



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 Ciclu de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	ECONOMIA COMERTULUI, TURISMULUI SI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETINGUL SERVICIILOR						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Colocviu	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	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	30	din care: 3.5 curs	20	3.6 seminar/laborator	10
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					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Tutoriat					8
Examinări					4
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					70
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	Nu este cazul

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	C1 -Realizarea prestațiilor în comerț, turism și servicii; C2 -Comercializarea produselor/serviciilor; C3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii. C4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare
Competențe transversale	CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a cadrului general teoretic și instrumental care permite o analiză multidisciplinară modernă în domeniul serviciilor.
7.2 Obiectivele specifice	Integrarea instrumentelor, tehnicilor de marketing operațional în politica de marketing a firmei. Formarea abilităților de planificare strategică în organizație

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Marketingul serviciilor. Concept. Funcțiile marketingului în organizații prestatoare de servicii. Marketingul serviciilor VS Marketingul bunurilor materiale.	Expunere, conversație	2 ore
2. Conținutul și caracteristicile serviciilor. Tipologia serviciilor. Principalele clasificări ale serviciilor din literatura de specialitate în opinia diverșilor autori.	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
3. Caracteristici ale cererii și ofertei pe piața serviciilor. Relațiile organizației prestatoare de servicii cu piața. Evaluarea și controlul capacității pieței serviciilor. Criterii aplicabile în segmentarea pieței .	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
4. Comportamentul consumatorului de servicii. Modele de comportament. Procesul decizional .	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
5. Politica de marketing în servicii. Etica și responsabilitate socială în servicii.	Expunere, conversație	2 ore
6. Politica de produs. Conceptul de serviciu global. Particularități ale calității în sfera serviciilor. Strategii de produs pentru prestatorii de servicii.	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
7. Politica de distribuție și rolul consumatorului în acest proces. Sistemul de creare-livrare al serviciului. Strategii de distribuție.	Expunere, conversație	2 ore
8. Politica de preț . Particularități ale determinării prețului în servicii. Strategii de preț ale firmei de servicii.	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
9. Politica de comunicare . Etapele procesului de comunicare. Tehnici și strategii de comunicare ale firmei.	Expunere, conversație	2 ore
10. Marketingul relației cu clientul. Calitate totală în servicii – vector de satisfacție pentru a câștiga loialitatea clientului în direcția fidelizării acestuia.	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
Bibliografie		

1. Andreiana V. A., Bădicu G. D. (2017) „Economie în servicii”, Ed. ProUniversitaria, București 2. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M. (2006), Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații, Ed. Uranus, București. 3. Cetină I., Rădulescu V. (2016), Principles of Services Marketing, Ed. ASE. București. 4. Ionică M., Popescu D., Petrescu E.-C., Panait - Ionică D. (2019), Strategii de dezvoltare a serviciilor, Ed. ASE, București. 5. Nicolau I. (2019) Marketingul serviciilor, Ed. Prouniversitaria, Bucuresti 6. Olteanu V. (2002), Marketingul serviciilor- teorie și practică, Ed. Uranus. București. 7. Pascu E. (2014)– „Calitatea produselor și serviciilor”, Ed. Universitară, București 8. Tănăsescu D. (2015), Marketingul serviciilor, Ed. Mustang. București.		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Serviciile in România. Raporturi pe piața bunurilor și piața serviciilor	dezbatere	2 ore
2. Etica și responsabilitate socială - criterii de evaluare într-o unitate prestatoare de servicii.	dezbatere	2 ore
3. Factori de influență ai cererii de servicii.	studii de caz	2 ore
4. Avantajele implementării unei optici de marketing orientate spre client în organizații prestatoare de servicii hoteliere.	studii de caz	2 ore
5. Strategii de pret aplicabile în unitățile de alimentație publică.	analiză comparativă, dezbatere	2 ore
6. Total Quality Management - strategie competitivă a firmei de servicii.	studii de caz, aplicații	2 ore
7. Delocalizarea serviciilor unei companii - Avantaje VS. Dezavantaje.	dezbatere	2 ore
Bibliografie		
1. Andreiana V. A., Bădicu G. D. (2017) „Economie în servicii”, Ed. ProUniversitaria, București 2. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M. (2006), Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații, Ed. Uranus, București. 3. Cetină I., Rădulescu V. (2016), Principles of Services Marketing, Ed. ASE. București. 4. Ionică M., Popescu D., Petrescu E.-C., Panait - Ionică D. (2019), Strategii de dezvoltare a serviciilor, Ed. ASE, București. 5. Nicolau I. (2019) Marketingul serviciilor, Ed. Prouniversitaria, Bucuresti 6. Olteanu V. (2002), Marketingul serviciilor- teorie și practică, Ed. Uranus. București. 7. Pascu E. (2014) „Calitatea produselor și serviciilor”, Ed. Universitară, București 8. Tănăsescu D. (2015), Marketingul serviciilor, Ed. Mustang. București.		

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)	50
	Participare curs	Întrebări recapitulative	-
10.5 Seminar/laborator	Cunoștințe practice	Conținut raport de studiu individual	40
	Abilități de comunicare	Formă 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
29.09.2025

Titularul de curs
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea
ANDREIANA



Titularul de aplicații
Conf. univ.dr. Violeta - Andreea
ANDREIANA



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