

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2024-2025
Anul de studiu I/ Semestrul II

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	De științe economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea/ Grupa de bază ESCO*	Economia comerțului, turismului și serviciilor/ 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice Cod ESCO: Cod ESCO: 2421 – Analist management și organizare - Management and organisation analysts

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing			2.2. Cod disciplină	ECTS 124		
2.3. Titularul activității de curs	Prof.univ.dr. Muntean Andreea						
2.4. Titularul activității de seminar / laborator	Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra						
2.5. Anul de studiu	1	2.6. Semestrul	2	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					23
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)	83
3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4)	44
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	125
3.10 Numărul de credite	5

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 dotata cu videoproiector/tablă
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sala dotata cu videoproiector/tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	R12/C12/ analizează factorii externi ai societăților R14/C134/ stabilește relații de afaceri R19/C19/ identifică acțiuni de îmbunătățire
Competențe transversale	-

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Studiul disciplinei le va furniza studenților cunoștințe și competențe din domeniul marketingului referitoare la analiza mediului de marketing, cunoaștere structurii pieței unei organizații, definirea politicilor de marketing (produs, preț, plasare, promovare).</i>
7.2 Obiectivele specifice	<i>Furnizarea de competențe privind stabilirea oportunităților de marketing, segmentarea pieței și alegerea segmentelor țintă, definirea mix-ului de marketing.</i>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Marketing – noțiuni introductive - Conceptul de marketing	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
2. Marketing – noțiuni introductive - Funcțiile marketingului; Creșterea importanței marketingului	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
3. Mediul de marketing al firmei – Micromediul	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
4. Mediul de marketing al firmei – Macromediul	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
5. Piața întreprinderii - Noțiunea de piață; Dimensiunile pieței întreprinderii;	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
6. Piața întreprinderii Noțiunea de piață; Dimensiunile pieței întreprinderii	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
7. Politica de produs: Definirea produsului; Clasificarea produselor; Gama și liniile de produse	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
8. Politica de produs: Ciclul de viață al produselor, Produsele noi, Marca, Strategii de produs	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
9. Politica de produs: Marca, Strategii de produs	Prelegere, discutii, exemplificare	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs,

		seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
10. Politica de preț: Conceptul de preț ; Modalități de determinare a prețului; Strategii de preț	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
11. Politica de distribuție: Distribuția – concept și conținut; Canalele de distribuție	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
12. Politica de distribuție: Formele distribuției; Strategiile de distribuție	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
13. Politica de promovare: Comunicarea; Structura activității promoționale	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
14. Politica de promovare: Strategii promoționale	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019

Bibliografie

1. Muntean, A. Lazea R, *Marketing, note de curs*, seria Didactica a Universității ”1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019
2. Armstrong, G; Kotler, P. – „Introducere în marketing”, ediția a 12-a, Pearson/Educational Centre, București, 2015
3. Kotler, Ph., *Managementul Marketingului*, Teora, 2008

8.2. Seminar-laborator	Metode de predare	Observații
1. ROLUL ȘI FUNCȚIILE MARKETINGULUI: aplicație	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
2. MICROMEDIUL ȘI MACROMEDIUL FIRMEI –aplicații, studiu de caz: Dacia Dokker	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
3. DIMENSIUNILE PIEȚEI FIRMEI - Studii de caz: Starbucks; Clienți în căutare de soluții; Omul secolului XXI	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
4. ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII DE PRODUS-studiu de caz: Lastminute.com, exerciții	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
5. ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII DE PREȚ-studiu de caz: Analiza politicii de preț a unei firme	<i>Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
6. ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII DE DISTRIBUȚIE-	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs,

studii de caz, aplicații		seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
7. ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII PROMOȚIONALE: realizarea unui mesaj promoțional	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare,</i>	2 Ore Muntean, A. Lazea R, Marketing, note de curs, seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Muntean, A. Lazea R, <i>Marketing, note de curs</i>, seria Didactica a Universității ”1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019 2. Armstrong, G; Kotler, P. – „Introducere în marketing”, ediția a 12-a, Pearson/Educational Centre, București, 2015 3. Kotler, Ph.; Keller, Managementul Marketingului, Teora, 2008 		

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

Conform cerințelor impuse de piața muncii, cursul va oferi studenților posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a realiza o analiză și interpretare a fenomenelor și proceselor de marketing; pentru a simula, analiza și interpreta etapele unui plan de marketing; pentru a analiza componentele mix-ului de marketing.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finală</i>	<i>Examen scris</i>	70%
10.5 Seminar/laborator	<i>Conținutul suportului pentru seminarii</i>	<i>Proiect de semestru</i>	30%
10.6 Standard minim de performanță: -obținerea notei minime 5 - realizarea proiectului de semestru conform cerințelor			

Data completării
16.09.2024

Semnătura titularului de curs
Prof.univ.dr Muntean Andreea

Semnătura titularului de seminar
Lect.univ.dr. Lazea Ruxandra

Data avizării în departament
16.09.2024

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Maican Silvia Stefania