



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MANAGEMENT
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	MANAGEMENT

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților 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 activităților 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 învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					24
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Tutoriat					12
Examinări					14
Alte activități .....					-
3.7 Total ore studiu individual					94
3.9 Total ore pe semestru					150
3.10 Numărul de credite					6

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

4.1 de curriculum	Economie, Macroeconomie, Microeconomie
4.2 de competențe	Nu este cazul

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

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector și Tablă; sistem on-line, prin utilizarea platformei e-learning MOODLE a UVT ( <a href="https://moodle.valahia.ro/">https://moodle.valahia.ro/</a> ) și a platformei on-line de videoconferințe ZOOM/ Microsoft TEAMS/ SKYPE).
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector și Tablă; sistem on-line, prin utilizarea platformei e-learning MOODLE a UVT ( <a href="https://moodle.valahia.ro/">https://moodle.valahia.ro/</a> ) și a platformei on-line de videoconferințe ZOOM/ Microsoft TEAMS/ SKYPE).

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- C1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT</li> <li>- C2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației</li> <li>- C5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă)</li> <li>- C6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</li> <li>- CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea rolului marketingului pentru activitatea unei organizații
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de marketing</li> <li>- Aplicarea conceptelor în marketing în conducerea unei organizații</li> <li>- Explicarea și interpretarea de date și informații de marketing pentru formularea de argumente și decizii concrete pentru conducerea unei organizații</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
C1: Conceptul de marketing	Expunere, conversație	2h
C2: Mediul de marketing al organizației	Expunere, conversație, aplicație	2h
C3: Abordarea pieței și a comportamentului de cumpărare din perspective marketingului	Expunere, conversație, aplicație	2h
C4: Politica de produs	Expunere, conversație, aplicație	2h
C5: Politica de produs	Expunere, conversație	2h
C6: Politica de preț	Expunere, conversație, aplicație	2h
C7: Politica de distribuție	Expunere, conversație	2h
C8: Politica de comunicare-promovare	Expunere, conversație, aplicație	2h
C9: Politica de comunicare-promovare	Expunere, conversație	2h
C10: Mixul de marketing	Expunere, conversație, aplicație	2h
C11: Realizarea cercetărilor de marketing	Expunere, conversație	2h
C12: Realizarea cercetărilor de marketing	Expunere, conversație, aplicație	2h
C13: De la strategie la planul de marketing	Expunere, conversație	2h
C14: Organizarea activității de marketing	Expunere, conversație, aplicație	2h
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1 : Rolul și funcțiile marketingului	dezbateri	2h
S2: Etapele dezvoltării marketingului	dezbateri	2h
S3: Influența factorilor de macromediu asupra strategiilor firmei ... (de producție sau servicii)	studii de caz	2h
S4: Selecția furnizorilor pentru firma producătoare de bunuri materiale	studii de caz	2h
S5: Clienții, consumatorii, cumpărătorii, utilizatorii (concepte, diferențe, exemple)	analiză comparativă, dezbateri	2h
S6: Tipologia piețelor. Modalități de studiere a pieței	studii de caz, aplicații	2h
S7: Relațiile întreprinderii cu piața	dezbateri	2h
S8: Ciclul de viață al produsului	studii de caz	2h

S9: Metode de fixare a prețurilor	aplicații practice	2h
S10 : Canale de distribuție	studii de caz	2h
S11 : Publicitate versus relații publice	analiză comparativă, dezbateri, studii de caz	2h
S12 : Strategii de produs în firme multinaționale	dezbateri	2h
S13 : Decizii tactice de preț particularizate pe tipuri de produse (referate)	analiză comparativă, dezbateri	2h
S14 : Planificarea de marketing la firma ...	studii de caz	2h

#### Bibliografie

1. Adăscăliței V., *Euromarketing*, ediția a II-a, Editura Uranus, București, 2005.
2. Anghel Laurentiu Dan, Petrescu Eva-Cristina, *Business to Business Marketing*, editia a II-a revazuta, Ed. Uranus, Bucuresti, 2002
3. Balaure V. (coord.), *Marketing*, Editura Uranus, București, 2000.
4. Brandasu P. D., Gernusca D., *Marketing*, Ed. Univ. "Lucian Blaga" din Sibiu, 2001.
5. Grigorescu A., Bob C., Dobrescu E., *Marketingul afacerilor publice si private*, Uranus, 2007.
6. Kotler P., Armstrong G., *Principiile marketingului*, editia a 4-a, Teora, Bucuresti, 2008.
7. Kotler P., Keller K. L., *Managementul marketingului*, editia a 4-a, Teora, Bucuresti, 2008.
8. Kotler Philip, Jain Dipak, Maesincee Suvit, *Marketingul in era digitala*, Meteor Press, Bucuresti, 2004
9. Marcu Laura, *Introducere in publicitate*, Pro Universitaria, Bucuresti, 2018.
10. Meerman Scott David, *Noile reguli de marketing si PR*, Publica, Bucuresti, 2010
11. Ristea A. L. (coord), *Marketing. Concepte, instrumente, actiune*, Expert, Bucuresti, 2010.
12. Ristea Ana Lucia, Ioan-Franc Valeriu, *Marketing strategic*, Expert, Bucuresti, 2010
13. Roberts M. L., *Internet Marketing*, Thomson, second edition, 2008.
14. Stan C. S., *Excelenta in vanzari. Premise, experiente, perspective*, Expert, Bucuresti, 2007.
15. Strauss Judy, Frost Raymond, *E-marketing*, 5th edition, Prentice Hall, New Jersey, 2009
16. Susanu I.O., Cristache N., *Marketing, busola organizatiei tale ! Aplicatii*, Ed. Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 2006
17. Toma A., Marcu L., *Cercetări de marketing. Aplicații*, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2005.
18. Vranceanu D. M., *Politica de pret*, Uranus, Bucuresti, 2006.
19. Westwood J., *Planul de marketing pas cu pas*, Rentrop & Straton, Bucuresti, 1999.

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

Utilizarea de studii de caz și exemple de pe piața românească și europeană.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințe	Evaluare finală (examen online)	50%
	Participare curs	Întrebări recapitulative, online	5%
10.5 Seminar/laborator	Cunoștințe practice	Conținut raport de studiu individual, online	35%
	Abilități de comunicare	Formă raport de studiu individual, online	10%
10.6 Standard minim de performanță:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei</li> <li>- Capacitatea de a rezolva probleme/cazuri de dificultate medie prin aplicarea instrumentelor și procedeele de lucru specifice disciplinei</li> </ul>			