



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 COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Ioan Matei Purcărea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Examen	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: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					94
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 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, 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. Implementează strategii de marketing <i>Descriere competență ESCO:</i> Implementează strategii care vizează promovarea unui anumit produs sau serviciu, utilizând strategii de marketing elaborate. C12. Colaborează la crearea strategiilor de marketing <i>Descriere competență ESCO:</i> Colaborează cu un grup de profesioniști pentru a dezvolta strategii de marketing care să realizeze analiza pieței și viabilitatea financiară, respectând în același timp obiectivele societății.
Competențe transversale	CT1. Dă dovadă de inițiativă <i>Descriere competență ESCO:</i> Este proactiv și face primul pas într-o acțiune fără a aștepta să afle ce spun sau fac ceilalți.

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	- Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de marketing - Aplicarea conceptelor în marketing în conducerea unei organizații - Explicarea și interpretarea de date și informații de marketing pentru formularea de argumente și decizii concrete pentru conducerea unei organizații

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
C1: Conceptul de marketing	Expunere, conversație	2 ore
C2: Mediul de marketing al organizației	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C3: Abordarea pieței și a comportamentului de cumpărare din perspective marketingului	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C4: Politica de produs	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C5: Politica de produs	Expunere, conversație	2 ore
C6: Politica de preț	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C7: Politica de distribuție	Expunere, conversație	2 ore
C8: Politica de comunicare-promovare	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C9: Politica de comunicare-promovare	Expunere, conversație	2 ore
C10: Mixul de marketing	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C11: Studiul pieței în cazul organizațiilor din domeniul serviciilor	Expunere, conversație	2 ore
C12: Studiul pieței în cazul organizațiilor din domeniul turismului	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
C13: De la strategie la planul de marketing	Expunere, conversație	2 ore
C14: Organizarea activității de marketing	Expunere, conversație, aplicație	2 ore
Bibliografie		
1. Andreiana V.A., <i>Marketing</i>, suport de curs online, Moodle, 2025. 2. Andreiana V.A., Bădicu G.D., <i>Economie în servicii</i>, Ed. ProUniversitaria, 2017 3. Anghel L. D., Petrescu Eva-Cristina, <i>Business to Business Marketing</i>, editia a II-a revazuta, Ed. Uranus, Bucuresti, 2002 4. Anton V., <i>Marketing interorganizațional</i>, Ed. Expert, 2006. 5. Balaure V. (coord.), <i>Marketing</i>, Editura Uranus, București, 2000. 6. Constantin C., Tecău A. S., <i>Introducere în cercetarea de marketing</i>, Ed.Universitară, București, 2013. 7. Cruceru A. F., <i>Marketing. O abordare strategică din perspectiva competiției</i>, Ed. ASE, București, 2018. 8. Godin S., <i>Asta înseamnă marketing</i>, Ed. Publica, 2019. 9. Hoffman K. J. (cass business School Bateson) „<i>Services Marketing-Concepts, strategies, & Cases</i>”, Ed. Cengage Learning, Inc, 2023		

10. Kiyosaki R., *Școala de afaceri*, Ed. Curtea Veche, 2020.
11. Knight P. *Planul eficient de marketing*, Ed. All, 2005.
12. Kotler P., Armstrong G., *Principiile marketingului*, editia a 4-a, Teora, Bucuresti, 2008.
13. Kotler P., Keller K. L., *Managementul marketingului*, editia a 5-a, Teora, Bucuresti, 2008.
14. Marcu L., *Introducere in publicitate*, Pro Universitaria, Bucuresti, 2018.
15. Meerman S. D., *Noile reguli de marketing si PR*, Publica, Bucuresti, 2010
16. Robert W., Palmatier, Andrew T. Crecelius „Marketing- Based on First Principles”, Ed. Bloomsbury Publishing, 2025
17. Ristea A. L. (coord), *Marketing. Concepte, instrumente, actiune*, Expert, Bucuresti, 2010.
18. Ristea A.L., Ioan-Franc V. , *Marketing strategic*, Ed. Expert, 2010
19. Nagle T., Hogan J., *Strategia și tactica stabilirii prețurilor*, Brandbuilders Grup, 2008
20. *** „Principles of Marketing” (Kotler), <https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41634-summary-principles-marketing-kotler>

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1 : Rolul și funcțiile marketingului	dezbateri	2 ore
S2: Etapele dezvoltării marketingului	dezbateri	2 ore
S3: Influența factorilor de macromediu asupra strategiilor firmei ... (de producție sau servicii)	studii de caz	2 ore
S4: Selecția furnizorilor pentru firma producătoare de bunuri materiale	studii de caz	2 ore
S5: Clienții, consumatorii, cumpărătorii, utilizatorii (concepte, diferențe, exemple)	analiză comparativă, dezbateri	2 ore
S6: Tipologia piețelor. Modalități de studiere a pietei	studii de caz, aplicații	2 ore
S7: Relațiile întreprinderii cu piața	dezbateri	2 ore
S8: Ciclul de viață al produsului	studii de caz	2 ore
S9: Metode de fixare a prețurilor	aplicații practice	2 ore
S10 : Canale de distribuție	studii de caz	2 ore
S11 : Publicitate versus relații publice	analiză comparativă, dezbateri, studii de caz	2 ore
S12 : Strategii de produs în firme multinaționale	dezbateri	2 ore
S13 : Decizii tactice de preț particularizate pe tipuri de produse (referate)	analiză comparativă, dezbateri	2 ore
S14 : Planificarea de marketing la firma ...	studii de caz	2 ore

Bibliografie

1. Andreiana V.A., *Marketing*, suport de curs online, Moodle, 2025.
2. Andreiana V.A., Bădicu G.D., *Economie în servicii*, Ed. ProUniversitaria, 2017
3. Anghel L. D., Petrescu Eva-Cristina, *Business to Business Marketing*, editia a II-a revazuta, Ed. Uranus, Bucuresti, 2002
4. Anton V., *Marketing interorganizațional*, Ed. Expert, 2006.
5. Balaure V. (coord.), *Marketing*, Editura Uranus, București, 2000.
6. Constantin C., Tecău A. S., *Introducere în cercetarea de marketing*, Ed.Universitară, București, 2013.
7. Cruceru A. F., *Marketing. O abordare strategică din perspectiva competiției*, Ed. ASE, București, 2018.
8. Godin S., *Asta înseamnă marketing*, Ed. Publica, 2019.
9. Hoffman K. J. (cass business School Bateson) „Services Marketing-Concepts, strategies, & Cases”, Ed. Cengage Learning, Inc, 2023
10. Kiyosaki R., *Școala de afaceri*, Ed. Curtea Veche, 2020.
11. Knight P. *Planul eficient de marketing*, Ed. All, 2005.
12. Kotler P., Armstrong G., *Principiile marketingului*, editia a 4-a, Teora, Bucuresti, 2008.
13. Kotler P., Keller K. L., *Managementul marketingului*, editia a 5-a, Teora, Bucuresti, 2008.
14. Marcu L., *Introducere in publicitate*, Pro Universitaria, Bucuresti, 2018.
15. Meerman S. D., *Noile reguli de marketing si PR*, Publica, Bucuresti, 2010
16. Robert W., Palmatier, Andrew T. Crecelius „Marketing- Based on First Principles”, Ed. Bloomsbury Publishing, 2025
17. Ristea A. L. (coord), *Marketing. Concepte, instrumente, actiune*, Expert, Bucuresti, 2010.
18. Ristea A.L., Ioan-Franc V. , *Marketing strategic*, Ed. Expert, 2010

19. Nagle T., Hogan J., *Strategia și tactica stabilirii prețurilor*, Brandbuilders Grup, 2008
20. *** „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 și europeană.

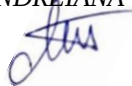
10. Evaluare

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, online	-
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
Asist. univ. dr. Ioan Matei PURCĂREA



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