuale asupra designului unei cercetări în business
	4. Atitudinale: <ul style="list-style-type: none"> Respectarea normelor eticii și deontologiei profesionale în realizarea unei cercetări în business Manifestarea gândirii creative, a imaginației și creativității în procesul de cercetare în business Asigurarea relevanței cercetării și a rezultatelor acesteia

Obiectivele cursului	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea și înțelegerea dezvoltărilor conceptuale și schimbărilor paradigmatică în cercetarea în business Formarea capacității de a proiecta o cercetare relevantă pentru teoria și practica de business
----------------------	--

Nr. crt.	Conținutul tematic al cursului	Nr. de ore
1.	Construcția conceptuală și paradigmatică în afaceri și în managementul organizațiilor și al instituțiilor publice S1-face to face	2
2.	Analiza financiară – evoluția teoriilor, practicilor și paradigmatelor financiare S2-face to face	2
3	Managementul informației și cunoștințelor. Consecințe asupra paradigmatelor organizațiilor S3-face to face	2
4.	Evoluții în cercetarea comportamentului consumatorului postmodern S4-face to face	2
5.	Capacități dinamice și adaptabilitatea organizației-concepte și teorii S5- face to face	2
6.	Teorii și paradigme ale creării valorii în organizații S6- face to face	2
7.	Schimbare, transformare și inovare în organizații. Abordare strategică S7- face to face	2
8.	Managementul financiar și competitivitatea organizației S8- face to face	2
9.	Managementul schimbărilor organizaționale. Schimbări ale teoriilor, conceptelor și paradigmatelor S9- face to face	2
10.	Sisteme paradigmatică ale contabilității financiare S10- face to face	2
11.	Noi concepte și paradigme în afacerile digitale S11- S12-face to face	4
	TOTAL ORE	24

BIBLIOGRAFIE

1. Foo, C., Epistemology of strategy: some insights from empirical analyses, Chinese Management Studies, Vol. 1 No. 3, pp. 154-166, 2007.
2. Gh. von Krogh, Organizational epistemology, MIT, 2021.
3. Haridimos Tsouka, Complex Knowledge: Studies in Organizational Epistemology, Oxford University Press, 2005.
4. Burdus, E. (coord), Caprarescu, Ghe. Managementul schimbarii organizationale. Bucuresti, Editura Economica, 2008
5. Colin, A.C., Managing change in organizations. Pretince Hall International, UK, 1990
6. Hackeley, C., Marketing a critical introduction. Sage Publications Ltd., 2009
7. Hart, S., Marketing Changes, Thomson Learning 2003
8. Predișcan, M., Schimbare organizațională – ce, când și cum să schimbăm? Editura Universității de Vest, Timișoara, 2004
9. Petrișor, I., Progresul organizațional. Schimbare, transformare și inovare organizațională. Editura Mirton, Timișoara, 1999,
10. Petrișor, I, Inteligența strategică. Editura Brumar, Timișoara, 2001
11. Petrișor, I, Management strategic. Abordare potențiologică. Editura Brumar, Timișoara, 2007.

Data completării: 28 septembrie 2023