

FIȘA DISCIPLINEI

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	Științe Economice și Gestiunea Afacerilor
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Masterat
1.6. Programul de studii	Marketing și promovarea vânzărilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketingul târgurilor și expozițiilor	2.2. Cod disciplină	MPV111
2.3. Titularul activității de curs	Todoran Matei-Radu		
2.4. Titularul activității de seminar	Todoran Matei-Radu		
2.5. Anul de studiu	I	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	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					45
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					1
Examinări					2
Alte activități					6
3.7 Total ore studiu individual					144
3.8 Total ore din planul de învățământ					56
3.9 Total ore pe semestru					200
3.10 Numărul de credite					8

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

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<i>C1 Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și metodelor fundamentale de investigare și prospectare specifice marketingului; C3 Analizarea factorilor interni și externi ai organizațiilor</i>
-------------------------	--

	<p><i>C4 Integrează strategiile de marketing în piața globală</i></p> <p><i>C5 Utilizarea tehnologiei informatice moderne pentru tehnoredactarea de lucrări științifice în domeniul marketingului, procesarea de informații și accesarea de baze de date specifice activității din diferitele structuri organizaționale;</i></p> <p><i>C12 Organizarea de manifestări promoționale (târguri și expoziții);</i></p>
Competențe transversale	<p><i>CT1 Dezvoltarea mecanismelor logice și de analiză cognitivă necesare managementului marketingului;</i></p> <p><i>CT2 Integrarea contextuală a aspectelor marketingului în cadrul dinamicii actuale a economiei;</i></p> <p><i>CT3 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;</i></p> <p><i>CT4 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată, inclusiv în cadrul rețelelor de cercetare științifică economică și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;</i></p> <p><i>CT5 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare;</i></p> <p><i>CT6 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice marketingului;</i></p> <p><i>CT7 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice promovării vânzărilor;</i></p> <p><i>CT8 Capacitatea de a valorifica eficient resursele și tehnicile de învățare pentru propria dezvoltare;</i></p> <p><i>CT9 Capacitatea de a identifica oportunitățile de formare continuă;</i></p> <p><i>CT10 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice domeniului organizării de evenimente;</i></p> <p><i>CT11 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;</i></p> <p><i>CT12 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de vânzări;</i></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
1. ISTORICUL MANIFESTĂRILOR EXPOZIȚIONALE: Manifestări asociate târgurilor și expozițiilor. Tendințe recente în industria târgurilor și	Prelegere, conversație,	2

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	2
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	2
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 relizarea unui eveniment. Tipuri de contracte. Preocupări privind prevenirea concurenței nelociale.	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		
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	Prelegere, conversație, exemplificări	2

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	2
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	2
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 nelociale.	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

BIBLIOGRAFIE

--

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. Disciplina, prin obiectivele sale, aduce în atenția angajatorilor și a asociațiilor profesionale scopul primar al organizării, acela de a cunoaște instrumentele specifice domeniului marketingului targurilor si expozițiilor .

Notă privind modalitățile de recuperare a orelor de seminar: Orele de seminar vor putea fi recuperate prin efectuarea unui referat/ proiect elaborat in mod individual de catre student.

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: <i>Obținerea notei minime pentru promovarea examenului de: 5 (cinci)</i>			
Demonstrarea competențelor în: - <i>cunoașterea a cel puțin 50% dintre cunoștințele de marketing;</i> - <i>dobândirea abilităților teoretice și practice, demonstrate prin utilizarea adecvată a cel puțin jumătate dintre instrumentele specifice marketingului targurilor si expozițiilor</i>			

Data completării
05.09.2019

Semnătura titularului de curs
Todoran Matei Radu

Semnătura titularului de seminar
Todoran Matei Radu

Data avizării în departament
10.09.2019

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Gavril Paven Ionela