

FIȘA DISCIPLINEI PRACTICĂ

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	de Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Marketing și Promovarea Vanzarilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Practică	2.2. Cod disciplină	MP-22-3
2.3. Titularul activității de curs			
2.4. Titularul activității de seminar	Conf.univ.dr. Pastiu Carmen Adina		
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	II
2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	-	din care: 3.2. curs	-	3.3. seminar/laborator	-
3.4. Total ore din planul de învățământ	84 (14*6)	din care: 3.5. curs	-	3.6. seminar/laborator	-
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					80
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					80
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					6
3.7 Total ore studiu individual				166	
3.8 Total ore din planul de învățământ				84	
3.9 Total ore pe semestru				250	
3.10 Numărul de credite				10	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Competențele cognitive, tehnice sau profesionale și afectiv valorice realizate de disciplină: capacitatea de a cunoaște și înțelege fundamentele și importanța cercetării științifice (de a alege, utiliza și analiza rezultatele obținute prin aplicarea diverselor metode de cercetare științifică); capacitatea de a identifica particularitățile cercetării științifice în observarea, analizarea și diagnosticarea
-------------------------	---

	fenomenelor și proceselor economice observate la nivelul unităților economice; capacitatea de a utiliza cele mai adecvate tehnici și proceduri de investigare a fenomenelor economice; capacitatea de a participa ca membrii în echipe de cercetare; capacitatea de a elabora, redacta și susține o lucrare cu caracter științific.
Competențe transversale	Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme economice specifice mediului economic; Capacitatea de a valorifica eficient resursele și tehnicile de învățare pentru propria dezvoltare.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Obiectivul central al disciplinei constă în dezvoltarea capacității studenților de a efectua muncă independentă de documentare-cercetare și de a genera analize și concluzii cu caracter de originalitate.</i>
7.2 Obiectivele specifice	Capacitatea studenților de a pune în practică cunoștințele teoretice acumulate, cu ajutorul datelor economice și financiare puse la dispoziție de organizații. Stagiul de practică ajută masteranzii să își dezvolte competențele personale și profesionale. Efectuarea stagiului de practică în companii va ajuta viitorii specialiști să dobândească abilități care sunt relevante pentru fiecare loc de muncă

8. Conținuturi

Conținuturi (descriptori)
<p>1. Prezentarea de ansamblu a unității economice:</p> <p>1.1. Profilul de activitate, statutul juridic, dimensiunea și complexitatea activității (număr de salariați, capacitatea de producție/desfacere, unități proprii, activități desfășurate, venituri realizate)</p> <p>1.2. Obiectivele de dezvoltare și modernizare a unității economice</p> <p>1.3. Studiul sistemului actual de management</p> <p>1.4. Fluxul tehnologic pentru produsele și/sau serviciile obținute</p> <p>1.5. Tendințele evolutive ale activității unității economice</p> <p>2. Cunoașterea și studiul principalelor activități și unități componente:</p> <p>2.1. Structura organizatorică de ansamblu a firmei. Organigrama</p> <p>2.2. Principalele organe și posturi de conducere</p> <p>2.3. Principalele interdependențe dintre activități, compartimente și posturi</p> <p>2.4. Rolul funcțional al fiecărui compartiment și post de conducere, obiectivele și limitele sale</p> <p>2.5. Principalii indicatori de performanță ai firmei (cifra de afaceri, număr de angajați, productivitatea muncii, rentabilitatea comercială, profit, câștigul mediu) în ultimii 3 ani</p> <p>3. Tratarea principalelor probleme de specialitate</p> <p>Produsul: Mixul de produse. Obiective. Strategii.</p> <p>Prețul: Obiectivele. Strategiile utilizate de către firmă. Metodele de stabilire a prețurilor.</p>

Distribuția: Obiectivele politicii de distribuție. Strategii utilizate. Căi și metode de îmbunătățire.

Promovare: Obiectivele. Care sunt instrumentele utilizate? Bugetul promoțional – descrieți metoda utilizată. Urmărește firma măsurarea eficienței acțiunilor promoționale întreprinse?

8.2 Bibliografie

1. Balaure, V., (coord.), Marketing, ediția a-II-a, Editura Uranus, București, 2002.
2. Bruhn, M., Marketing, Editura Economică, București, 1999.
3. Cătoiu I. (coordonator), Cercetări de marketing. Tratat - Ed. Uranus, București, 2009.
4. Cătoiu, I. ; Teodorescu N. Comportamentul consumatorului, Ediția a II a, revăzută și adăugită, Editura Uranus, București, 2004.
5. David Aaker – Managementul capitalului unui brand, Editura Brandbuilders, 2005.
6. Kadar Manuela coord., Muntean Andreea, *Caiet de practică – Specializarea Marketing*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2011.
7. Kotler, Ph., *Kotler despre marketing. Cum să creem, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele*, Editura CURIER MARKETING, București, 2003.
8. Kotler, Ph., *Managementul Marketingului*, Editura Teora, București, 2004.
9. Muntean Andreea, *Cercetări de marketing*, Note de curs, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015.
10. Muntean Andreea, *Marketing – Note de curs*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015.
11. Mureșan Maria, *Foreign language – English*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2013.
12. Nicolescu O., Verboncu I., *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007.
13. Paștiu Carmen, *Marketingul serviciilor*, Seria Didactica, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2014.

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

Conform cerințelor impuse de piața muncii, practica de specialitate va oferi masteranzilor cadrul necesar pentru a realiza o analiză corectă și o interpretare a fenomenelor și proceselor economice care se desfășoară la nivelul unităților economice.

3. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Activitate practică	Întocmirea dosarului de practică	Verificare dosar practică	50%
	Prezentarea dosarului de practică	Examen oral	50%
Standard minim de performanță:			
Întocmirea dosarului de practică și susținerea acestuia.			

Data completării
01.03.2016

Semnătura titularului de disciplină
Conf.univ.dr. Pastiu Carmen Adina

Data avizării în departament
02.03.2016

Semnătura director de departament
Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela