



Biz4Fun - Let's have fun with the business start-up

ERASMUS + 2018-1-SK01-KA202-046271

Cum să dezvoltți o afacere de succes

Curriculum de curs și conținut



KA2 Strategic Partnerships

CONTENTS

1	SCOPUL CURSULUI.....	3
2	LICENȚĂ.....	3
3	OBIECTIVUL CURSULUI.....	4
4	POLITICILE CURSULUI.....	4
5	CERINȚE/SUPORT TEHNIC	4
6	POLITICA DE EVALUARE ȘI NOTARE	4
7	PROGRAMA și TIPUL DE CURS	5
7.1	REZULTATELE PROCESULUI DE ÎNVĂȚARE	8
8	INFORMAȚII CHEIE DESPRE CURS.....	9
8.1	Cursul 1. INTRODUCERE ÎN ANTREPRENORIAL	9
8.2	Cursul 2. OPORTUNITĂȚI DE AFACERI ȘI TENDINȚE ÎN ROMÂNIA ȘI ÎN EUROPA 11	
8.3	Cursul 3. MODELE DE AFACERI	13
8.4	Cursul 4. PLANUL DE AFACERI	15
8.5	Cursul 5. INSTRUMENTE PENTRU PROIECTAREA SAU INOVAREA UNUI MODEL DE AFACERI	17
8.6	Cursul 6. MARKETING.....	19
8.7	Cursul 7. MARKETINGUL DIGITAL.....	21
8.8	Cursul 8. ANALIZA CELOR MAI BUNE STRATEGII DE MARKETING LA NIVELUL ÎNȚREPRINDERILOR MICI	23
8.9	Cursul 9. MANAGEMENTUL FINANCIAR	25
8.10	Cursul 10. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE	27

Cum să dezvolti o afacere de succes

Curriculum de curs & conținut

1 SCOPUL CURSULUI

Vrei să începi sau să dezvolti propria afacere, să te extinzi la nivel internațional sau să eviți falimentul?

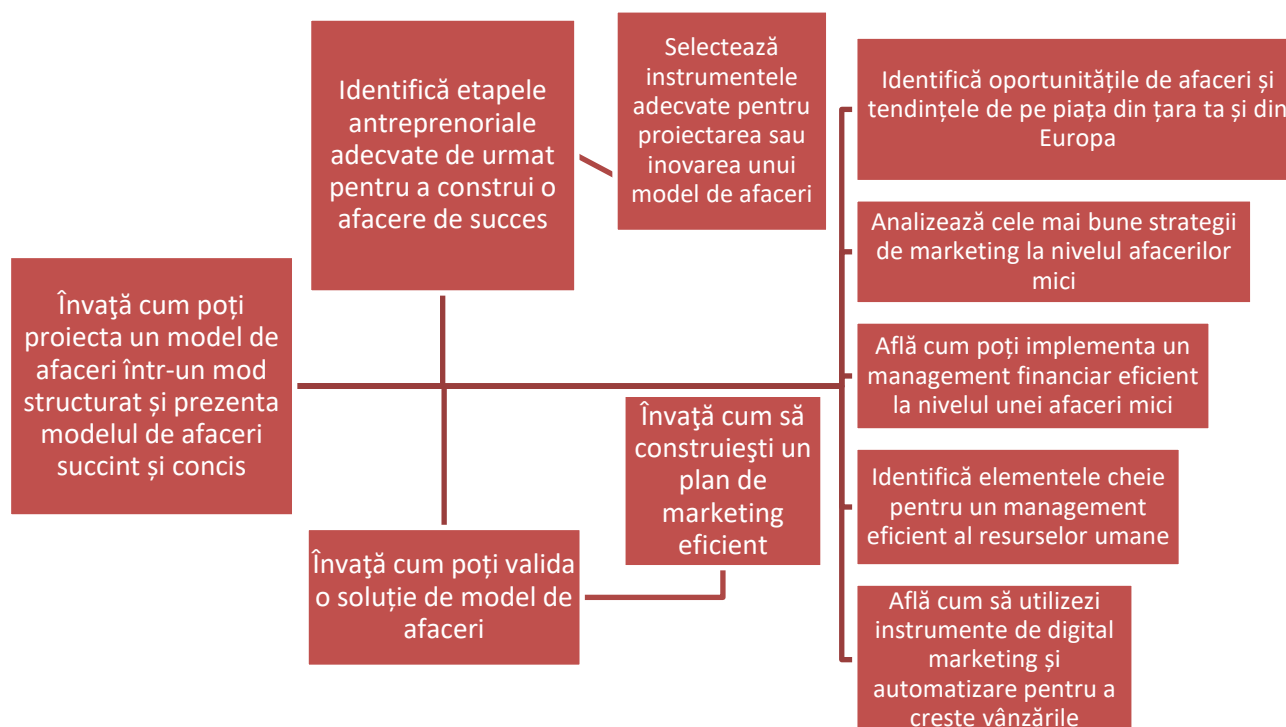
Prin acest curs de business și management, vei învăța conceptele cheie și pașii necesari pentru a proiecta sau inova propriul model de business. Vei învăța despre compromisurile care trebuie făcute și despre problemele de proiectare care sunt critice pentru un model de afaceri viabil și durabil.

Acest curs te va ajuta să răspunzi la întrebări precum: „Cum pot crea un model de afaceri simplu într-un mod structurat?” și „Cum îmi fidelizez consumatorii și cum creez valoare pentru clienții mei, precum și venituri pentru compania mea?”

2 LICENȚĂ

Materialele acestui curs sunt protejate în baza dreptului de autor în cadrul proiectului „BIZ4FUN - Hai să ne distrăm cu start-up-ul de afaceri” (ERASMUS + 2018-1-SK01-KA202-046271) și sunt licențiate în baza licenței internaționale Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike (CC-BY-NC-SA) 4.0.

3 OBIECTIVUL CURSULUI



4 POLITICILE CURSULUI

Toți participanții trebuie să fie sinceri și corecți în desfășurarea studiilor lor academice. A falsifica rezultatele cercetărilor cuiva, a fura cuvintele sau ideile altuia, a trișa în desfășurarea unui task sau a unei sarcini ori a permite sau ajuta o altă persoană să comită aceste fapte corupe procesul educațional. Se așteaptă de la participanți să își desfășoare propria muncă, precum și să nu ofere, nici să primească asistență neautorizată. Orice încălcare a acestui standard poate duce la excluderea automată de la curs.

Cursul trebuie parcurs într-o zonă liniștită, fără distrageri ale atenției.

5 CERINȚE/SUPORT TEHNIC

Cursul este compatibil cu toate browserele web principale. O conexiune la internet de mare viteză este recomandată.

6 POLITICA DE EVALUARE ȘI NOTARE

Pentru a primi creditele aferente cursului, participanții trebuie să finalizeze 100% din activitățile cursului cu răspunsuri satisfăcătoare și să petreacă timpul minim cerut pentru parcurgerea acestuia. Dacă se consideră că o sarcină nu este satisfăcător îndeplinită,

participanții trebuie să o revizuiască și să o transmită din nou până la termenul limită dat de instructor. Activitățile de curs constau în dezbateri și discuții pe diverse teme, lecturi, grupuri de studiu, activități și chestionare scurte. Chestionarele aferente finalului de modul trebuie să fie trecute cu 100%. Puteți parcurge chestionarele de câte ori este necesar pentru a promova modulul.

După finalizarea cursului, toți participanții vor primi un certificat de finalizare a acestuia.

7 PROGRAMA ȘI TIPUL DE CURS

- 1. Introducere în antreprenoriat** - Cursuri teoretice.
- 2. Oportunități de afaceri și tendințe în România și în Europa** - Obiectivul teoretic al acestei teme este de a învăța cum să identifiți și să analizați oportunitățile de afaceri în corelare cu comportamentul consumatorului.
- 3. Modele de afaceri** - Obiectivul teoretic al acestei teme este de a învăța cum să proiectezi fluxul de afaceri la nivel strategic pentru a oferi valoare clienților.
- 4. Planul de afaceri** - Cursuri practice.
- 5. Instrumente pentru proiectarea sau inovarea unui model de afaceri** - Obiectivul teoretic al acestei teme este de a învăța cum să creezi, să livrezi și să creezi valoare pentru companie și pentru client folosind tehnologii noi și moderne.
- 6. Marketing** – Cursuri practice.
- 7. Digital Marketing** - Cursuri practice.
- 8. Analiza celor mai bune strategii de marketing la nivelul întreprinderilor mici** - Obiectivul teoretic al acestei teme este de a învăța cum să identifiți și să alegeți strategia de marketing corectă care se potrivește cel mai bine pentru obiectivele de afaceri propuse.
- 9. Managementul financiar** - Cursuri practice.
- 10. Managementul resurselor umane** - Cursuri practice.

Model de scenariu de învățare

Informații de bază ale lecției	
Subiect	
Titlul lecției	

--	--

Cerințe preliminare**Subiect****Temă****Informații****Listă de activități/
materiale****Nume****Scurtă descriere****Categorie****Teme relevante****Numele temei relevante****Interdisciplinaritatea cu alte teme****Metode pedagogice (se aleg răspunsurile relevante)**☐ Prezentarea conceptelor☐ Metode de învățare activ-participative☐ Adresarea de întrebări☐ Studii de caz și exerciții practice

☐ Tutoriale☐ Jocuri☐ Narațiune☐ Simulări☐ Joc de roluri☐ Discuții☐ Activități în grupuri restrânse☐ Activități interactive în mediul online (Facebook, Twitter, Youtube)

Altele:

Descrierea activității în 3D (un tabel pentru fiecare activitate – a se introduce informațiile necesare)**Obiectivele activității în 3D****Cuvinte cheie****Durata activității în 3D****Proces de învățare****Activitate****Descriere****Sarcini/task-uri****Descriere grafică**

Text informativ
-
Instrucțiuni de lucru
Informații
Referințe

7.1 REZULTATELE PROCESULUI DE ÎNVĂȚARE

În ceea ce privește capacitatea de a dezvolta o afacere de succes, participantul va putea:

- să utilizeze instrumente și tehnologii noi pentru promovarea afacerii la nivelul diferitelor grupuri țintă;
- să caute, să aleagă și să dezvolte un model adecvat de afaceri care se potrivește cel mai bine obiectivelor și nevoilor propuse;
- să identifice o piață atractivă din punct de vedere economic;
- să utilizeze automatizarea afacerilor ca instrument inovator pentru proiectarea unui nou model de afaceri;

În ceea ce privește demonstrarea înțelegerii modului de a dezvolta o afacere de succes, participantul va putea:

- să proiecteze un model de afaceri adecvat;
- să recunoască modele adecvate de finanțare pentru cariera sa antreprenorială;
- să elaboreze în mod clar pitch-uri eficiente pentru a obține sprijin pentru proiect;
- să elaboreze un plan de afaceri bine prezentat, care să fie fezabil;
- să dezvolte o strategie de marketing pentru mai multe tipuri de public țintă.

8 INFORMAȚII CHEIE DESPRE CURS

8.1 Cursul 1. INTRODUCERE ÎN ANTREPRENORIAL

1	Tip curs	Teoretic
2	Descrierea cursului	Obiectivul principal este extinderea culturii antreprenoriale între tineri și dezvoltarea conduitei antreprenoriale prin activarea experienței practice de învățare. Va reprezenta un set de informații care să permită dezvoltarea materialelor de învățare, concentrându-se pe domenii cheie pentru start-up-uri precum: Dezvoltarea unei idei de afaceri; Construirea unei echipe; Crearea unui plan de afaceri; Clienți, vânzări și marketing, Forme de investiții etc.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	3
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • sprijinirea antreprenoriatului și / sau transferul inovației în practică; • modul de alegere a modelului de afaceri; • rezultatele din punct de vedere strategic;
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale, videoclipuri; <p>metodologii și tehnici: învățare colaborativă, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative;</p> <ul style="list-style-type: none"> • medii și instrumente TIC: Prezentarea conceptelor, Studii de caz și exerciții practice, Rețele de socializare;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	UPAT - PANEPISTIMIO PATRON (EL)
9	Mod de livrare	învățare online

10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul teoretic al acestei teme de învățare este de a înțelege conceptul de antreprenoriat și de a identifica nevoile unui proiect.
11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz; • Reflecție critică;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Chestionare;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none"> • Drucker PF (1993) Innovation and entrepreneurship: practice and principles. HarperCollins, New York. • Alvarez, S.A., Busenitz, L.W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. Journal of Management. • Kuratko, D. (2009). Introduction to Entrepreneurship. South Western Educational Publishing.

8.2 Cursul 2. OPORTUNITĂȚI DE AFACERI ȘI TENDINȚE ÎN ROMÂNIA ȘI ÎN EUROPA

1	Tip curs	Teoretic
2	Descrierea cursului	Cursul "Oportunități de afaceri și tendințe în România și în Europa", integrează aspecte legate de marketing, management și finanțe, având drept scop furnizarea cunoștințelor și abilităților pentru identificarea oportunităților în tendințele pieței, prin implicarea participanților în simulări, exerciții practice și muncă în echipă pentru a explora tendințele economice, sociale și politice atât în țările lor, cât și în Europa.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	4
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • proces administrativ și riscuri potențiale; • segmentarea consumatorilor; • analiza situației de achiziții; • analiza concurenței directe și indirecte; • analiza produselor și serviciilor complementare;
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale, videoclipuri; • metodologii și tehnici: învățare colaborativă, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative, cercetare; • medii și instrumente TIC: teste, Prezentarea conceptelor, Rețele de socializare;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	SUA – Slovak University of Agriculture In Nitra (SK), SBA - Slovak Business Agency (SK), EUC - Edu Consulting, z.ú (CZ), CTE - Asociația Centrul de Training European (RO), UPAT - PANEPISTIMIO PATRON (EL), EGINA - European

		Grants International Academy S.R.L. (IT), MNLA - Akdeniz Naturel Yaşam Derneği (TR)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul teoretic al acestei teme de studiu este de a învăța cum să identificați și să analizați oportunitățile de afaceri în corelație cu comportamentul consumatorului.
11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz; • Auto-evaluare; • Proiect practic; • Examinare;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • chestionare; • feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none"> • Gibson I., Rosen D., Stucker B. (2015) Business Opportunities and Future Directions. In: Additive Manufacturing Technologies. Springer, New York, NY. • Chesbrough, H. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. Long Range Planning, Volum 43, Numerele 2-3, pag. 354-363. • Brandon A. Mueller, Dean A. Shepherd (2016). Making the Most of Failure Experiences: Exploring the Relationship between Business Failure and the Identification of Business Opportunities. Entrepreneurship Theory and Practice, Volum 40 Număr 3, pag. 457-487.

8.3 Cursul 3. MODELE DE AFACERI

1	Tip curs	Teoretic
2	Descrierea cursului	Proiectat pentru a aborda fie o provocare personală, fie corporativă, Cursul de “Modele de afaceri” își propune să identifice și să comunice elementele cheie ale unui model de afaceri, să sporească capacitatea de a alege modelul de afaceri adecvat pentru a îndeplini obiectivele și pentru a aborda rezultatul strategic ca un atribut cheie al afacerii într-un mod interactiv, folosind o gamă variată de resurse de învățare.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	5
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • Diferite tipuri de modele de afaceri; • Cum să alegi modelul de afaceri; • Rezultatul strategic;
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale; • metodologii și tehnici: întrebări, discuții libere și semi-structurate; • medii și instrumente TIC: teste, prezentarea conceptelor;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	SUA – Slovak University of Agriculture in Nitra (SK)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul teoretic al acestei teme de studiu este de a învăța cum să se proiecteze fluxul de afaceri la nivel strategic pentru a oferi valoare clienților.
11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz; • Auto-evaluare;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • chestionare;

		<ul style="list-style-type: none"> • feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none"> • Spiekermann, S., Acquisti, A., Böhme, R. et al. Electron Markets (2015) 25: 161. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0191-0. • Täuscher K., Sven S.M. (2018). Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. European Management Journal, Volum 36, Număr 3, pag. 319-329. • Wirtz, B., Pistoia A., Ullrich S., Göttel V. (2015). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. Long Range Planning, Volum 49, Număr 1, pag. 36-54.

8.4 Cursul 4. PLANUL DE AFACERI

1	Tip curs	Practic
2	Descrierea cursului	Cursul conține toate aspectele antreprenoriatului de la pregătirea planului de afaceri de bază, trecând prin construirea unei echipe, căutarea finanțării și finalizând cu partea de marketing.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	4
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • elaborarea unui plan de afaceri de succes; • cum se înființează o companie, cum se gestionează aspectele financiare; • rezultatul strategic;
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale; • metodologii și tehnici: întrebări, discuții libere și semi-structurate; • medii și instrumente TIC: teste, prezentarea conceptelor;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	EGINA - European Grants International Academy S.R.L. (IT)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul practic al acestei unități de studiu este de a învăța cum să se proiecteze fluxul de afaceri la nivel strategic pentru a oferi valoare clienților, pentru a identifica posibilități de colaborare. De asemenea, este inclusă o abordare de management a planului de afaceri.
11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz; • Auto-evaluare; • Examinare;

12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none">• chestionare;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none">• Shepherd, D. A. 1999. Venture capitalists' introspection: A comparison of "in use" and "espoused" decision policies. Journal of Small Business Management, 37(2): 76 – 87.• Baron, R. A. 2008. The role of affect in the entrepreneurial process. Academy of Management Review, 33: 328 –340.• Burns, P. 2001. Entrepreneurship and Small Business. Basingstoke: Palgrave.

8.5 Cursul 5. INSTRUMENTE PENTRU PROIECTAREA SAU INOVAREA UNUI MODEL DE AFACERI

1	Tip curs	Teoretic
2	Descrierea cursului	Cursul "Instrumente pentru proiectarea sau inovarea unui model de afaceri" oferă participanților o imagine de ansamblu despre cele mai des întâlnite modele de afaceri, despre provocările din era digitală și despre oportunitățile oferite de noile tehnologii pentru a spori eficiența modelului de afaceri pe care l-au ales participanții pentru propriile lor afaceri.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	6
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • Compararea modelelor de afaceri • Evaluarea modelului de afaceri • Instrumente moderne pentru inovarea afacerii (automatizări și platforme de afaceri)
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale • metodologii și tehnici: învățare colaborativă, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative • medii și instrumente TIC: teste, Conturarea conceptelor, Studii de caz și exerciții practice
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	CTE - Asociația Centrul de Training European (RO)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul teoretic al acestei unități de studiu este de a învăța cum să se creeze, să se livreze și să se obțină valoare pentru companie și client folosind tehnologii noi și moderne.

11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz; • Auto-evaluare; • Examinare;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • chestionare; • feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none"> • Schaltegger, S., Hansen, E., Lüdeke-Freund, F. (2015). Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues. Organization & Environment, Volum: 29, număr: 1, pag. 3-10. • Saebia, T., Fossab, N. J. (2015). Business models for open innovation: Matching heterogeneous open innovation strategies with business model dimensions. European Management Journal, Volum 33, Număr 3, pag. 201-213. • Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E., Barlow, C. Y. (2017). Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models. Business Strategy and the Environment, Volum 26, Număr 5, pag. 597-608.

8.6 Cursul 6. MARKETING

1	Tip curs	Practic
2	Descrierea cursului	Cursul "Marketing" își propune să ofere participanților principiile cheie în domeniul brandingului, având în centru nevoile clientului, al strategiilor de promovare în piață, precum și oportunitățile de a îmbina vechile tehnici de marketing cu cele noi pentru a obține potențialul maxim în activitățile promoționale.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	4
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • Atragerea clienților și activarea acestora; • Metoda marketing mix; • Marketing de creștere; • Marketing online;
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale • metodologii și tehnici: învățare colaborativă, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative • medii și instrumente TIC: teste, Conturarea conceptelor, Studii de caz și exerciții practice, Rețele de socializare;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	EUC - Edu Consulting, z.ú (CZ)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul practic al acestui subiect de învățare este de a învăța cum să se promoveze, să se vândă și să se distribuie un produs sau serviciu pentru a obține o valoare adăugată în compania proprie.

11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz; • Auto-evaluare; • Proiect practic;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • chestionare; • feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler, P., Armstrong, G., Trifts, V., & Cunningham, P. H. (2018). Principles of marketing. Brantford, Ont.: W. Ross MacDonald School Resource Services Library. • Fill, C. (2013). Marketing communications: Brands, experiences and participation. Harlow: Pearson. • Lee, K., & Carter, S. (2005). Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes. New York: Oxford University Press. • Malhotra, N. K. (2010). Study guide and technology manual: Marketing research an applied orientation. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

8.7 Cursul 7. MARKETINGUL DIGITAL

1	Tip curs	Practic
2	Descrierea cursului	Cursul "Marketing digital" oferă o abordare îmbunătățită a instrumentelor digitale care revoluționează lumea marketingului prin mutarea echilibrului de putere de la firme la consumatori și explorează mai multe aspecte ale noului mediu de marketing digital.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	4
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • Publicitate pe Facebook; • Google AdWords; • Marketing de conținut; • Opțiuni oferite de variantele standard ale mediilor de socializare.
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale • metodologii și tehnici: joc de roluri, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative, învățare colaborativă • medii și instrumente TIC: teste, simulări, povestiri, rețele de socializare.
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	CTE - Asociația Centrul de Training European (RO); SBA - Slovak Business Agency (SK)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul teoretic al acestei teme de învățare este acela de a învăța cum să se folosească tehnologiile digitale (SEO, marketing de conținut, automatizare a conținutului, medii de socializare etc.) pentru a angaja oamenii și a stimula conștientizarea afacerilor.

11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none">• Auto-evaluare;• Proiect practic;• Recenzie de la egal la egal;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none">• chestionare;• feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none">• Strauss, J., & Frost, R. (2009). E-marketing. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.• Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). Social media marketing. Los Angeles: Sage.• Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2018). Digital Marketing. Los Angeles: SAGE.

8.8 Cursul 8. ANALIZA CELOR MAI BUNE STRATEGII DE MARKETING LA NIVELUL ÎNTREPRINDERILOR MICI

1	Tip curs	Teoretic
2	Descrierea cursului	Cursul “Analiza celor mai bune strategii de marketing la nivelul întreprinderilor mici” oferă o abordare integrată a strategiilor și instrumentelor de marketing într-o eră digitală, implicând participanții în exerciții practice, simulări și studii de caz.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	4
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • Gândirea creativă și strategia; • Publicitatea online și mediile de socializare; • Analiza web și vizualizarea datelor; • Marketingul motorului de căutare (SEM);
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale, videoclipuri; • metodologii și tehnici: învățare colaborativă, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative, joc de roluri; • medii și instrumente TIC: teste, conturarea conceptelor, Studii de caz și exerciții practice, rețele de socializare, povestiri;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	CTE - Asociația Centrul de Training European (RO); SUA – Slovak University of Agriculture in Nitra (SK); EUC - Edu Consulting, z.ú (CZ)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul teoretic al acestei unități de studiu este de a învăța cum să se identifice și să se aleagă strategia de

		marketing corectă care se potrivește cel mai bine obiectivelor propuse la nivelul afacerii.
11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz; • Auto-evaluare; • Proiect practic; • Teste cu alegere multiplă; • Recenzie de la egal la egal;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • chestionare; • feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none"> • Anderson, James C. and James A. Narus (1984), A Model of the Distributor's Perspective of Distributor-Manufacturer Working Relationships, Journal of Marketing, 48 (Fall), 62. • Geyskens, Inge, Jan-Benedict E.M. Steenkamp, and Nirmalya Kumar (1998), Generalizations About Trust in Marketing Channel Relationships Using Meta-Analysis, International Journal of Research in Marketing, 15 (3), 223. • Young, Joyce A., Faye W. Gilbert, and Faye S. McIntyre (1996), An Investigation of Relationalism Across a Range of Marketing Relationships and Alliances, Journal of Business Research, 35 (2), 139-51.

8.9 Cursul 9. MANAGEMENTUL FINANCIAR

1	Tip curs	Practic
2	Descrierea cursului	Cursul "Management financiar" își propune să dezvolte abilitățile participanților de a planifica și evalua resursele financiare în conformitate cu strategiile de afaceri, de a înțelege piețele de capital și instituțiile din perspectivă financiară, acoperind fundamentele managementului strategic.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	5
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • Planificare financiară, monitorizare, evaluare și învățare; • Control financiar; • Cum se alocă resurse financiare specifice;
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER), tutoriale; • metodologii și tehnici: rezolvarea problemelor, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative; • medii și instrumente TIC: teste, simulări;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	SBA - Slovak Business Agency (SK)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul practic al acestei unități de studiu este de a învăța cum să se obțină resurse financiare pentru dezvoltarea și menținerea unei afaceri.
11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Auto-evaluare; • Teste cu alegere multiplă;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • chestionare;

		<ul style="list-style-type: none"> • feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;
13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none"> • Grable, J.E., Park, J., Joo, S. (2009). Explaining financial management behavior for Koreans living in the United States, Journal of Consumer Affairs, 43(1): 80-105. • Parrotta, J.L., Johnson, P.J. (1998). The Impact Of Financial Attitudes And Knowledge On Financial Management And Satisfaction Of Recently Married Individuals, Financial Counseling and Planning, 9(2): 59-75. • Robb, C.A, Sharpe, D.L. (2009). Effect of personal financial knowledge on college students' credit card behavior, Journal of Financial Counseling and Planning, 20(1): 25- 43.

8.10 Cursul 10. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

1	Tip curs	Practic
2	Descrierea cursului	Cursul "Managementul resurselor umane" își propune să îi ajute pe cursanți să înțeleagă mai profund despre fundamentele resurselor umane și să ia în considerare abordări alternative în managementul și evaluarea resurselor umane ale unei afaceri.
3	Cadrul european al Calificărilor (CeC)	6
4	Conținutul activității de învățare	<ul style="list-style-type: none"> • Capital intelectual; • Comportamentul și cultura organizațională; • Managementul talentelor;
5	Modele pedagogice, strategii și instrumente TIC	<ul style="list-style-type: none"> • tipul de conținut: Resurse educaționale deschise (OER); • metodologii și tehnici: joc de roluri, discuții libere și semi-structurate, Metode de învățare activ-participative; • medii și instrumente TIC: teste, simulări;
6	Limba cursului	EN și traduceri
7	Numele lectorilor	în curs de a fi decis
8	Supraveghetor	MNLA - Akdeniz Naturel Yaşam Derneği (TR)
9	Mod de livrare	învățare online
10	Rezultatele procesului de învățare	Obiectivul practic al acestei teme de învățare este de a învăța cum să se crească performanța angajaților și să se obțină un avantaj competitiv pe piață.
11	Metode de evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • Auto-evaluare; • Proiect practic; • Recenzie de la egal la egal;
12	Feedback pentru evaluare	<ul style="list-style-type: none"> • chestionare; <p>feedback de la participanți prin întâlniri de tip focus-grup;</p>

13	Lectură recomandată sau necesară	<ul style="list-style-type: none">• Elkjaer, B. (2000). Learning and getting to know: the case of knowledge workers. Human Resource Development International, 3(3), 343-359.• Schippman, J. S., Ash, R. A., Battista, M., Car, L., Eyde, L. D., Hesketh, B., Kehoe, J., Pearlman, K., Prien, E. P. & Sanchez, J. I. (2000). The practice of competency modeling. Personnel Psychology, 53(3), 703-740.• Stewart, T. A. (1997). Intellectual capital: the new wealth of organizations. Doubleday, New York.
----	---	---