



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	FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3 Departamentul	MANAGEMENT - MARKETING
1.4 Domeniul de studii	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici promoționale						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Marcu Laura						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Marcu Laura						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Ex	2.7 Regimul disciplinei	Opț

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	40	din care: 3.5 curs	20	3.6 seminar/laborator	20
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					22
Tutoriat					8
Examinări					8
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					60
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Marketing
4.2 de competențe	na

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector, tablă / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformei online de videoconferințe Microsoft Teams
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă / 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	C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii C4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare
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

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea rolului tehnicilor promoționale pentru activitatea unei organizații
7.2 Obiectivele specifice	- Integrarea tehnicilor promoționale în mixul comunicațional al unei organizații; - Înțelegerea impactului tehnicilor promoționale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
C1: Promovarea: concept, corelarea promovării cu celelalte componente ale mixului de marketing	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C2: Relațiile publice	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C3: Redactarea materialelor de promovare	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C4: Strategii de marcă	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C5: Sponsorizarea	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C6: Tehnici de promovare a vânzărilor	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C7: Participarea la manifestări cu caracter expozițional	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C8: Marketingul direct	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C9: Evaluarea activităților promoționale	Expunere, conversație	2 ore
C10: Evaluarea activităților promoționale	Expunere, conversație	2 ore
Bibliografie Baird John, Stull James, <i>Business communication. Strategies and solutions</i> , McGraw-Hill, 1983. Cardon Peter, <i>Business communication</i> , McGraw-Hill International edition, 2014. French Jeff, Gordon Ross, <i>Strategic social marketing</i> , Sage, 2015. Marcu Laura, <i>Tehnici promoționale</i> , note de curs online, Moodle, 2025. Marcu Laura, <i>Introducere în publicitate</i> , Pro Universitaria, București, 2018. McDonald Malcom, Wilson Hugh, <i>Marketing Plans</i> , Wiley, 7 th edition, 2011. Pavel Camelia, <i>Tehnici promoționale</i> , Ed. Universitară, București, 2017. Ristea Ana Lucia (coord), <i>Marketing. Concepte, instrumente, acțiune</i> , Expert, București, 2010. Schultz Don E., Robinson William A., Petrison Lisa A., <i>Esentialul despre promovii</i> , Brandbuilders, 2005. Stan Catalin Silviu, <i>Excelența în vânzări. Premise, experiențe, perspective</i> , Expert, București, 2007 Strauss Judy, Frost Raymond, <i>E-marketing</i> , 5th edition, Prentice Hall, New Jersey, 2009. Tuten Tracy, Solomon Michael, <i>Social media marketing</i> , 2nd edition, Sage, 2015. Veghes C., Grigore B., <i>Relațiile publice și publicitatea online</i> , Polirom, 2003. Zamfir C. Moise, <i>Targurile, expozitiile si conventiile, instrumente de marketing</i> , Allbeck, Bucuresti, 2002. *** „Principles of Marketing” (Kotler), https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41634-summary-principles-marketing-kotler		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1: Componentele mixului promoțional și integrarea mixului promoțional în mixul de marketing	dezbatere, analiză comparativă	1 oră
S2: Tehnici de relații cu presa	studii de caz, dezbatere	1 oră
S3: Instrumente de comunicare în relația cu angajații	studii de caz, dezbatere	1 oră
S4: Strategii de marcă	studii de caz, dezbatere	1 oră
S5: Sponsorizarea și mecenatul	studii de caz, dezbatere	1 oră
S6: Promovarea vânzărilor	studii de caz, dezbatere	1 oră

S7: Conceperea mesajului publicitar	studii de caz, dezbateri	1 oră
S8: Planul media	studii de caz, dezbateri	1 oră
S9: Manifestările cu caracter expozițional	studii de caz, dezbateri	1 oră
S10: Marketing direct	studii de caz, dezbateri	1 oră

Bibliografie

Baird John, Stull James, *Business communication. Strategies and solutions*, McGraw-Hill, 1983.
Cardon Peter, *Business communication*, McGraw-Hill International edition, 2014.
French Jeff, Gordon Ross, *Strategic social marketing*, Sage, 2015.
Marcu Laura, *Tehnici promoționale*, note de curs online, Moodle, 2025.
Marcu Laura, *Introducere în publicitate*, Pro Universitaria, București, 2018.
McDonald Malcom, Wilson Hugh, *Marketing Plans*, Wiley, 7th edition, 2011.
Pavel Camelia, *Tehnici promoționale*, Ed. Universitară, București, 2017.
Ristea Ana Lucia (coord), *Marketing. Concepte, instrumente, acțiune*, Expert, București, 2010.
Schultz Don E., Robinson William A., Petrison Lisa A., *Esentialul despre promovii*, Brandbuilders, 2005.
Stan Catalin Silviu, *Excelența în vânzări. Premise, experiențe, perspective*, Expert, București, 2007
Strauss Judy, Frost Raymond, *E-marketing*, 5th edition, Prentice Hall, New Jersey, 2009.
Tuten Tracy, Solomon Michael, *Social media marketing*, 2nd edition, Sage, 2015.
Veghes C., Grigore B., *Relațiile publice și publicitatea online*, Polirom, 2003.
Zamfir C. Moise, *Targurile, expozitiile si conventiile, instrumente de marketing*, Allbeck, Bucuresti, 2002.
*** „Principles of Marketing” (Kotler), <https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41634-summary-principles-marketing-kotler>

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, europeană și internațională.

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)	60%
	Participare curs	Întrebări recapitulative	5%
10.5 Seminar/laborator	Cunoștințe practice	Conținut raport de studiu individual	25%
	Abilități de comunicare	Forma raport de studiu individual	10%
10.6 Standard minim de performanță:			
- Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei; - Capacitatea de a rezolva probleme/cazuri de dificultate medie prin aplicarea instrumentelor și procedeele de lucru specifice disciplinei.			

Data completării
24.09.2025

Titularul de curs
Conf. univ. dr. Marcu Laura

Titularul de aplicații
Conf. univ. dr. Marcu Laura

Data avizării în
departament
30.09.2025

Director de departament
Conf.univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA

Data avizării în
Consiliul Facultății
30.09.2025

Decan
Conf.univ.dr.habil. Maria - Cristina ȘTEFAN