



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	MARKETING
1.5 Ciclu de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING AGROALIMENTAR						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. asoc. Dorina Tănăsescu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. asoc. Dorina Tănăsescu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	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					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					-
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					58
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	

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. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing C4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing C5. Utilizarea tehnicilor de vânzare
Competențe	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de

transversale	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	Înțelegerea conceptelor specifice marketingului în domeniul produselor și serviciilor agroalimentare
7.2 Obiectivele specifice	Analizează informațiile și detaliile proceselor și produselor pentru a oferi consiliere cu privire la posibile îmbunătățiri a eficienței care ar putea fi puse în aplicare și care ar determina o valorificare mai bună a resurselor Analizează și adaptează operațiunile comerciale existente pentru a stabili și îndeplini noi obiective

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
C1.Noțiuni introductive în marketingul produselor agroalimentare; Conceptul de marketing agroalimentar; Necesitatea și importanța marketingului agroalimentar;	Prelegere, dezbateri	2 ore
C2. Piața produselor agroalimentare. Cererea și consumul de produse agroalimentare; Oferta de produse agroalimentare	Prelegere, dezbateri	4 ore
C3. Politica de produs în marketingul agroalimentar. Valoarea nutritivă a produselor agroalimentare; Ambalarea; Calitatea produselor agroalimentare; Standardizarea produselor agroalimentare; Strategii de înnoire a ofertei de produse la nivelul întreprinderii agroalimentare și de lansare pe piață a produselor noi	Prelegere, dezbateri	4 ore
C4 Politica prețurilor în marketingul agroalimentar. Prețurile în domeniul produselor agroalimentare; Tehnici de intervenție în stabilirea nivelurilor de preț; Strategii de prețuri în marketingul agroalimentar; Fixarea prețurilor pentru o gamă de produse.	Prelegere, dezbateri	4 ore
C5. Politica de distribuție în marketingul agroalimentar. Conținutul, rolul și funcțiile distribuției produselor agroalimentare; Canalele de distribuție și intermediarii; Alternative privind strategia de distribuție.	Prelegere, dezbateri	2 ore
C6. Politica de promovare a produselor agroalimentare: Formele de promovare ale produselor agroalimentare; Elemente de specificitate privind comunicarea în marketingul agroalimentar la nivelul UE. Strategii de promovare a produselor ecologice și agroturistice	Prelegere, dezbateri	4 ore
C7. Organizarea activității de marketing Forme de organizare .	Prelegere, dezbateri	2 ore
C8. Calitatea și standardizarea produselor agroalimentare	Prelegere, dezbateri	2 ore
C9. Strategia și planul de marketing în întreprinderea agroalimentară	Prelegere, dezbateri	
C10.Produsele ecologice. Produsele tradiționale. Definirea produselor ecologice Definirea produselor tradiționale	Prelegere, dezbateri	4 ore
	Total	28 ore

Bibliografie

Chirun,A.,Leonte,E.,Jitareanu,A.F. “Strategii de marketing agrar”Ed. Ion Ionescu de la Brad,Iasi,2020,ISBN 978-973-147-172-3;
Gurita,D. “Marketing agroalimentar”Ed.Tipomoldova,Iasi,2022.
Gurita,D. Suport curs “Marketing agroalimentar”,Ed.Univ.Iasi,2023
KKanellos,N.,Karountzos,P.,Giannakopoulos,N., Terzi,M., Sacas,D.,”Digital Marketing Strategies and Profitability in the Agri-Food Industry:Resource Efficiency and Value Chains”,Sustainability,10 iulie 2024,<https://doi.org/10.3390/su16145889>.
Mihaila,M.,”Strategii de marketing pentru promovarea produselor agroalimentare”,[https://iuls.ro/agricultura/wp-content/uploads/2022/05/4](https://iuls.ro/agricultura/wp-content/uploads/2022/05/4;);
Mihaila,M.,Jitareanu,A.F.,Leonte,E.,”Marketing.Indrumar cu exercitii si aplicatii practice” Ed.Tehnopress,Iasi,2021.
Toader,B.G.,Cercetare de marketing privind preferintele consumatorilor fata de produsele alimentare ecologice”<https://www.cceol.com.>article-detail?id=1256036> working papers a Facultatii de Economie Agroalimentara si a mediului,ASE Bucuresti,2024,pag.74-83.
Timiras,L.,”Marketingul agroalimentar”,Note de curs,Facultatea de Stiinte Economice, Univ.Bacau,
www.facultate.regie.ro, accesat 3oct 2025

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1. Conceptul de marketing și utilitatea disciplinei în domeniul menționat	Discuție liberă	2 ore
S2. Definirea pieței și particularitățile ei în domeniul agroalimentar	Dialog pe microgrupuri formate	2 ore

	in seminar	
S3. Produsul agroalimentar obiect al unei politici de marketing fundamental in evolutia firmei pe piata specifica	Referat-prezentare si dialog pe baza materialelor audiate	2 ore
S4. Politica de pret-arta compromisului intre puterea de cumparare a clientilor si asigurarea profitului ofertantilor	Dezbateri	2 ore
S5. Metodologia de stabilire a preturilor cu ridicata si a celor cu amanuntul in domeniul produselor agro-alimentare	Lucrare practica pe baza alegerii tipului de produs agroalimentar	2 ore
S6. Canale de distributie pt produsele agroalimentare	Particularitati, exemplificare-discutii libere	2 ore
S7. Mixul de promovare si rolul sau in competitia pe piata a produsului agroalimentar	Miniproiect cu notare si analiza unor erori conceptuale	2 ore
	Total	14 ore

Bibliografie

Chirun,A.,Leonte,E.,Jitareanu,A.F. "Strategii de marketing agrar"Ed. Ion Ionescu de la Brad,Iasi,2020,ISBN 978-973-147-172-3;
Gurita,D. "Marketing agroalimentar"Ed.Tipomoldova,Iasi,2022.
Gurita,D. Suport curs "Marketing agroalimentar",Ed.Univ.Iasi,2023
KKanellos,N.,Karountzos,P.,Giannakopoulos,N., Terzi,M., Sacas,D.,"Digital Marketing Strategies and Profitability in the Agri-Food Industry:Resource Efficiency and Value Chains",Sustainability,10 iulie 2024,<https://doi.org/10.3390/su16145889>.
Mihaila,M.,"Strategii de marketing pentru promovarea produselor agroalimentare",[https://iuls.ro/agricultura/wp-content/uploads/2022/05/4](https://iuls.ro/agricultura/wp-content/uploads/2022/05/4;);
Mihaila,M.,Jitareanu,A.F.,Leonte,E.,"Marketing.Indrumar cu exercitii si aplicatii practice" Ed.Tehnopress,Iasi,2021.
Toader,B.G.,Cercetare de marketing privind preferintele consumatorilor fata de produsele alimentare ecologice"<https://www.cceol.com.>article-detail?id=1256036> working papers a Facultatii de Economie Agroalimentara si a mediului,ASE Bucuresti,2024,pag.74-83.
Timiras,L.,"Marketingul agroalimentar",Note de curs,Facultatea de Stiinte Economice, Univ.Bacau,
www.facultate.regie.ro, accesat 3oct 2025

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

Conținutul disciplinei asigură concordanța cu așteptările specialiștilor din domeniul economic

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluarea cunoștințelor acumulate	Răspunsuri la examen	70 %
10.5 Seminar/laborator	Realizarea activităților propuse in fisa disciplinei		30 %
10.6 Standard minim de performanță:			
➤ Cunoașterea noțiunilor de bază ale disciplinei			
➤ Rezolvarea temelor de seminar			

	Titularul de curs	Titularul de aplicații
Data completării 26.09.2025	Prof.univ.dr. Dorina Antoneta TĂNĂSESCU	Prof.univ.dr. Dorina Antoneta TĂNĂSESCU
	Director de departament	
Data avizării în departament 30.09.2025	Conf.univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA	
	Decan	
Data avizării în Consiliul Facultății 30.09.2025	Conf.univ.dr.habil. Maria - Cristina ȘTEFAN	