

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Politehnica” din Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Automatică și Calculatoare / Calculatoare
1.3 Catedra	-
1.4 Domeniul de studii	Ingineria sistemelor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Automatică și Informatică Aplicată / inginer

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Management si marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. Dr. Ing. Gabriela PROSTEAN						
2.3 Titularul activităților de seminar	As.dr.ing. Olivia GIUCA						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	90	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					12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					7
Examinări					3
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual	34				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală mare, Materiale suport: laptop, proiector, tablă.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Sala seminar, tablă

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3);

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina;

³ Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului;

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁴	•
Competențe transversale	• CT3 - Demonstrarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru actualizarea cunoștințelor profesionale, economice și de cultură organizațională

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Demonstrarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru actualizarea cunoștințelor management și marketing
7.2 Obiectivele specifice	Se vor acumula deprinderi de aplicare eficientă a metodelor și tehnicilor de planificare strategică, organizare, conducere, evaluare a afacerilor. Însușirea de către studenți a noțiunilor, principiilor, tehnicilor și modelelor specifice managementului și marketingului, atât la nivel de concepte cât și la nivel de aplicare în cadrul firmelor în condițiile reale de piață. Studenții vor conștientiza contextul economic, tehnic, tehnologic, social, legal care influențează domeniul de management și marketing al afacerilor.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1.1. Evoluția managementului 1.2. Conceptul de management 1.3. Evoluția managementului științific 1.4. Teoria organizațională clasică 1.5. Abordarea comportamentală	2	Prelegere susținută de prezentări PPT, exemplificări, studii de caz
2. Funcția de planificare 2.1. Definiții 2.2. Planificarea strategică 2.3. Planificarea operațională. 2.4. Planificarea proiectelor	4	
3. Funcția de organizare 3.1. Definiții 3.2. Proiectarea structurii organizatorice 3.3. Elementele structurii organizatorice	2	
4. Funcția de antrenare 4.1. Motivarea 4.2. Deprinderi de comunicare	2	
5. Funcția de conducere 5.1. Niveluri de management 5.2. Teoria situațională. Stiluri de conducere 5.3. Factorii care influențează stilurile de conducere 5.4. Managementul timpului	2	
6. Funcția de control 6.1. Definiție. Clasificarea controlului 6.2. Etapele procesului de control	2	
7. Introducere în marketing 7.1. Definiția marketingului. Evoluție 7.2. Funcțiile marketingului	2	
8. Produsul 8.1. Caracteristicile produsului 8.2. Ciclul de viață al produselor 8.3. Mixul de produs și dezvoltarea noilor produse	2	
9. Prețul 9.1. Factori de influență ai prețului 9.2. Politica de prețuri 9.3. Mixul de prețuri	2	

⁴ Aspectul competențelor profesionale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS (http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă.

9.4. Adaptarea prețurilor		
10. Promovarea 10.1. Comunicarea în marketing 10.2. Elementele mixului promoțional 10.3. Reclama și publicitatea 10.4. Promovarea vânzărilor 10.5 Cuvintele cheie ale promovarii vanzarilor 10.6. Mijloace de promovare a vânzărilor	4	
11. Distribuția 11.1. Definirea distribuției. 11.2. Canalele de distribuție 11.3. Distribuția fizică	2	
12. Cercetarea pieței 12.1. Cercetarea de marketing. 12.2. Sistemul informațional de marketing 12.3. Etapele cercetării de marketing	2	
13. Planul de marketing 13.1. Conținutul planului de marketing 13.2. Strategii de marketing 13.3. Etapele dezvoltării planului strategic de marketing	2	
Bibliografie 1. G. Proștean, <i>Management</i> , Editura Orizonturi Universitare; Timisoara, 2008 2. G. Proștean, <i>Management prin proiecte</i> , Editura Orizonturi Universitare; Timisoara, 2001 3. G. Proștean, http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html -cursuri in format electronic , 2009		
8.2 Seminar/laborator	Număr de ore	Metode de predare
1. Planificarea. Planul de afaceri	2	Expunere temă, discuții, întrebări, rezolvare probleme specifice.
2. Programarea. Metoda drumului critic	2	
3. Decizia în condiții de certitudine și incertitudine	2	
4. Organizarea. Analiza structurii organizatorice	2	
5. Studiu de caz –Modele de relationare (W-W, W-L, L-W, L-L, W)	2	
6. Studiu de caz- managementul conflictelor	2	
7. Decizii de grup	2	
8. Mixul de marketing	2	
9. Cercetarea pieței. Metode - chestionarul	2	
10. Analiza SWOT	2	
11. Ciclul de viață al produsului	2	
12. Segmentarea pieței	2	
13. Brainstorming	2	
14. Dezvoltarea planului strategic de marketing	2	
Bibliografie 1. G. Proștean, <i>Management</i> , Editura Orizonturi Universitare; Timisoara, 2008 2. G. Proștean, <i>Management prin proiecte</i> , Editura Orizonturi Universitare; Timisoara, 2001 3. G. Proștean, http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html -cursuri in format electronic , 2009		

9. Corelarea conținutului disciplinei cu cerințele specialiștilor din domeniu și cu așteptările angajatorilor reprezentativi

- Cunoștințele de management și marketing sunt importante pentru planul de învățământ al specializării pentru dezvoltarea spiritului de echipă, conducerea echipelor din domeniu și/sau interdisciplinare.
- Majoritatea angajatorilor din domeniul aferent programului solicită cunoștințe și competențe în management și marketing pentru dezvoltarea carierei unor viitori manageri/directori/șefi necesari în structura ierarhică a firmelor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Rezolvarea unor subiecte teoretice aferente cursurilor	Examinare scrisă	65%
10.5 Seminar /laborator	Rezolvarea problemelor corespunzătoare orelor de seminar	Prezentarea rezolvărilor, răspunsuri la întrebări	10 %

	Rezolvare temă	Prezentarea rezolvărilor, răspunsuri la întrebări	25 %
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
<ul style="list-style-type: none"> Obținerea notei minime (5) de promovare la examenul scris + promovare activitate de seminar (pe parcurs -nota minimă 5). 			

11. Compatibilitate internațională

<p>The University of Tennessee, Knoxville SUA, http://catalog.utk.edu/content.php?catoid=1&navoid=104 Unversitatea ARTOIS Bethune Franta, http://www.univ-artois.fr/ Institutul Politehnic Catalonya Barcelona Spania, http://www.topuniversities.com/courses/business-management-studies/management-guide</p>
--

Data completării

30.09.2013

Semnătura titularului de curs

Prof. Dr. Ing. Gabriela PROȘTEAN

.....

Semnătura titularilor de seminar

As. Dr. Ing. Olivia GIUCA

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

Prof. dr. Ing. Ioan SILEA

.....