



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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PROIECTE DE MARKETING						
2.2 Titularul activităților de curs	-						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ.dr.habil. Florea Nicoleta Valentina						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	20	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	20
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					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					-
Examinări					5
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					55
3.8 Total ore pe semestru					75
3.9 Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Marketing, Microeconomie, Statistica
4.2 de competențe	Întelegerea și utilizarea corectă a conceptelor de proiecte de marketing și utilizarea unor modele statistice și matematice folosind programele informatice.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Tablă electronică / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro)
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Tablă electronică / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro)

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing C3 Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său
Competențe transversale	CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă 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 conceptelor fundamentale de marketing și adaptarea acestora pe o situație concretă. Realizarea unui proiect de marketing respectând principiile din domeniu
7.2 Obiectivele specifice	- Înțelegerea legăturilor de cauzalitate între factorii de mediu și evoluția firmei - Înțelegerea legăturii de determinare între cunoașterea pieței și alegerea strategiilor viabile pentru supraviețuirea firmei pe această piață - Înțelegerea fenomenelor economice pe o anumită piață

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
-		
Bibliografie		
-		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1. Introducere în Proiecte de marketing Rolul și funcțiile marketingului. Ere de dezvoltare. Strategii de marketing. Prezentarea regulilor de realizare a unui proiect. Proiectul de marketing. Teme specifice unui proiect	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S2. Mediul de marketing global- influențe Mediul intern și extern. Analiza SWOT	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S3. Matricea MEFI și MEFE. Plan de obiective și măsuri de îmbunătățire.	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S4. Analiza de Benchmarking. Continut. Tipologii. Modalități de implementare și de analiză. Aplicații	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S5. Aprovizionarea Concept, roluri, trasaturi, tipologie Metode folosite în planificarea aprovizionării	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S6. Politica de plasare-Distributia. Canale de distribuție. Modalități de transport- avantaje și dezavantaje. Strategii de distribuție. Aplicații	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S7. Depozitarea și stocarea. Definiții, roluri. Aplicații bazate pe o abordare matematică	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S8. Politica de produs. Componente. Strategii de produs. Aplicații	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S9. Politica de pret. Componente. Strategii de pret Aplicații	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
S10. Politica de promovare. Definiții, rol. Strategii de promovare. Aplicații	Conversația, explicația, problematizarea, studii de caz	2 ore
Bibliografie		
Akdeniz C., <i>Instagram Marketing</i> , IntroBooks, 2018, Armstrong G.M. et al., <i>Marketing: an introduction</i> , Pearson, UK, 2018,		

Bly R.W., *A winning marketing plan*, Entrepreneur media inc., 2009,
 Burrow J.L., *Marketing*, South-Western Cengage Learning, 2009,
 Buttle F., Maklan S., *CRM: concepts and technologies*, Routledge, 2015,
 Calicchio S., *SWOT analysis in four steps*, Calicchio Stefano, 2020,
 Charlesworth A., *Digital marketing: a practical approach*, Routledge, 2018,
 Dahl S., *Social media marketing*, SAGE, 2018,
 Diamond S., Haydon J., *Facebook marketing for dummies*, John Wiley & Sons, 2018,
 Florea N.V., Tanasescu D.A., *Comunicare, protocol si eticheta in afaceri*, Mustang, 2019,
 Florea N.V., Duica A., *Managementul marketingului direct*, Mustang, 2020,
 Florea N.V., Duica A., *Managementul relatiei cu clientii*, Mustang, 2019,
 Florea N.V., *Planul de marketing*, Editura C.H.Beck., Bucuresti, 2014,
 Florea N.V., *Simulare si modelare in afaceri*, Editura Mustang, Bucuresti, 2016,
 Florea N.V., *Comunicare organizationala in contextul globalizarii*, Editura ProUniversitaria, Bucuresti, 2017,
 Luther W.M., *The marketing plan. How to prepare and implement it*, 4th edition, AMACOM, NY, USA, 2011,
 Perera R., *Conducting a SWOT analysis*, Independently Published, 2020,
 Rao Vallabhaneni S., *Wiley CIA Exam Review, Part 2*, John Wiley&Sons, 2020,
 Ristea A.L. (coord.), *Marketing. Premise și provocări ale economiei înalt competitive*, Ed. Expert, București, 2002,
 Ristea A.L. (coord.), *Marketing. Crestomație de termeni și concepte*, Ed. Expert, București, 2002,
 Kotler P., Armstrong G., *Principles of marketing*, Pearson Education, 2010,
 Kotler P. et al., *Marketing*, Pearson, AU, 2015,
 Tanasescu D., Florea N.V., *Comunicare si relatii publice in afaceri*, Mustang, Bucuresti, 2016

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

Studentii mai bine pregătiți în organizarea activității de Proiecte de MK, dobândirea cunoștințelor necesare privind necesitatea dezvoltării de afaceri, dar și pentru lansarea unor afaceri deja existente; cucerirea de noi piete; analiza mediului de afaceri; aprovizionarea; analiza clientilor, a furnizorilor; depozitarea; comunicarea.

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	Test de evaluare scris- fizic	50%
10.5 Seminar/laborator	Activitatea studentilor	Raspunsurile la alte teme decat lucrarea practica	10%
	Lucrare practică/referate	Analizarea răspunsurilor la lucrarea practică/referate (depuse fizic si trimise pe platforma Moodle sau prin e-mail).	40%
10.6 Standard minim de performanță: Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei Capacitatea de a realiza un proiect, de a rezolva probleme și teste de dificultate medie			

Data completării
25.09.2025

Titularul de curs
-

Titularul de aplicații
Conf.univ.dr. Florea Nicoleta Valentina

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