**UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIŞTE**

**FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE**

**DEPARTAMENTUL MANAGEMENT-MARKETING**

FIŞA DISCIPLINEI

1.Date despre program

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior |  **UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIŞTE** |
| 1.2 Facultatea/Departamentul |  **FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE** |
| 1.3 Departamentul |  **MANAGEMENT-MARKETING** |
| 1.4 Domeniul de studii |  **ADMINISTRAREA AFACERILOR** |
| 1.5 Ciclul de studii |  **LICENŢĂ** |
| 1.6 Programul de studii/Calificarea | **ECONOMIA COMERTULUI, TURISMULUI SI SERVICIILOR** |

2.Date despre disciplină

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | **MARKETING** |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs |  |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar |  |
| 2.4 Anul de studiu |  II | 2.5 Semestrul |  I | 2.6 Tipul de evaluare |  Es | 2.7 Regimul disciplinei | Obl.  |

3.Timpul total estimat (ore pe semestru al activităţilor didactice)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână |  4 | din care: 3.2 curs |  2 | 3.3 seminar/laborator |  2 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ |  56 | din care: 3.5 curs |  28 | 3.6 seminar/laborator |  28 |
| Distribuţia fondului de timp | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe |  20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren |  24 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri |  24 |
| Tutoriat |  12 |
| Examinări |  14 |
| Alte activităţi .................................................. |  - |
| 3.7 Total ore studiu individual |  94 |
| 3.9 Total ore pe semestru |  150 |
| 3.10 Numărul de credite |  6 |

4.Precondiţii (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum |  Economie, Macroeconomie, Microeconomie |
| 4.2 de competenţe |  Nu este cazul |

5.Condiţii (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului |  Nu este cazul |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului |  Nu este cazul |

6.Competenţe specifice acumulate

|  |  |
| --- | --- |
| Competenţe profesionale | * + C1. Realizarea prestatiilor in comert, turism si servicii
	+ C2. Comercializarea produselor/serviciilor
	+ C3. Gestionarea relatiilor cu clientii si furnizorii
	+ C4. Gestionarea si alocarea resurselor materiale si financiare
 |
| Competenţe transversale | * + CT1. Aplicarea principiilor, normelor şi valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă şi responsabilă
	+ CT2. Conducerea activităţii unei echipe, identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată, repartizarea sarcinilor şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei
 |

7.Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * + Înţelegerea rolului marketingului pentru activitatea unei organizaţii
 |
| 7.2 Obiectivele specifice | * Cunoaşterea, înţelegerea conceptelor, teoriilor şi metodelor de marketing
* Aplicarea conceptelor în marketing in gestiunea unei organizatii
	+ Explicarea şi interpretarea de date şi informaţii de marketing pentru formularea de argumente şi decizii concrete pentru gestiunea unei organizatii din domeniul turismului sau serviciilor in general.
 |

8.Conţinuturi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8.1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| C1: Conceptul de marketing | Expunere, conversaţie |  |
| C2: Mediul de marketing al organizaţiei | Expunere, conversaţie, aplicaţie |  |
| C3: Abordarea pieţei si a comportamentului de cumparare din perspective marketingului | Expunere, conversaţie, aplicaţie |  |
| C4: Politica de produs  | Expunere, conversaţie, aplicaţie |  |
| C5: Politica de produs | Expunere, conversaţie  |  |
| C6: Politica de preţ | Expunere, conversaţie, aplicaţie |  |
| C7: Politica de distribuţie | Expunere, conversaţie |  |
| C8: Politica de comunicare-promovare | Expunere, conversaţie, aplicaţie |  |
| C9: Politica de comunicare-promovare | Expunere, conversaţie |  |
| C10: Mixul de marketing | Expunere, conversaţie, aplicaţie |  |
| C11: Studiul pietei in cazul organizatiilor din domeniul turismului si serviciilor | Expunere, conversaţie |  |
| C12: Studiul pietei in cazul organizatiilor din domeniul turismului si serviciilor | Expunere, conversaţie, aplicaţie |  |
| C13: De la strategie la planul de marketing | Expunere, conversaţie  |   |
| C14: Organizarea activitatii de marketing | Expunere, conversaţie, aplicaţie |   |
|  |
| 8.2 Seminar/laborator | Metode de predare | Observaţii |
| S1 : Rolul şi funcţiile marketingului | dezbatere |   |
| S2: Etapele dezvoltării marketingului | dezbatere |   |
| S3: Influenţa factorilor de macromediu asupra strategiilor firmei ... (de producţie sau servicii)  | studii de caz |  |
| S4: Selecţia furnizorilor pentru firma producătoare de bunuri materiale | studii de caz |  |
| S5: Clienţii, consumatorii, cumpărătorii, utilizatorii (concepte, diferenţe, exemple) | analiză comparativă, dezbatere |  |
| S6: Tipologia pieţelor. Modalitati de studiere a pietei | studii de caz, aplicaţii |   |
| S7: Relaţiile întreprinderii cu piaţa | dezbatere |   |
| S8: Ciclul de viaţă al produsului | studii de caz |   |
| S9: Metode de fixare a preţurilor | aplicaţii practice |  |
| S10 : Canale de distribuţie | studii de caz |  |
| S11 : Publicitate versus relaţii publice  | analiză comparativă, dezbatere, studii de caz |  |
| S12 : Strategii de produs în firme multinaţionale  | dezbatere |  |
| S13 : Decizii tactice de preţ particularizate pe tipuri de produse (referate) | analiză comparativă, dezbatere |  |
| S14 : Planificarea de marketing la firma ...  | studii de caz |  |
|   |   |   |
| Bibliografie1. Adăscăliţei V., *Euromarketing*, ediţia a II-a, Editura Uranus, Bucureşti, 2005.
2. Balaure V., Catoiu Iacob, Veghes Calin, *Marketing turistic*, Uranus, Bucuresti, 2005
3. Bucur-Sabo Mariana, *Marketing turistic,* Ed. Irecson, Bucuresti, 2006
4. Brandasu P. D., Gernusca D., *Marketing*, Ed. Univ. “Lucian Blaga” din Sibiu, 2001.
5. Cetina Iuliana, Brandabur Raluca, Constantinescu Mihaela, *Marketingul serviciilor. Teorie si aplicatii*, Uranus, Bucuresti, 2006
6. Constantinescu Lucretia Mariana, Gavrila Gratiela, *Marketing in turism*, Prouniversitaria, Bucuresti 2011
7. Garcia Menche Blanca, *Marketing in turismul rural*, Ed. Irecson, Bucuresti, 2004
8. Kotler P., Armstrong G., *Principiile marketingului*, editia a 4-a, Teora, Bucuresti, 2008.
9. Kotler P., Keller K. L., *Managementul marketingului*, editia a 4-a, Teora, Bucuresti, 2008.
10. Marcu Laura, Introducere in publicitate, Pro Universitaria, Bucuresti, 2018.
11. Meerman Scott David, *Noile reguli de marketing si PR*, Publica, Bucuresti, 2010
12. Ristea A. L. (coord), *Marketing. Concepte, instrumente, actiune*, Expert, Bucuresti, 2010.
13. Ristea Ana Lucia, Ioan-Franc Valeriu*, Marketing strategic*, Expert, Bucuresti, 2010
14. Roberts M. L., *Internet Marketing*, Thomson, second edition, 2008.
15. Strauss Judy, Frost Raymond, *E-marketing*, 5th edition, Prentice Hall, New Jersey, 2009
16. Susanu I.O., Cristache N., *Services marketing*, Denbridge Press, NY, 2008
17. Tanasescu Dorina, *Marketingul serviciilor*, Bibliotheca, Targoviste, 2015
18. Toma A., Marcu L., *Cercetări de marketing. Aplicaţii*, Editura Bibliotheca, Târgovişte, 2005.
19. Vranceanu D. M., *Politica de pret*, Uranus, Bucuresti, 2006.
20. Westwood J., *Planul de marketing pas cu pas*, Rentrop & Straton, Bucuresti, 1999.
 |

9.Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

|  |
| --- |
|  Utilizarea de studii de caz şi exemple de pe piaţa românească şi europeană.  |

10.Evaluare

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs |  Cunoştinţe |  Evaluare finală (examen) | 50 |
|  Participare curs |  Întrebări recapitulative | 5 |
| 10.5 Seminar/laborator |  Cunoştinţe practice | Conținut raport de studiu individual | 35 |
|  Abilităţi de comunicare | Formă raport de studiu individual | 10 |
| 10.6 Standard minim de performanţă:* Cunoaşterea noţiunilor de bază specifice disciplinei
* Capacitatea de a rezolva probleme/cazuri de dificultate medie prin aplicarea instrumentelor şi procedeelor de lucru specifice disciplinei
 |