

FIȘA DISCIPLINEI

Denumirea disciplinei	MARKETING							
Codul disciplinei	ECTS124	Semestrul	II	Numărul de credite	5			
Facultatea	DE ȘTIINȚE ECONOMICE			Numărul orelor pe semestru/activități				
Domeniul de licență	ADMINISTRAREA AFACERILOR			Total	SI	TC	AT	AA
Programul de studii de licență	ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR			42	28	10	4	-
Categoria formativă a disciplinei (fundamentală, complementară, domeniu, specialitate)	DISCIPLINĂ FUNDAMENTALĂ							
Tipul disciplinei (impusă, opțională, facultativă)	IMPUSĂ							
Discipline anterioare	Condiționate	-						
	Recomandate	MICROECONOMIE						
Obiectivele disciplinei	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							
Conținutul activităților (SI, AT, TC, AA)	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 2. Activități tutoriale și lucrări de verificare Studii de caz Teste de autocontrol Teme de discuție/eseu 3. Activități asistate							
Forma de evaluare finală (E – examen, C – colocviu/test final, LP – lucrări practice)				E				
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