



**TEMATICA**  
**pentru colocolviul de admitere la gradul didactic I**  
**Specializarea MARKETING**

**A. COMPETENȚE VIZATE**

**Competențe profesionale:**

Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing;

Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing;

Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său;

Fundamentarea și elaborarea *mix-ului de marketing* ;

Utilizarea tehnicilor de vânzare;

Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației

**Competențe transversale:**

- capacitatea de a mobiliza, a combina și a utiliza *în mod autonom* capacitățile de cunoaștere, deprinderile și competențele generale și cele profesionale în acord cu diversele cerințe specifice unui anumit context, situații sau probleme de natură educațională și socială;
- atitudini și capacități pentru consilierea, orientarea și asistarea psihopedagogică a diverselor categorii de persoane / grupuri educaționale (elevi, familii, profesori etc.);
- capacitatea de analiză cognitivă și evaluare axiologică a mediilor socio-culturale, a evenimentelor și conjuncturilor ce au loc în viața școlii și a comunității sociale;
- capacitatea de a evalua și de a îmbunătăți performanța strategică a echipelor;
- capacitatea de a comunica audienței de specialiști și nespecialiști rezultatele proiectelor, motivația deciziilor, concluziile evaluărilor, direcțiile acțiunilor viitoare;
- atitudine creativă, deschidere față de nou, spirit exploratoriu și motivație favorabilă investigării și explicării fenomenelor educaționale;
- atitudini și capacități de autoformare, de autoevaluare a și ameliorare continuă a practicilor profesionale și a evoluției în carieră.
- aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;
- identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;
- identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare;

- formarea unui comportament bazat pe managementul eficient al tuturor resurselor;
- capacitatea de a comunica și a interacționa social prin identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru realizarea unei comunicări adecvate exigentelor societății bazate pe cunoaștere.

## **B. TEMATICA**

### **1. Teme privind metodologia cercetării pedagogice și tehnica elaborării unei lucrări metodico-științifice:**

- 1.1. Proiectarea cercetării și managementul proiectului de cercetare pedagogică: etapele și demersurile elaborării și realizării unui proiect de cercetare
- 1.2. Metode și instrumente de colectare a datelor: metoda observației, analiza produselor activității elevilor, ancheta, chestionarul, interviul, metoda sociometrică, metoda studiului de caz, analiza documentelor școlare. Metoda testelor, tehnica construirii unui test educațional
- 1.3. Experimentul și metodologia experimentală: structura metodei experimentale, variabilele, grupurile de experimentare, etapele unui experiment psihopedagogic, planurile experimentale
- 1.4. Elemente de măsurare, analiză statistică și interpretare a datelor aplicate în cercetarea pedagogică
- 1.5. Redactarea, discutarea și definitivarea raportului de cercetare: sintetizarea, sistematizarea și prezentarea datelor (tabele, grafice, indicatori sintetici); structura unui raport de cercetare; exigențe privind aparatul critic al raportului de cercetare

### **2. Teme privind domeniul de specialitate și didactica acestuia:**

- 1.1. Curriculumul și managementul curricular. Aplicații pentru specializarea marketing.
- 1.2. Orientări contemporane în teoria și practica învățării. Strategii și metode specifice gândirii critice, învățării prin cooperare, învățării prin experiență. Aplicarea acestora în domeniile disciplinei marketing.
- 1.3. Proiectarea, organizarea și evaluarea activității didactice cu abordare centrată pe elev, pe formarea complexă a personalității acestuia în cadrul orelor de marketing.
- 1.4. Strategii și metode moderne de predare-învățare. Aplicații în funcție de tema lucrării.
- 1.5. Metodologia didactică privind formarea și consolidarea unor noțiuni fundamentale de marketing (ex. Politica de produs ;Politica de pret, Politica de promovare, Politicade distribuție ș.a.m.d.)
- 1.6. Orientări moderne în predarea marketingului. Valorificarea lor în studierea marketingului în școală.
- 1.7. Firma de exercitiu . Metoda moderna utilizata în predarea marketingului.
- 1.8. Managementul clasei de elevi: abordări actuale privind rolurile și funcțiile profesorului, situațiile conflictuale/de criză educațională în clasa de elevi, strategii și tehnici de intervenție a profesorului.

- 1.9. Consilierea în procesul adaptării școlare, consilierea diferențiată/ personalizată a elevilor cu dificultăți în învățare și a elevilor capabili de performanțe superioare, consilierea familiei.

### 3. Conținutul și desfășurarea colocviului:

- 3.1. Prezentarea temei propuse (motivarea alegerii temei, plasarea temei în contextul dezvoltărilor științifice și didactice actuale, relevanța științifică și didactică a temei propuse)
- 3.2. Enunțarea ipotezei/ipotezelor și a așteptărilor privind investigația întreprinsă.
- 3.3. Prezentarea sintetică a proiectului de cercetare: tipul de cercetare, etape, metode, eșantionare, variabile, proceduri de analiză a datelor.
- 3.4. Argumentarea valorii aplicative a lucrării, a contribuției la dezvoltarea practicii educaționale.
- 3.5. Prezentarea sintetică a bibliografiei.

### C. BIBLIOGRAFIE

- Balaure V, Popescu I. C., Șerbănică D., Vegheș C., Tehnici promoționale, Editura Uranus, București, 1999
- Balaure, V., (coord.), Marketing, ediția a-II-a, Editura Uranus, București, 2002.
- Borchin, Mirela (coord.), *Comunicare și argumentare. Teorie și aplicații*, Timișoara, Editura Excelsior Art, 2007
- Bruhn, M., Marketing, Editura Economică, București, 1999.
- Cătoi, I., (coord.), Cercetări de marketing, Editura Uranus, București, 2002.
- Cătoi, I. Teodorescu, N. Comportamentul consumatorului Editura Uranus, 2007
- Cerghit, Ioan, *Metode de învățământ*, ediția a IV-a revăzută și adăugită, Iași, Editura Polirom, 2006
- Cristea, Sorin (2000), *Dicționar de pedagogie*, Grupul Editorial Litera-Litera Internațional, Chișinău-București.
- Cucuș, Constantin (2006), *Pedagogie*, ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Polirom, Iași.
- Kotler, Ph Managementul Marketingului, Ediția a 5-a, Editura Teora, București, 2008
- Popescu I. C., Comunicarea în marketing, Editura Uranus, București, 2001.
- Potolea, D; Neacșu, I; Iucu, R.B.; Pânișoară I.O.(coordonatori) (2008), *Pregătirea psihopedagogică. Manual pentru definitivat și gradul didactic II*, Editura Polirom, Iași.
- Voiculescu E., Voiculescu, F., *Teoria și practica evaluării școlare*, Alba Iulia, Editura Aeternitas, 2009
- Voiculescu, Elisabeta; Voiculescu, Florea; Todor, Ioana; Aldea, Delia; Petrovan, Ramona; Buda, Lucia, Tăușan, Liana, *Pedagogie și elemente de psihologie școlară*, Alba Iulia, Editura Aeternitas, 2007
- Voiculescu, F., *Metodologia cercetării în științele educației* [Curs universitar], Alba Iulia, Universitatea „1 Decembrie 1918”, Seria *Didactica*, 2010