



UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA de ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

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	Practică						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Marcu Laura, Lect. univ. dr. Ivan Cornelia Denisa						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Oblig

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	30	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	90	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/laborator	
Distribuția fondului de timp					ore
3.9 Total ore pe semestru					75
3.10 Numărul de credite					3

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	–

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 C3. Segmentarea pieței și definirea cuplurilor produse-piețe C4. Elaborarea strategiilor de poziționare a ofertei
Competențe transversale	CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Fixarea și aplicarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate acumulate în semestrele I-IV.
7.2 Obiectivele specifice	Familiarizarea cu principalele obiective strategice și operaționale de marketing ale organizației. Dezvoltarea capacității de analiză critică și evaluare a problemelor de marketing cu care se confruntă organizația. Executarea unor sarcini concrete, de marketing, în cadrul organizației, sub directă coordonare a unei persoane din organizație. Elaborarea unui raport cu privire la activitatea desfășurată, experiența obținută și propuneri de îmbunătățire a activității de marketing a organizației.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Bibliografie		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
	Învățare prin observație, problematizare și aplicații practice ale cunoștințelor teoretice acumulate; lucru individual și în echipă în cadrul unei companii/organizații	90 ore
Bibliografie		
• Documentele organizației. • Legislația aplicabilă în vigoare la data efectuării practicii (legi, regulamente, norme de aplicare). • Bibliografia recomandată la disciplinele parcurse în sem. I-IV.		

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

Conținutul disciplinei "Practică" este elaborat în concordanță cu nevoile reprezentanților organizațiilor partenere (din sectorul public și privat), angajatori reprezentativi în domeniul în care studenții efectuează stagii de practică, fiind coroborat cu cerințele specifice de pe piața muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	Prezentarea adevărului de practică și a raportului de practică.	Evaluare orală	100%
10.6 Standard minim de performanță			
Studentul trebuie să fie capabil să facă o autoevaluare pertinentă, în scris (în cadrul proiectului de practică) și oral (la colocviul de practică), a propriilor activități și să demonstreze capacitate de sistematizare și argumentare a propriilor opinii formate în stagiul de practică. Nota minimă la colocviul oral este 5 (cinci).			

Data completării
25.09.2024

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Conf. univ. dr. Laura Marcu

Lect. univ. dr. Cornelia Denisa Ivan

Data avizării în departament
26.09.2024

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