



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	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	BUSINESS TO BUSINESS MARKETING						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Cornelia Denisa IVAN						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Cornelia Denisa IVAN						
2.4 Anul de studiu	III	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	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					8
Examinări					5
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					83
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Management, Marketing, Cercetări de marketing
4.2 de competențe	Înțelegerea și utilizarea corectă a conceptelor de marketing în domeniul afacerilor

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Tablă / Tablă inteligentă/ Videoproiector / 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	Tablă / Tablă inteligentă/ Videoproiector / 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. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing C4. Fundamentarea si elaborarea mix-ului în marketingul business to business C6. Organizarea activitatilor de marketing în cadrul organizației
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor, normelor si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei

	strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare
--	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	➤ Cunoașterea și înțelegerea particularităților în marketingul business to business
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analiza comparativă a procesului decizional pentru bunurile productive în raport cu bunurile de consum ➤ Înțelegerea raportului strategic-operational în marketingul interfirmă ➤ Folosirea instrumentelor de marketing de analiză a nevoilor utilizatorilor de tip organizațional ➤ Stăpânirea metodelor de fixare a prețurilor în business to business marketing ➤ Însușirea metodelor de optimizare a canalelor și circuitelor de distribuție ➤ Construirea unei strategii de comunicare în business to business marketing

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Conceptul și particularitățile marketingului business to business. Domenii în care se aplică	Prelegere, conversație, exemple	4 ore
Piața bunurilor productive; particularități și criterii specifice de segmentare	Prelegere, conversație, exemple	4 ore
Organizarea activității de cumpărare și procesul decizional în marketingul business to business	Prelegere, conversație, exemple	4 ore
Politica de produs în cadrul marketingului business to business	Prelegere, conversație, exemple	4 ore
Preț în politica de marketing business to business	Prelegere, conversație, exemple	2 ore
Distribuția bunurilor în marketingul business to business	Prelegere, conversație, exemple	3 ore
Comunicarea în mediul organizațiilor	Prelegere, conversație, exemple	3 ore
Planificarea și controlul de marketing în mediul business to business	Prelegere, conversație, exemple	2 ore
Tendențe în marketingul mediul business to business	Prelegere, conversație, exemple	2 ore
Total		28 ore

Bibliografie

1. Anghel, L.-D., *Business to business marketing*, Editura ASE, București, 2004
2. Bizerea M., *Marketing business to business*, Editura Mirton, Timișoara, 2012
3. Brennan, Ross; Canning, Louise; McGrath, Helen – „Business-to-Business Marketing”, Editura SAGE Publications Ltd, 2024
4. Chernev, Alexander, Kotler, Philip – „Kellogg on Marketing: The Marketing Faculty of the Kellogg School of Management – 3rd Edition, Wiley Publisher, 2023
5. Dwyer, R. F., Tanner, J. F. Jr., *Business marketing. Connecting strategy, relationships and learning*, 4th edition, McGraw-Hill International Edition, 2009
6. Fill Chris, Fill Karen , *Business to business marketing. Relationships, Systems and Communications*, Pearson Education Limited, Edinburgh, 2005
7. Guffey, Mary Ellen, *Business Communication : Process & Product*, South-Western Cengage Learning s.l., 2008
8. Hidalgo, Carlos – ”Driving Demand. Transforming B2B Marketing to Meet the Needs of the Modern Buyer, 2015
9. Kotler, Philip, Setiawan Iwan, Kartajaya Hermawan – „Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital” - Editura Wiley, Hoboken, United States, 2017
10. Kotler Philip, Armstrong Gary, Opresnik Marc Oliver, ”Marketing: An Introduction 13 th Edition” Pearson, 2019
11. Kotler, Ph., Pfoertsch, W., *B2B Brand management*, Editura Brandbuilders, 2012
12. Malaval, Ph., Bévaroya, Ch., *Marketing business to business. Du marketing industriel au marketing d'affaires*, 3e édition, Pearson Education, France, 2005
13. Mathur U.C., *Business to business marketing*, New Age International Limited Publishers, New Delhi, 2008
14. Matthysens, P., Kirca A., *Business-to-business marketing and globalization: Two of a kind*, September 2008, International Marketing Review 25(5):481-486, https://www.researchgate.net/publication/244062883_Business-to-business_marketing_and_globalization_Two_of_a_kind
15. Miller, Donald, Peterson, J.J. – ”Marketing Made Simple: A Step-by-Step StoryBrand Guide for Any Business” – Harper Collins Leadership (Publisher), 2020

16. Newman D., *The 10 Essential Tips for B2B Marketing Success in a Digital Economy*, November 12, 2014, <https://www.entrepreneur.com/article/239638>
17. Ristea, A.-L. (coordonator), Ioan-Franc, V., Stegăroiu, I., Tănăsescu, D., *Marketing. Crestomație de termeni și concepte*, Editura Expert, București, 2017
18. Topiță, M., *Procesul decizional de marketing industrial*, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2006
19. Zimmerman A. and Blythe J., *Business to Business Marketing Management A global perspective*, second edition, 2013, http://charsoomarketing.com/wp-content/uploads/downloads/2015/07/Alan_Zimmerman_Jim_Blythe_Business_to_Business_.pdf

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea modalității de lucru și a sistemului de evaluare pentru această disciplină. Prezentarea cerințelor minimale de activitate și prezență la seminar. Prezentarea cerințelor proiectului de grup, a tematicii și constituirea echipelor	Prezentare, conversație	1 oră
Particularități în marketingul business to business; succese și eșecuri pe piața business to business	Dezbateri, analiză comparativă, exemple	1 oră
Particularități ale utilizatorilor organizaționali în raport cu consumatorii finali. Aspecte ale deciziei de cumpărare în domeniul B to B	Dezbateri și studii de caz	1 oră
Fidelizarea clienților	Dezbateri și studii de caz	1 oră
Politica de produs pe piața business to business	Dezbateri și studii de caz	2 ore
Politica de preț pe piața business to business	Dezbateri și studii de caz	1 oră
Canale și circuite de distribuție ale bunurilor productive	Dezbateri și studii de caz	1 oră
Mixul de comunicare în cadrul pieței B to B	Dezbateri și studii de caz	2 ore
Implicațiile inteligenței artificiale în marketingul business to business	Dezbateri și studii de caz	1 oră
Planificarea și controlul de marketing în domeniul B to B	Dezbateri și studii de caz	1 oră
Susținerea proiectelor de echipă	Prezentarea proiectelor de disciplină	2 ore
Total		14 ore

Bibliografie

1. Anghel, L.-D., *Business to business marketing*, Editura ASE, București, 2004
2. Bizerea M., *Marketing business to business*, Editura Mirton, Timișoara, 2012
3. Dwyer, R. F., Tanner, J. F. Jr., *Business marketing. Connecting strategy, relationships and learning*, 4th edition, McGraw-Hill International Edition, 2009
4. Fill Chris, Fill Karen , *Business to business marketing. Relationships, Systems and Communications*, Pearson Education Limited, Edinburgh, 2005
5. Guffey, Mary Ellen, *Business Communication : Process & Product*, South-Western Cengage Learning s.l., 2008
6. Kotler, Ph., Pfoertsch, W., *B2B Brand management*, Editura Brandbilders, 2012
7. Malaval, Ph., Bévaroya, Ch., *Marketing business to business. Du marketing industriel au marketing d'affaires*, 3e édition, Pearson Education, France, 2005
8. Mathur U.C, *Business to business marketing*, New Age International Limited Publishers, New Delhi, 2008
9. Matthyssens, P., Kirca A., *Business-to-business marketing and globalization: Two of a kind*, September 2008, *International Marketing Review* 25(5):481-486, https://www.researchgate.net/publication/244062883_Business-to-business_marketing_and_globalization_Two_of_a_kind
10. Newman D., *The 10 Essential Tips for B2B Marketing Success in a Digital Economy*, November 12, 2014, <https://www.entrepreneur.com/article/239638>
11. Ristea, A.-L. (coordonator), Ioan-Franc, V., Stegăroiu, I., Tănăsescu, D., *Marketing. Crestomație de termeni și concepte*, Editura Expert, București, 2017
12. Topiță, M., *Procesul decizional de marketing industrial*, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2006
13. Zimmerman A. and Blythe J., *Business to Business Marketing Management A global perspective*, second edition, 2013, http://charsoomarketing.com/wp-content/uploads/downloads/2015/07/Alan_Zimmerman_Jim_Blythe_Business_to_Business_.pdf

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

Disciplina „Business to business marketing” abordează elemente care se întâlnesc în practica românească, dar și în cea internațională. Prin tematica abordată la cursuri și seminarii se încearcă o corelare a pregătirii studenților cu cerințele mediului de afaceri românesc și european

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Dobândirea cunoștințelor specifice disciplinei	Examen scris (evaluarea finală)	50 %
10.5 Seminar/ laborator	Însușirea cunoștințelor transmise prin prelegeri și materiale bibliografice	Evaluare pe parcursul semestrului prin întrebări și răspunsuri (în clasă / platforma Moodle)	15 %
	Calitatea proiectului de disciplină	Proiect realizat individual sau în echipe de 2-3 studenți. Se notează conținutul proiectului și prezentarea acestuia / Proiect încărcat pe platforma Moodle și prezentat în videoconferință (Teams)	20 %
	Dezbateri și studii de caz	Răspunsuri la dezbateri, rezolvarea studiilor de caz la seminar	15%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">➤ Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei➤ Capacitatea de a rezolva probleme și teste de dificultate medie➤ Studenții trebuie să participe la realizarea proiectului de disciplină			

Data completării
29.09.2025.

Titularul de curs
Lect. univ. dr. IVAN Cornelia Denisa

Titularul de aplicații
Lect. univ. dr. IVAN Cornelia Denisa

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