

**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	Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificari COR/grupă de bază ESCO	Marketing/ 243103 Specialist în marketing, 243101 Art director publicitate, 243104 Manager de produs/ Cod ESCO: 2431 - Specialiști în publicitate și marketing

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Practică</b>		2.2. Cod disciplină	<b>MK 126</b>			
2.3. Titularul activității de curs	-						
2.4. Titularul activității de seminar/practică	<b>Lect. univ. dr. Lazea Ruxandra</b>						
2.5. Anul de studiu	<b>I</b>	2.6. Semestrul	<b>II</b>	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	<b>C</b>	2.8. Regimul disciplinei ( <b>O</b> – obligatorie, <b>Op</b> – opțională, <b>F</b> – facultativă)	<b>O</b>

**3. Timpul total estimat**

3.1. Număr ore pe săptămână	<b>4</b>	din care: 3.2. curs	-	3.3. seminar/practică	<b>4</b>
3.4. Total ore din planul de învățământ	<b>56</b>	din care: 3.5. curs	-	3.6. seminar/laborator	<b>56</b>
Distribuția fondului de timp					ore
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					-
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					2
d. Tutoriat					-
e. Examinări					2
f. Alte activități universitare (vizite de studiu, consultații proiecte, etc.) .....					-

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)	<b>17</b>
3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4)	<b>58</b>
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	<b>75</b>
3.10 Numărul de credite	<b>3</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	<i>Discipline de parcurs din semestrele anterioare, ex: Microeconomie, Macroeconomie, Management, Marketing, Bazele contabilității</i>
4.2. de competențe	<i>Competențele oferite de disciplinele enumerate mai sus, ex.:</i>

	<i>Înțelegerea conceptelor economice de bază utilizate în activitatea curentă de către personalul organizațiilor din departamentele/compartimentele de specialitate (vânzări, marketing, financiar-contabilitate, management, relații publice etc.).</i>
--	--

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<i>Practica se va desfășura la sediul/punctele de lucru ale agenților economici cu care sunt încheiate acorduri de practică la nivel instituțional.</i>
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe/rezultate ale învățării	-
Competențe transversale	R25/CT2 Demonstrează spirit antreprenorial R26/CT3 Lucrează în echipe

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>De a cunoaște condițiile concrete de derulare a activității economice desfășurate la nivelul unei organizații, de a vedea care sunt operațiile uzuale desfășurate, de a familiariza studentul cu documentele specifice, etc. Completarea și adâncirea cunoștințelor dobândite, familiarizarea studenților cu modul de aplicare în cadrul entităților economice a cunoștințelor teoretice însușite în procesul de învățământ și formarea de noi deprinderi practice în problemele specifice domeniului administrarea afacerilor.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<i>Familiarizarea studenților cu mediul economic, identificarea legăturilor dintre cunoștințele teoretice și cele practice și inițierea în problematica complexă a activității economice; Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinelor); Dezvoltarea competențelor de comunicare și orientare în spațiul economic real; Utilizarea corectă a documentelor și modul de întocmire al acestora.</i>

#### 8. Conținuturi

<b>Prezentarea generală a organizației</b> - Scurt istoric - Structura acționariatului și forma de proprietate - Prezentarea obiectului de activitate
<b>Structură și organizare la nivelul organizației</b> - Structura organizației (structura personalului și organigrama cu detalierăa fiecărei poziții, regulamentele interne)
<b>Prezentarea produselor/ serviciilor din cadrul organizației</b>
<b>Eficiența activității economice desfășurate de către organizație</b> - Prezentarea evoluției indicatorilor microeconomiei de la nivelul organizației în ultimii trei ani (cifra de afaceri, profitul, rata profitului, gradul de îndatorare, rata de lichiditate)
<b>Aspecte privind aprovizionarea și desfacerea produselor/serviciilor</b> - Prezentarea relațiilor cu furnizorii

- Prezentarea relațiilor cu clienții și gestionarea acestora
- Mediul de marketing al organizației
- Mix-ul de marketing al organizației

### Concluzii cu privire la aspectele analizate

#### Bibliografie

1. Dobre, I., Mustață, F., Simularea proceselor economice. Editura INFOREC, București, 1996
2. Dodescu, G., Odăgescu, I., Scheianu, S., Năstase, P., Simularea sistemelor. Editura Militară, București, 1986
3. Filip, F. G., Decizie asistată de calculator: decizii, decidenți, metode și instrumente de bază. Editura Tehnică și Editura Expert, 2002
4. Fishman, S. G., Monte Carlo: concepts, algorithms, and applications. Springer-Verlag New York Berlin Heidelberg, 1997
5. Moeschin, O., Grycko, E., Pohl, C., Steinert, F., Experimental Stochastic, Springer-Verlag, 1998
6. Moore, J.H., Weatherford, L.R., Decision Modeling with Microsoft Excel. 6th ed. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River, NJ, 2001
8. Nicolescu, O., Plumb, I., Pricop, M., Vasilescu, I., Verboncu, I., (coordonatori), Abordări moderne în managementul și economia organizației. Editura Economică, București 2003
9. Nicolescu, O., Verboncu, I. - Management, Editura Economică, Bucuresti, 1995
10. Nicolescu, O - Noutăți în managementul internațional, Editura Tehnică, Bucuresti, 1999
11. Nicolescu, O., Verboncu, I. - Management și eficiență, Editura.
12. LEGE nr. 222 din 14 iulie 2023 pentru modificarea și completarea Legii societăților nr. 31/1990, precum și a Legii nr. 265/2022 privind registrul comerțului și pentru modificarea și completarea altor acte normative cu incidență asupra înregistrării în registrul comerțului, publicată în MO nr. 667 din 20 iulie 2023
13. Nicolescu, Ovidiu (2004) Managerii și managementul resurselor umane, Editura Economică
14. Breaz Nicoleta M., *Analiză matematică*, Note de curs, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2014.
15. Bruhn, M., *Marketing*, Editura Economică, București, 1999.
16. Cordoș Mălina, *Management – Course notes*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013.
17. Crețoiu Gh., Cornescu V. Bucur I., *Economie*, Editura G.H. Beck, București, 2008.
18. Dobra Iulian Bogdan, *Macroeconomics – Lecture Notes*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013.
19. Gavrilă – Paven Ionela, *Microeconomics*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013.
20. Kadar Manuella coord., Muntean Andreea, *Caiet de practică – Specializarea Marketing*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2011.
21. Kotler, Ph., *Kotler despre marketing. Cum să creem, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele*, Editura CURIER MARKETING, București, 2003.
22. Kotler, Ph., *Managementul Marketingului*, Editura Teora, București, 2004.
23. Muntean Andreea, *Cercetări de marketing*, Note de curs, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015.
24. Muntean Andreea, *Marketing – Note de curs*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015.
25. Mureșan Maria, *Foreign language – English*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013.
26. Nicolescu O., Verboncu I., *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007.
27. Paștiu Carmen Adina, *Marketing*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013.
28. Paștiu Carmen, *Marketingul serviciilor*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2014.
29. Paștiu Carmen Adina, *Marketing agroalimentar*, Note de curs, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din

Alba Iulia, 2015.

30. Popescu, Ioana Cecilia, *Comunicarea în marketing: Concepte, tehnici, strategii*, București, Editura Uranus, 2006.  
31. Stremțan Filimon, Muntean Andreea, Lazea Ruxandra, *Marketing internațional*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015.

**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 economice care se desfășoară la nivelul organizațiilor.*

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Nu este cazul</i>	Nu este cazul	-
10.5 Seminar/Practică	<i>Evaluare finală</i>	Colocviu (examinare orală)	50%
		Portofoliu final	50%

10.6 Standard minim de performanță:

Promovarea examenului presupune obținerea la examenul final a notei minime 5 (cinci), la care se vor adăuga punctele corespunzătoare celorlalte activități punctate anterior.

Data completării

12.09.2024

Semnătura titularului

Lect. univ. dr. Lazea Ruxandra

Data avizării în departament

16.09.2024

Semnătura director de departament

Conf. univ. dr. Maican Silvia Ștefania