



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
1.2 Facultatea/Departamentul	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclu de studii	MASTER
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Proiecte de marketing						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. SAVU Bogdan Cătălin						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	-	3.3 2 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	27	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	27
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după suport de curs, bibliografie și notițe					8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					12
Examinări					8
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					73
3.9 Total ore pe semestru					100
3.10 Numărul de credite					4

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	
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Laborator informatică cu un calculator per student / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Analiza pieței în corelație cu mediul intern al organizației C2. Cunoașterea situațiilor de cumpărare, comunicare și consum precum și a comportamentului de răspuns al cumpărătorilor
Competențe transversale	CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în elaborarea strategiei personale în activitatea proprie astfel încât să se asigure eficiența în condiții de rigoare și responsabilitate CT2. CT2 Stabilirea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară, asigurarea ei sinergice în vederea realizării obiectivelor stabilite

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea abilităților studenților de elaborare și evaluare a proiectelor în domeniul marketing aplicabile întreprinderilor și instituțiilor și a capacității de simulare a situațiilor economice, în vederea elaborării unor decizii la nivelul unei întreprinderi analizate
7.2 Obiectivele specifice	➤ Formarea abilităților de corelare și aplicare a metodelor de cercetare însușite la toate disciplinele economice aplicative ➤ Desfășurarea unor activități practice în cadrul diferitelor firme/domenii de activitate ➤ Folosirea tehnicii de calcul și a modelelor matematice în prelucrarea informațiilor și elaborarea soluțiilor proiectului ➤ Elaborarea de calcule pentru diferite situații alternative (variante decizionale) în alocarea resurselor ➤ Elaborarea unui studiu de fundamentare a necesarului de resurse materiale sau financiare pentru un proiect specific domeniului marketing

8. Conținuturi

8.1 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea modalității de lucru și a sistemului de evaluare pentru această disciplină. Prezentarea cerințelor minime de activitate și prezență. Prezentarea cerințelor proiectului și a tematicii orientative	Prezentare urmată de dialog cu studenții	
Etapele realizării unui proiect de marketing. Elaborarea proiectului pe baza temei alese	Dialogul interactiv, clarificări conceptuale; aplicații, exemple	
Orientarea în culegerea și prelucrarea informațiilor	Idem	
Analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său, în funcție de specificul pieței	Idem	
Fundamentarea și elaborarea mixului de marketing	Idem	
Analiza datelor obținute	Idem	
Realizarea unei analize diagnostic asupra afacerii analizate și argumentarea deciziilor luate	Idem	
Redactarea proiectului (inclusiv problemele întâmpinate, concluziile și propunerile)	Idem	
Bibliografie		
1. Abratt, Russell; Bendixen, Michael (2018), Strategic Marketing: Concepts and Cases, 1st Edition, Routledge Publisher 2. Cătoi Iacob, Bălan Carmen, Onete Bogdan, Popescu Ioana Cecilia, Vegheș Călin – „Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații”, Editura Uranus, București, 1999 3. Datculescu, P., „Cercetarea de marketing”, Ed. Brandbuilders, București, 2006 4. Florea N.V. Planul de marketing, C.H.Beck, București, 2013 5. Kotler Ph., „Managementul marketingului”, Ediția a III-a, Editura Teora, București, 2003 6. Mureșan, A.S., „Non-cooperative games”, Ed. Mediamira, Cluj-Napoca, 2003 7. Popescu C., „Metodologia cercetării științifice”, ASE, București, 2006 8. Toma Andrei, Marcu Laura – „Cercetări de marketing. Aplicații”, Ed. Bibliotheca, Târgoviște, 2005 9. Tomczak, Torsten (2018), Strategic Marketing: Market-Oriented Corporate and Business Unit Planning - 1st Edition, Publisher: Springer Gabler		

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

Parcursul acestei discipline permite studenților să se familiarizeze cu funcționarea dinamică a întreprinderii, elaborarea unui proiect pe o temă dată și simularea adoptării deciziilor economice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/laborator	Prezență		10%
	Parcurgerea etapelor proiectului	Evaluări pe parcurs	40%
	Proiect final	Prezentare orală și evaluarea conținutului proiectului	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea conceptelor-cheie ale disciplinei și obținerea a 50% din punctajul acordat proiectului final			

Data completării
24.09.2024

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar
Lect. univ. dr. Bogdan Cătălin Savu

.....

.....

Data avizării în departament

26.09.2024

Semnătura directorului de departament
Lect. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana

.....