

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Științe Economice și Gestiunea Afacerilor
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studii	Administrarea afacerilor în comerț, turism și servicii

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketingul târgurilor și expozițiilor	2.2. Cod disciplină	AACTS 212
2.3. Titularul activității de curs	Todoran Matei-Radu		
2.4. Titularul activității de seminar	Todoran Matei-Radu		
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	I
		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	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					31
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități					

3.7 Total ore studiu individual	133
3.8 Total ore din planul de învățământ	42
3.9 Total ore pe semestru	175
3.10 Numărul de credite	7

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	Sală dotată cu tablă/videoproiector
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sală dotată cu tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP9. Înțelegerea noilor tendințe pe plan mondial în domeniul afacerilor în comerț, turism și servicii;</p> <p>CP10. Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice în domeniile administrării afacerilor din turism, comerț, servicii;</p> <p>CP11. Dobândirea de cunoștințe teoretice și practice privind sfera afacerilor, modul de organizare, gestionare și finanțare a acestora; experiența țărilor dezvoltate în gestionarea afacerilor;</p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale.</p> <p>CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei. Realizarea unei lucrări/unui proiect, asumând cu responsabilitate sarcini specifice rolului într-o echipă plurispecializată.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Formarea și dezvoltarea capacității studenților de a utiliza instrumentele specifice domeniului marketingului târgurilor și expozițiilor</i>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Prezentarea și abordarea soluțiilor optime teoretice și practice cu care se confruntă economia contemporană</i> - <i>Realizarea contribuției la pregătirea profesională a specialiștilor în domeniul manifestărilor legale de organizarea târgurilor și expozițiilor</i> - <i>Cunoașterea rolului sectorului târgurilor și expozițiilor în contextul general al economiei serviciilor</i> - <i>Cunoașterea unor ghiduri practice de realizare a târgurilor și expozițiilor</i>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>1. ISTORICUL MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE: Manifestări asociate târgurilor și expozițiilor. Tendințe recente în industria târgurilor și expozițiilor. Perspective ale târgurilor și expozițiilor. Factorii implicați în activitatea de târguri și expoziții</p>	Prelegere, conversație, exemplificări	2
<p>2. MANIFESTĂRI EXPOZIȚIONALE ÎN MIX-UL DE MARKETING. Manifestări expoziționale în mix-ul de comunicare. Manifestări expoziționale în mix-ul de preț. Manifestări expoziționale în mix-urile de distribuție și de produs. Manifestări expoziționale în contextul marketingului internațional.</p>	Prelegere, conversație, exemplificări	2
<p>3. TRĂSĂTURILE ȘI FUNCȚIILE TÂRGURILOR ȘI</p>	Prelegere, conversație,	2

EXPOZIȚIILOR: Trăsăturile târgurilor și expozițiilor. Funcțiile târgurilor și expozițiilor. Mutații în funcțiunea de marketing a firmelor	exemplificări	
4. OBIECTIVELE ȘI AVANTAJELE PARTICIPĂRII LA TÂRGURI ȘI EXPOZIȚII: Obiectivele participării. Avantaje asociate manifestărilor expoziționale.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
5. CLASIFICAREA ȘI SELECȚIA MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE: Clasificarea după criteriul geografic. Clasificarea după aria de cuprindere. Clasificarea din punct de vedere a tematicii. Evaluare și selecție.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
6. CADRUL LEGAL ȘI CONTRACTUAL AL MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE: Clauze contractuale legate de realizarea unui eveniment. Tipuri de contracte. Preocupări privind prevenirea concurenței neloiale.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
7. ACTIVITĂȚI DERULATE ÎNAINTEA MANIFESTĂRII: Găsirea unui târg. Pregătirea târgului. Costurile manifestării. Organizarea standului. Modalități și materiale de promovare.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
8. ACTIVITĂȚI DERULATE ÎN TIMPUL MANIFESTĂRII: Instalarea standului. Prezența la stand. Rearanjarea standului.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
9. ACTIVITĂȚI DERULATE DUPĂ ÎNCHEIEREA MANIFESTĂRII EXPOZIȚIONALE: Activități derulate în cadrul firmei. Activități derulate în afara firmei.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
10. ACTIVITĂȚI DERULATE DERULATE DE CĂTRE ANGAJATORI ÎNAINTEA MANIFESTĂRII: De ce să ne implicăm în organizarea târgurilor și expozițiilor. Organizarea practică. Găsirea expozanților. Stabilirea bugetului. Reclamă și relații publice.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
11. ACTIVITĂȚI DERULATE ÎN TIMPUL MANIFESTĂRII: Instalarea locurilor și a standurilor. Primirea participanților	Prelegere, conversație, exemplificări	2
12. ACTIVITĂȚI DERULATE DE CĂTRE ORGANIZATORI DUPĂ ÎNCHEIEREA MANIFESTĂRII: Bilanțul cifrat. Auditul manifestării.	Prelegere, conversație, exemplificări	2
13. ACTIVITĂȚI DE LOGISTICĂ DERULATE DE EXPOZANT CU OCAZIA ORGANIZĂRII TÂRGURILOR ȘI EXPOZIȚIILOR: Inventarierea necesarului logistic. Posibilități de transport și instalare. Asigurarea tuturor facilităților pentru stand și pentru personalul expozant	Prelegere, conversație, exemplificări	2
14. ACTIVITĂȚI DE LOGISTICĂ DERULATE DE ORGANIZATOR CU OCAZIA MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE. Inventarierea expozanților și repartizarea standurilor. Asigurarea facilităților necesare la standuri. Asigurarea desfășurării optime a conferințelor și manifestărilor culturale. Alte facilități	Prelegere, conversație, exemplificări	2
Seminar-laborator		
I. ISTORICUL MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE:	Prelegere, conversație,	1

Manifestări asociate târgurilor și expozițiilor. Tendințe recente în industria târgurilor și expozițiilor. Perspective ale târgurilor și expozițiilor. Factorii implicați în activitatea de târguri și expoziții	exemplificări	
2. MANIFESTĂRI EXPOZIȚIONALE ÎN MIX-UL DE MARKETING. Manifestări expoziționale în mix-ul de comunicare. Manifestări expoziționale în mix-ul de preț. Manifestări expoziționale în mix-urile de distribuție și de produs. Manifestări expoziționale în contextul marketingului internațional.	Prelegere, conversație, exemplificări	1
3. TRĂSĂTURILE ȘI FUNCȚIILE TÂRGURILOR ȘI EXPOZIȚIILOR: Trăsăturile târgurilor și expozițiilor. Funcțiile târgurilor și expozițiilor. Mutații în funcțiunea de marketing a firmelor	Prelegere, conversație, exemplificări	1
4. OBIECTIVELE ȘI AVANTAJELE PARTICIPĂRII LA TÂRGURI ȘI EXPOZIȚII: Obiectivele participării. Avantaje asociate manifestărilor expoziționale.	Prelegere, conversație, exemplificări	1
5. CLASIFICAREA ȘI SELECȚIA MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE: Clasificarea după criteriul geografic. Clasificarea după aria de cuprindere. Clasificarea din punct de vedere a tematicii. Evaluare și selecție.	Prelegere, conversație, exemplificări	1
6. CADRUL LEGAL ȘI CONTRACTUAL AL MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE: Clauze contractuale legate de realizarea unui eveniment. Tipuri de contracte. Preocupări privind prevenirea concurenței neloiale.	Prelegere, conversație, exemplificări	1
7. ACTIVITĂȚI DERULATE ÎNAINTEA MANIFESTĂRII: Găsirea unui târg. Pregătirea tâgului. Costurile manifestării. Organizarea standului. Modalități și materiale de promovare	Prelegere, conversație, exemplificări	1
8. ACTIVITĂȚI DERULATE ÎN TIMPUL MANIFESTĂRII: Instalarea standului. Prezența la stand. Rearanjarea standului	Prelegere, conversație, exemplificări	1
9. ACTIVITĂȚI DERULATE DUPĂ ÎNCHEIEREA MANIFESTĂRII EXPOZIȚIONALE: Activități derulate în cadrul firmei. Activități derulate în afara firmei.	Prelegere, conversație, exemplificări	1
10. ACTIVITĂȚI DERULATE DERULATE DE CĂTRE ANGAJATORI ÎNAINTEA MANIFESTĂRII: De ce să ne implicăm în organizarea târgurilor și expozițiilor. Organizarea practică. Găsirea expozanților. Stabilirea bugetului. Reclamă și relații publice	Prelegere, conversație, exemplificări	1
11. ACTIVITĂȚI DERULATE ÎN TIMPUL MANIFESTĂRII: Instalarea locurilor și a standurilor. Primirea participanților	Prelegere, conversație, exemplificări	1
12. ACTIVITĂȚI DERULATE DE CĂTRE ORGANIZATORI DUPĂ ÎNCHEIEREA MANIFESTĂRII: Bilanțul cifrat. Auditul manifestării.	Prelegere, conversație, exemplificări	1
13. ACTIVITĂȚI DE LOGISTICĂ DERULATE DE EXPOZANT CU OCAZIA ORGANIZĂRII TÂRGURILOR ȘI EXPOZIȚIILOR: Inventarierea necesarului logistic. Posibilități de transport și instalare. Asigurarea tuturor facilităților pentru stand și pentru personalul expozant	Prelegere, conversație, exemplificări	1
14. ACTIVITĂȚI DE LOGISTICĂ DERULATE DE ORGANIZATOR CU OCAZIA MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE. Inventarierea expozanților și repartizarea standurilor. Asigurarea facilităților necesare la standuri. Asigurarea	Prelegere, conversație, exemplificări	1

desfășurării optime a conferințelor și manifestărilor culturale. Alte facilități

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate necesităților actuale ale angajatorilor, contribuind la dobândirea de către studenții de cunoștințe și abilități teoretice și practice de marketing.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen</i>	<i>Proba scrisă în cadrul examenului (test grilă)</i>	60%
10.5 Seminar/laborator	<i>Calitatea lucrării elaborate, corectitudinea conținutului</i>	<i>Studiu de caz</i>	40%

10.6 Standard minim de performanță: obținerea notei minim 5

Demonstrarea competențelor în:

- cunoașterea a cel puțin 50% dintre cunoștințele de marketing;
- dobândirea abilităților teoretice și practice, demonstrate prin utilizarea adecvată a cel puțin jumătate dintre instrumentele specifice marketingului targurilor si expozitiilor

Data completării

05.09.2019

Data avizării în departament

10.09.2019

Semnătura titularului de curs

Lect.univ.dr.Todoran Matei-Radu

Semnătura titularului de seminar

Lect.univ.dr. Todoran Matei-Radu

Semnătura directorului de departament

Conf.univ.dr Gavrița Paven Ionela