

PROGRAMA ANALITICĂ

Denumirea disciplinei	MARKETING				
-----------------------	------------------	--	--	--	--

Codul disciplinei	CIG 122	Semestrul	II	Numărul de credite	4
-------------------	---------	-----------	----	--------------------	---

Facultatea	DE ȘTIINȚE ECONOMICE	Numărul orelor pe semestru/activități				
Domeniul de licență	CONTABILITATE	Total	SI	TC	AT	AA
Programul de studii de licență	CONTABILITATE ȘI INFORMATICĂ DE GESTIUNE	42	28	10	4	-

Categoria formativă a disciplinei DF-fundamentală, DG-generală, DS-de specialitate, DE-economică/managerială, DU-umanistă	DF
Categoria de opționalitate a disciplinei: DI-impusă, DO-opțională, DL-liber aleasă (facultativă)	DI

Discipline anterioare	Condiționate	-
	Recomandate	MICROECONOMIE

Obiectivele disciplinei	<p>Asigurarea unui volum minim de cunoștințe în domeniul marketingului; Definirea și aplicarea unor concepte de marketing precum mix de marketing, segmentarea pieței, poziționarea pe piață, alegerea pieței țintă etc. Identificarea și integrarea componentelor mixului de marketing într-un plan de marketing coerent.</p>
Conținutul activităților (SI, AT, TC, AA)	<p>1. Studiul individual prin materiale specifice ID Modulul 1. Marketing – noțiuni introductive Modulul 2. Mediul extern al firmei Modulul 3. Piața întreprinderii Modulul 4. Politica de produs Modulul 5. Politica de preț Modulul 6. Politica de distribuție Modulul 7. Politica promoțională</p> <p>2. Activități tutoriale și lucrări de verificare Studii de caz Teste de autocontrol Teme de discuție/eseu</p>

Forma de evaluare finală (E – examen, C – colocviu/test final, LP – lucrări practice)	C	
Stabilirea notei finale (procente)	- evaluare finală	80 %
	- activități asistate /laborator/lucrări practice/proiect etc.	-
	- teste pe parcursul semestrului	-
	- lucrări de verificare	20 %
Lista materialelor didactice necesare (suport de curs, ghid de studiu etc.)	Marketing - Suport de curs, ediția 2016	

Bibliografia recomandată	Balaure V. (coordonator) –Marketing, Ediția a II-a, Editura Uranus, București, 2003 Kotler Ph. -Managementul marketingului,Editura Teora, București, 2008 Kotler Ph., Armstrong G., –Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008 Muntean, A., Marketing – note de curs, Seria Didactica, Universitatea ”1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2015
--------------------------	---

Coordonator de disciplină	Grad didactic, titlu, nume și prenume	Semnătura
	Conf.univ.dr. Muntean Andreea	

Legenda: SI – studiu individual, TC – teme de control, AT – activități tutoriale, AA – activități asistate