

## FIȘA DISCIPLINEI<sup>1</sup>

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Politehnica” din Timișoara
1.2 Facultatea <sup>2</sup> / Departamentul <sup>3</sup>	Automatică și Calculatoare / Management
1.3 Catedra	
1.4 Domeniul de studii	Informatică
1.5 Ciclul de studii	Licență - Învățământ la distanță
1.6 Programul de studii / Calificarea	Informatică / Informatician

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Prostean Gabriela						
2.3 Titularul (titularii) activităților de seminar/laborator (AA)	Badea Andra						
2.4. Categoria formativă (fundamentală, complementară, domeniu, specialitate)							
2.5. Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	4	2.6 Tipul de evaluare	ED	2.7 Regimul disciplinei	impusă

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:3.2 SI (studiu individual-curs)	2	3.3 TC (teme de casă)	3	3.4. AT (activități tutoriate)	1	3.5 AA (seminar/laborator)	
3.6 Total ore din planul de învățământ	42	din care:3.7 SI (studiu individual-curs)	28	3.8 TC (teme de casă)	8	3.9. AT (activități tutoriate)	6	3.10 AA (seminar/laborator)	
Distribuția fondului de timp									
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									ore
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									26
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri									14
Tutoriat									12
Examinări									6
Alte activități									
<b>3.11 Total ore studiu individual</b>	24								
<b>3.12 Total ore pe semestru</b>	66								
<b>3.13 Numărul de credite</b>	2								

### 4. Precondiții si recomandări (acolo unde este cazul)

4.1 precondiții de curriculum	• Nu este cazul
4.2 precondiții de competențe	• Nu este cazul
4.3. recomandări de discipline anterioare	• Management

### 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

### 6. Competențe specifice acumulate

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

<sup>2</sup> Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studii căruia îi aparține disciplina;

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

Competențe profesionale <sup>4</sup>	
Competențe transversale	Desfășurarea eficientă a activităților organizate într-un grup inter-disciplinar și dezvoltarea capacităților empatică de comunicare inter-personală, de relaționare și colaborare cu grupuri diverse. □

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demonstrarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru actualizarea cunoștințelor de marketing.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>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 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 marketing.</li> </ul>

### 8. Conținuturi

8.1 Curs (SI – studiu individual)	Număr de ore	Metode de predare
<b>1. Introducere în marketing</b> 1.1 Definierea marketingului. Evoluție 1.2 Funcțiile marketingului	4	Studiul materialelor suport specifice (disponibile în format electronic pe Internet), prezentare succintă, consultatii, tutoriere prin mijloace de comunicare electronice specifice
<b>2. Produsul</b> 2.1. Caracteristicile produsului 2.2. Ciclul de viață al produselor 2.3. Mixul de produs și dezvoltarea noilor produse	4	
<b>3. Prețul</b> 3.1. Factori de influență ai prețului 3.2. Politica de preturi 3.3. Mixul de preturi 3.4. Adaptarea preturilor	4	
<b>4. Promovarea</b> 4.1 Comunicarea în marketing 4.2 Elementele mixului promoțional 4.3 Reclama și publicitatea 4.4 Promovarea vânzărilor 4.5 Cuvintele cheie ale promovării vanzarilor 4.6 Mijloace de promovare a vânzărilor	4	
<b>5. Distribuția</b> 5.1 Definierea distribuției. 5.2 Canalele de distribuție 5.3 Distribuția fizică	4	
<b>6. Cercetarea pieței</b> 6.1 Cercetarea de marketing. 6.2 Sistemul informațional de marketing 6.3 Etapele cercetării de marketing	4	
<b>7. Planul de marketing</b> 7.1 Conținutul planului de marketing 7.2 Strategii de marketing 7.3 Etapele dezvoltării planului strategic de marketing	4	
<p>Lista materialelor didactice necesare (suport de curs, ghid de studiu etc.)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Suport de curs</li> <li>Studii de caz</li> </ol> <p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Suport de curs Campus Virtual, <a href="https://cv.upt.ro/course/view.php?id=89">https://cv.upt.ro/course/view.php?id=89</a></li> <li>G. Prostean, <i>Management</i>, Litografia UPT; Timisoara, 2008</li> </ol>		

<sup>4</sup> 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](http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL)) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4, programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă și materia în cauză

3. G. Prostean, <a href="http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html">http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html</a> -cursuri in format electronic , 2009		
8.2 Activități tutoriale și lucrări de verificare	Număr de ore	Metode de predare
1. Cercetarea pieței.	2	Cercetarea pieței. Metode - chestionarul
2. Ciclul de viața al produsului	2	
3. Segmentarea pieței	2	
<p>Lista materialelor didactice necesare (suport de curs, ghid de studiu etc.)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suport de curs</li> <li>2. Studii de caz</li> <li>3.</li> </ol> <p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suport de curs Campus Virtual, <a href="https://cv.upt.ro/course/view.php?id=89">https://cv.upt.ro/course/view.php?id=89</a></li> <li>2. G. Prostean, <i>Management</i>, Litografia UPT; Timisoara, 2008</li> <li>3. G. Prostean, <a href="http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html">http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html</a> -cursuri in format electronic , 2009</li> </ol>		
8.3 Seminar/laborator (AA – activități asistate)	Număr de ore	Metode de predare
1. Mixul de marketing	2	Brainstorming
2. Analiza SWOT	2	
3. Dezvoltarea planului strategic de marketing	4	
<p>Lista materialelor didactice necesare (suport de curs, ghid de studiu etc.)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. suport de curs</li> <li>5. studii de caz</li> </ol> <p>Bibliografie</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. suport de curs Campus Virtual</li> <li>5. G. Prostean, <i>Management</i>, Litografia UPT; Timisoara, 2008</li> <li>6. G. Prostean, <a href="http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html">http://www.mpt.upt.ro/pag/50.html</a> -cursuri in format electronic , 2009</li> </ol>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoștințele de marketing sunt importante pentru planul de învățământ al specializării pentru dezvoltarea spiritului de echipă, conducerea echipelor din domeniu și/sau interdisciplinare.</li> <li>• Majoritatea angajatorilor din domeniul aferent programului solicită cunoștințe și competențe în marketing pentru dezvoltarea carierei unor viitori manageri/directori/șefi necesari în structura ierarhică a firmelor.</li> </ul>
--

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Evaluare finală	Rezolvarea unor subiecte teoretice aferente cursurilor	Examinare scrisă	65%
10.5. AA – activități asistate (seminar/laborator)	Rezolvarea problemelor corespunzătoare orelor de seminar	Prezentarea rezolvărilor, răspunsuri la întrebări	10 %
10.6. Teste pe parcursul semestrului	Aplicații	Examinare orală	25 %
10.8 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"> <li>• Obținerea notei minime (5) de promovare la examenul scris + promovare activitate de seminar (pe parcurs -nota minimă 5).</li> </ul>			

### 11. Compatibilitate internațională

The University of Tennessee, Knoxville SUA, <http://catalog.utk.edu/content.php?catoid=1&navoid=104>

Data  
completării

15.03.2015

Semnătura titularului de curs

Prof. Dr. Ing. Gabriela PROSTEAN

Semnătura titularilor de seminar

As. Drd Andra Badea

Data avizării în departament

18.03.2015

Semnătura directorului de departament

.....