



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 Cidul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	MARKETING

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	Prof. univ. dr. Dorina Antoneta Tănăsescu						
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	C3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său
-------------------------	--

	C4. Fundamentarea si elaborarea mix-ului de marketing C6. Organizarea activitatilor de marketing în cadrul organizatiei
Competențe transversale	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	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 si responsabilitate sociala in 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 si rolul consumatorului în acest proces. Sistemul de creare-livrarea 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. Polica de comunicare . Etapele procesului de comunicare. Tehnici si strategii de comunicare ale firmei.	Expunere, conversație	2 ore
10. Marketingul relației cu clientul. Calitate totala in 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 si responsabilitate socială - criterii de evaluare intr-o unitate prestatoare de servicii.	dezbatere	2 ore
3. Factori de influență ai cererii de servicii.	studii de caz	1 oră

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, dezbateri	1 oră
6. Total Quality Management - strategie competitivă a firmei de servicii.	studii de caz, aplicații	1 oră
7. Delocalizarea serviciilor unei companii - Avantaje VS. Dezavantaje.	dezbateri	1 oră

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, București
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 <i>Conf. univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA</i> Titularul de aplicații <i>Prof. univ. dr. Dorina Antoneta Tănăsescu</i>
Data avizării în departament 30.09.2025	Director de departament <i>Conf. univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA</i>
Data avizării în Consiliul Facultății 30.09.2025	Decan <i>Conf. univ.dr. habil. Maria - Cristina ȘTEFAN</i>