

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2021-2022
Anul de studiu I / Semestrul II

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	De Administrarea Afacerilor și Marketing / Finanțe - Contabilitate
1.4. Domeniul de studii	Contabilitate
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/ Calificarea	Contabilitate și informatică de gestiune 241104 Referent de specialitate financiar-contabilitate, 241106 Controlor de gestiune, 241103 Revizor contabil
1.7. Forma de învățământ	ID

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing		Codul disciplinei	CIG 122				
2.2. Titularul activității de curs	Conf.univ.dr. Andreea Muntean							
2.3. Titularul activității de seminar/laborator/proiect	Lect.univ.dr. Ruxandra Lazea							
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DF
							Obligativitate	Obligatorie

3. Timpul total estimat

3.1. Număr ore pe săptămână – forma cu frecvență	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	125	din care: 3.5.	111	3.6. AT+TC/AA/ST+SF/L/P	14

Distribuția fondului de timp

3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
3.5.3. Pregătire seminare/laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri	53
3.5.4. Tutoriat	2
3.5.5. Examinări	2
3.5.6. Alte activități	2

3.7 Total ore studiu individual	111
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<i>Microeconomie</i>
--------------------	----------------------

4.2. de competențe	<i>Aplicarea noțiunilor de bază din Economie</i>
--------------------	--------------------------------------------------

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<i>Sala dotată cu videoproiector/tablă.</i>
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/proiectului	<i>Sala dotată cu videoproiector/tablă.</i>

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing C2 Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing C4 Fundamentarea și elaborarea <i>mix-ului de marketing</i>
Competențe transversale	-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Studiul disciplinei le va furniza studenților cunoștințe și competențe din domeniul marketingului referitoare la analiza mediului de marketing, cunoaștere structurii pieței unei organizații, definirea politicilor de marketing (produs, preț, plasare, promovare).</i>
7.2 Obiectivele specifice	<i>Furnizarea de competențe privind stabilirea oportunităților de marketing, segmentarea pieței și alegerea segmentelor țintă, definirea mix-ului de marketing.</i>

8. Conținuturi

8.1 SI	Metode de predare	Observații
1. Marketing – noțiuni introductive	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28% SI
2. Mediul de marketing al firmei	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28% SI
3. Piața întreprinderii	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28% SI
4. Politica de produs	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28% SI
5. Politica de preț	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28% SI
6. Politica de distribuție	<i>Studiu individual după suportul de curs, Studii de caz Întrebări și teste de verificare</i>	14,28% SI
7. Politica de promovare	<i>Studiu individual după suportul de curs,</i>	14,28% SI

	<i>Studii de caz</i> <i>Întrebări și teste de verificare</i>	
Bibliografie:		
Muntean, A. Lazea Ruxandra , <i>Marketing, note de curs</i> , seria ID, 2021		
Muntean, A. Lazea Ruxandra , <i>Marketing, note de curs</i> , seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019		
Blythe, J., <i>Esențialul în marketing</i> , Rentrop&Straton, București, 2005		
Kotler, Ph., <i>Managementul marketingului</i> , Editura Teora - ediția a V-a, București, 2008		
Lefter, C. (coord.), <i>Marketing, vol.I-II</i> , Ed. Universității Transilvania, Brașov, 2006		
McDonald, M., <i>Planificarea de marketing prin exemple</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2010		
Pop, Al (coord.), <i>Marketing strategic</i> , Ed. Economică, București, 2000		
8.2. AT	Metode de predare-învățare	Observații
ROLUL ȘI FUNCȚIILE MARKETINGULUI	Studii de caz Aplicații	2 ore
MICROMEDIUL ȘI MACROMEDIUL FIRMEI – DIMENSIUNILE PIEȚEI FIRMEI –	Aplicații Studii de caz	2 ore
ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII DE PRODUS- ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII DE PREȚ-	Aplicații Studii de caz	2 ore
ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII DE DISTRIBUȚIE- ELEMENTELE CONSTITUTIVE ALE POLITICII PROMOȚIONALE-	Aplicații Studii de caz	2 ore
Bibliografie:		
Muntean, A. Lazea Ruxandra , <i>Marketing, note de curs</i> , seria ID, 2021		
Muntean, A. Lazea Ruxandra , <i>Marketing, note de curs</i> , seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019		
Blythe, J., <i>Esențialul în marketing</i> , Rentrop&Straton, București, 2005		
Kotler, Ph., <i>Managementul marketingului</i> , Editura Teora - ediția a V-a, București, 2008		
Lefter, C. (coord.), <i>Marketing, vol.I-II</i> , Ed. Universității Transilvania, Brașov, 2006		
McDonald, M., <i>Planificarea de marketing prin exemple</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2010		
Pop, Al (coord.), <i>Marketing strategic</i> , Ed. Economică, București, 2000		
Lazea Ruxandra, <i>Marketing, Caiet de seminarii în format CD disponibil la bibliotecă</i>		
8.3. TC	Metode de transmitere a informației	Observații
Aplicație cu privire la rolul și funcțiile marketingului Studiu de caz Dacia Dokker Aplicații cu privire la piața ; studiu de caz: Omul secolului XXI studiu de caz: Vodafone România studii de caz; aplicații referitoare la politica de preț studii de caz referitoare la politica de distribuție studii de caz, aplicații referitoare la politica de promovare	Platforma Moodle/Microsoft Teams Suport de curs	Temele de control vor fi încărcate pe platformă
Bibliografie:		
Muntean, A. Lazea Ruxandra , <i>Marketing, note de curs</i> , seria ID, 2021		
Muntean, A. Lazea Ruxandra , <i>Marketing, note de curs</i> , seria Didactica a Universității 1 Decembrie 1918 din Alba Iulia, 2019		

Blythe, J., <i>Esențialul în marketing</i> , Rentrop&Straton, București, 2005 Kotler, Ph., <i>Managementul marketingului</i> , Editura Teora - ediția a V-a, București, 2008 Lefter, C. (coord.), <i>Marketing, vol.I-II</i> , Ed. Universității Transilvania, Brașov, 2006 McDonald, M., <i>Planificarea de marketing prin exemple</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2010 Pop, Al (coord.), <i>Marketing strategic</i> , Ed. Economică, București, 2000 Lazea Ruxandra, <i>Marketing</i> , Caiet de seminarii în format CD disponibil la bibliotecă		
8.4. AA/L/P	Metode de predare -învățare	Observații

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

Conform cerințelor impuse de piața muncii, cursul va oferi studenților posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a realiza o analiză și interpretare a fenomenelor și proceselor de marketing; pentru a simula, analiza și interpreta etapele unui plan de marketing; pentru a analiza componentele mix-ului de marketing.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 SI (curs)	<i>Evaluarea cunoștințelor acumulate</i>	<i>Examen scris</i>	70%
10.5 TC/AA/ST/L/P	<i>Evaluarea temelor încărcate pe Moodle</i>	<i>Teme de control încărcate pe Moodle</i>	30%
10.6 Standard minim de performanță: nota minima 5			
Demonstrarea competențelor în: marketing			

Coordonator de disciplină
Conf.univ.dr Muntean Andreea

Tutore de disciplină
Lect.univ.dr Lazea Ruxandra

Data:
24.09.2021

Responsabil de studii ID/IFR,
.....