FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea[1] / Departamentul[2]	Facultatea de Inginerie Hunedoara/ Departamentul de Inginerie și Management
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod [3])	Inginerie și Management/ 230
1.4 Ciclul de studii	Licență
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Inginerie Economică în Domeniul Mecanic / 20/ Inginer

2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă[4]			Antreprenoriat Aplicativ 1/ DCF				
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză			Applied Entrepreneurship 2				
2.2 Titularul activităţilor de curs			Conf.dr.ing. Ardelean Erika				
2.3 Titularul activităţilor aplicative[5]			Conf.dr.ing. Ardelean Erika				
2.4 Anul de studii[6]	IV	**2.5** Semestrul	7	**2.6** Tipul de evaluare	V	**2.7** Regimul disciplinei[7]	DF

3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate) [8]

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	3 , format din:	**3.2** ore curs	1	**3.3** ore seminar/laborator/proiect	2
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	42 , format din:	**3.2*** ore curs	14	**3.3*** ore seminar/laborator/proiect	28
3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână	, format din:	**3.5** ore practică		**3.6** ore elaborare proiect de diplomă	
3.4* Număr total de ore asistate parțial/ semestru	, format din:	**3.5*** ore practică		**3.6*** ore elaborare proiect de diplomă	
3.7 Număr de ore activități neasistate/ săptămână	2,35 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			0,5
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			1
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			0,85
3.7* Număr total de ore activități neasistate/ semestru	33 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			7
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			14
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			12
3.8 Total ore/săptămână [9]	5,35				
3.8* Total ore/semestru	75				
3.9 Număr de credite	3				

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Noțiuni de bază de management/economie/comunicare (recomandat), Antreprenoriat
4.2 de rezultatele învățării	• Competențe digitale elementare

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1 de desfăşurare a cursului	• Sală de curs, dotată cu tablă, calculator, videoproiector/ecran TV și software adecvat – Power Point • Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile deschise. • Nu se acceptă părăsirea sălii de prelegere fără aprobarea cadrului didactic
5.2 de desfăşurare a activităţilor practice	• Sală de seminar, dotată cu tablă, calculator, videoproiector/ ecran TV și software adecvat – Power Point • Studenții se vor prezenta la activitățile practice cu telefoanele mobile

	deschise pentru a putea accesa materialele suplimentare incarcate pe pagina disciplinei de pe CV-UPT. • Nu se acceptă părăsirea sălii de seminar fără aprobarea cadrului didactic.

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	• C2. Studentul/absolventul explică și interpretează documentația tehnică, economică și managerială, pentru dezvoltarea proiectelor și proceselor specifice domeniului. • C3.Studentul/absolventul identifică obiectul de studiu al științei managementului, pe baza unor cunoștințe avansate legate de procesele de management, funcțiile manageriale, funcțiile firmei precum și a instrumentului managerial utilizat în cadrul organizațiilor, în vederea adoptării deciziilor optime la orice nivel. • C4.Studentul/absolventul acumulează cunoștințe referitoare la componentele, tipologia și rolul strategiilor și politicilor manageriale precum și la fundamentarea, elaborarea și implementarea acestora în cadrul organizațiilor în ansamblul lor sau pe subdiviziuni.
Abilități	• A2. Studentul/absolventul selectează și aplică concepte, principii și metode pentru rezolvarea problemelor particulare în elaborarea documentației tehnice, economice și manageriale. • A5. Studentul/absolventul elaborează documentația tehnică, economică și managerială asociată proiectelor specifice ingineriei și managementului. • A9. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind elaborarea și implementarea strategiilor și politicilor organizaționale, privind proiectarea, reproiectarea și perfecționarea sistemului de management al organizației și a sub componentelor acesteia.
Responsabilitate și autonomie	• RA4.Studentul/absolventul evaluează și valorifică oportunități de afaceri și de dezvoltare antreprenorială. RA9. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a iniția, derula și monitoriza procese investiționale complexe, pe baza utilizării unei metodologii specifice studiilor de fezabilitate și a planurilor de afaceri, folosind instrumente adecvate (deviz investițional, grafice gantt, analiza cost-beneficiu).

7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării de la punctul 6)

- La finalul semestrului, studenții sunt capabili să identifice și să valideze o problemă reală, să propună o soluție, să construiască un prototip minim funcțional, să-l testeze, să descrie modelul de afaceri și să prezinte rezultatele într-o formă convingătoare. Se va pune accent pe aplicații în ingineria economică în domeniu mecanic.
-

8. Conţinuturi[10]

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare[11]
1. Formularea problemei. „Locurile de muncă de realizat” (Jobs-to-be-Done). 2. Modelul de afaceri (Canvas); ipoteze și riscuri. 3. Experiența utilizatorului și accesibilitate; testare cu utilizatori. 4. Modalități de monetizare și stabilirea prețurilor. 5. Strategia de intrare pe piață (canale B2B/B2C), mecanisme de creștere. 6. Elemente juridice și fiscale esențiale; protecția datelor. 7 Elemente financiare: cost de atragere a clientului, valoarea pe termen lung, buget pe 6–12 luni; indicatori pe etape.	2 2 2 2 2 2 2	Prelegere participativă, dezbatere, dialog, expunere, exemplificare

Bibliografie[12] 1. Albulescu C., Bazele antreprenorialului, curs dezvoltat în cadrul proiectului AVEA, Timișoara 2020.
2. Blenker, P., Dreisler, P., Faergemann, H.M., Kjeldsen, J. (2007). A framework for developing entrepreneurship edu-cation in a university
context. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 5(1), 45–63.
3. Byars, S.M., Stanberry, K. (coordn.) (2018). Business Ethics. OpenStax, Rice University: Houston.
4. Cropley, D.H. (2015). Explorations in creativity research.Creativity in engineering: Novel solutions to complex pro-blems. Elsevier
Academic Press.
5. Drucker, P.F. (2006). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. HarperCollins Publishers.
6. Duening, T., Hisrich, R., Lechter, M. (2009). Technology Entrepreneurship - Creating, Capturing, and Protecting Va-lue 1st edition.
Academic Press, Elsevier: San Diego.
7. Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020. Disponibil la: https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443.
8. Hisrich, R:D., Peters, M.P., Dean A. (2017). Entrepreneurship. 10th edition. McGraw-Hill Education: New York.
9. Porter, M.E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. Harvard Business Review, 57(2), 137–145.
10. Scarborough, N.M., Cornwall, J.R. (2016). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 8th edi-tion. Pearson
Education Limited: London.
11. Shalley, C.E, Hitt, M.A., Zhou, J. (2015). The Oxford Handbook of Creativity, Innovation, and Entrepreneurship. Ox-ford University Press:
12. Thomas, B., Miller, C., Murphy, L. (2011). Innovation and Small Business, vol. 1,2, Ventus Publishing: London
13. Ardelean E. Bazele antreprenoriatului - notiţe de curs, 2021 proiect AVEA.
14. Ardelean E., Bazele antreprenoriatului, prezentări, materiale video, Campus Virtual – UPT, 2020, https://cv.upt.ro/course/view.php?id=4578.

8.2 Activităţi aplicative[13]	Număr de ore	Metode de predare
1. Diagnoza problemei reale – Interviul JTBD în practică 2. Construirea și critica unui Business Model Canvas 3. Analiza competitivă prin prisma JTBD. 4. Prototipare rapidă și testare cu utilizatori 5. Strategii de preț – de la cost-plus la value-based pricing. 6. Go-to-Market: canale, secvențiere și mecanism de creștere. 7. Cadrul juridic și fiscal al unui startup în România 8. Calculul CAC, LTV și buget operațional pe 12 luni 9. Pitch de validare – „Mom Test" aplicat 10. Simulare de board meeting – KPIs pe etape 11. Schițarea unui plan parțial de afaceri,	2 3 3 2 2 2 2 3 2 3 4	Expunerea studiului de caz, exemplificare, dezbatere

Bibliografie[14] 1. Albulescu C., Bazele antreprenorialului, propunere aplicative, proiect AVEA, Timișoara 2020.
2. Ardelean E, Ardelean M.. Bazele antreprenoriatului prezentări, materiale video, Campus Virtual – UPT, 2020, https://cv.upt.ro/course/view.php?id=4578
3. The Global Entrepreneurship and Development Institute, „GEDIndex 2014". Disponibil la: http://www.thegedi.org/.
4. Blank, S., & Dorf, B. (2020). The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. Wiley, 608 p. ISBN 978-1-119-69068-9. (ediție reeditată)
5. Ries, E. (2013). The Lean Startup. Cum antreprenorii din ziua de azi se folosesc de inovația continuă pentru a crea afaceri de succes (trad. Dan Bălănescu). București: Editura Publica. Ediția I (paperback). ISBN 978-606-8360-69-0
6. Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works (2nd ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly Media. ISBN 978-1449321529 (ebook)
7. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2017). Business Model Generation (trad. Diana Dorobanțu). București: Editura Publica. Ediția I, full colour. ISBN 978-606-722-231-9.
8. Croll, A., & Yoskovitz, B. (2013). Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster. Sebastopol, CA: O'Reilly Media. ISBN 978-1449335670

9. Kawasaki, G. (2015). The Art of the Start 2.0: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything. New York: Portfolio/Penguin. ISBN 978-1591847847
10. Moore, G. A. (2014). Crossing the Chasm: Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers (3rd ed.). New York: HarperBusiness. ISBN 978-0062292988

9. Evaluare

Tip activitate	**9.1** Criterii de evaluare[15]	**9.2** Metode de evaluare	**9.3** Pondere din nota finală
9.4 Curs	-Capacitatea de a explica și interpreta corect cel puțin 3 instrumente din: BMC, JTBD, model de prețuri, buget operațional, cadru juridic specific unui startup. - Identificarea corectă a funcțiilor manageriale relevante pentru o firmă nouă; utilizarea adecvată a instrumentarului decizional în studii de caz din grilă. - Cunoașterea component-telor unei strategii GTM și a logicii de fundamentare a unui model de afaceri; recunoașterea tipologiei riscurilor strategice.	Verificare scrisă: Două teste grilă, cu durata de 30 min fiecare test. De asemenea se ține seama și de participarea activă la cursuri	Nota la examen are pondere de 50% în nota finală.
9.5 Activităţi aplicative	**S:** - Calitatea sintezei interviurilor JTBD ; - Completitudinea și coerența internă a BMC ; - Modelul financiar Excel: ipoteze explicite; Capacitatea de a identifica variabila critică de sensibilitate în modelul propriu; - Planul parțial de afaceri: structură, coerență între secțiuni, evidențe atașate	Nota la seminar se calculează ca medie aritmetică a notei temelor predate și susținute și nota pentru calitatea prestației studentului la orele de seminar.	Nota la activitatea pe parcurs - seminar - are pondere de 50% în nota finală.
	L:		
	P[16]**:**		
	Pr:		

9.6 Standard minim de performanţă (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor[17])

- Studentul explică și interpretează documentația economică și managerială specifică unui startup – Business Model Canvas, structura unui plan de afaceri simplificat, indicatori financiari de bază – utilizând corect terminologia domeniului (C2). Identifică instrumentele manageriale esențiale pentru o organizație nouă – analiza oportunității, modelul de monetizare, strategia de intrare pe piață – și le aplică în adoptarea unor decizii elementare de afaceri (C3). Cunoaște componentele unei strategii antreprenoriale – forma juridică, canalele B2B/B2C, mecanismele de creștere – și înțelege logica fundamentării și implementării acestora într-un context organizațional real (C4).
- Studentul selectează și aplică metode specifice – interviul JTBD, analiza competitivă, calculul pragului de rentabilitate – pentru a elabora documentația economică și managerială asociată unui startup (A2, A5). Demonstrează capacitatea de a construi și argumenta o strategie organizațională elementară integrând datele obținute din testarea cu utilizatori și din analiza indicatorilor de etapă (A9). Identifică și valorifică o oportunitate de afaceri reală, elaborând un plan parțial de afaceri coerent intern, cu ipoteze explicite, evidențe atașate și proiecții financiare justificate (RA4, RA9).
- Nota de promovare se obține în condițiile realizării a jumătate din punctajul total

Data completării	**Titular de curs (semnătura)**	**Titular activităţi aplicative (semnătura)**
10.09.2026		
Director de departament (semnătura)	**Data avizării în Consiliul Facultăţii**[18]	**Decan (semnătura)**
	23.09.2026	