

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Inginerie
1.3. Departament	Inginerie Industrială și Management
1.4. Domeniul de studiu	Ingineria Transporturilor
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Ingineria Transporturilor și a Traficului

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing în transporturi			Cod	
2.2. Titular activități de curs	Conf.univ.dr. Roxana Săvescu				
2.3. Titular activități practice	Șef lucr. dr. Carmen Barb				
2.4. An de studiu ²	2	2.5. Semestrul ³	4	2.6. Tipul de evaluare ⁴	C
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S		

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e. Alte	Total
2	1				3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e. Alte	Total ⁷
28	14				42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat ⁹					14
Examinări ¹⁰					2
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)					58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)					100
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite¹³					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Nu este cazul
4.2. Competențe	Capacitate de analiză și sinteză Lucrul cu calculatorul (Microsoft Office)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	Sală de curs dotată cu video-proiector
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	Sală de seminar / laborator dotată cu computere cu acces la Internet

6. Competențe specifice acumulate¹⁷

		Număr de credite alocate disciplinei ¹⁸	4	Repartizare credite pe competențe ¹⁹
6.1. Competențe profesionale	CP1	identificarea și utilizarea corectă a termenilor de specialitate (conceptul de marketing, consumatorul, cercetarea de marketing, structura și segmentarea pieței, evaluarea cererii, mixul de marketing, strategii și politici de marketing)		1
	CP2	identificarea unei necesități în piață, formularea și argumentarea unor enunțuri, culegerea unor date, analiza și sinteza informațiilor culese, realizarea de conexiuni între rezultate		1
6.2. Competențe transversale	CT1	reacția pozitivă la sugestii, cerințe și sarcini didactice		0,5
	CT2	abilități de lucru în echipă		1
	CT3	dezvoltarea capacității de relaționare și comunicare interpersonală în concordanță cu principiile și paradigma incluziunii sociale.		0,5

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

7.1. Obiectivul general	Cursul introduce studenților concepte de bază din marketing. Se analizează relația dintre companie și mediul și rolul activităților de marketing în acest context.
7.2. Obiectivele specifice	Înțelegerea conceptului de marketing și a terminologiei specifice Cunoașterea principalelor forțe ce alcătuiesc mediul de marketing și înțelegerea modului în care acestea pot afecta activitatea unei organizații Înțelegerea procesului cercetării de piață și a implicațiilor acestuia în procesul decizional Evaluarea dimensiunilor unei piețe și aprecierea evoluției acestora. Identificarea criteriilor de segmentare a pieței Cunoașterea diferitelor politici de produs și modalități de stabilire a prețurilor Definirea și caracterizarea canalelor de distribuție Cunoașterea elementelor sistemului de comunicare și a politicilor de promovare.

8. Conținuturi

8.1. Curs ²⁰		Metode de predare ²¹	Nr. ore
Curs 1	Introducere. Conceptul de marketing	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 2	Conceptul de marketing. Consumatorul	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 3	Mediul de marketing	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 4	Piața	Dezbateri, exemple, studii de caz	2



Curs 5	Cercetarea de marketing – scop / proces	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 6	Cercetarea de marketing calitativă	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 7	Cercetarea de marketing cantitativă	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 8	Produsul	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 9	Prețul	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 10	Distribuția	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 11	Promovarea	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 12	Promovarea	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 13	Organizarea activității de marketing	Dezbateri, exemple, studii de caz	2
Curs 14	Concluzii finale	Dezbateri / Q&A	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice (8.2.a. Seminar²²/ 8.2.b. Laborator²³/ 8.2.c. Proiect²⁴)		Metode de predare	Nr. ore
Act.1	Conceptul de marketing și mediul marketingului	PBL (problem based learning)	2
Act.2	Consumatorul și piața	PBL	2
Act.3	Cercetarea de marketing cantitativă și calitativă	PBL	2
Act.4	Produsul	PBL	2
Act.5	Prețul	PBL	2
Act.6	Distribuția	PBL	2
Act.7	Promovarea	PBL	2
Total ore seminar			14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Săvescu, R. – Notițe de curs, 2020
	Kotler, P. ș.a., Managementul marketingului, Editura Teora, 2006 Kotler, P. and Keller, K.L., Marketing Management, Pearson, 2015 (Biblioteca ULBS)
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Ateliere de Marketing Google, 2021, https://learndigital.withgoogle.com/atelieruldigital/courses

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²⁵

Cunoștințele dobândite de cursanți în urma absolvirii acestui curs vin în întâmpinarea nevoilor firmelor care activează într-un mediu competitiv. Pentru a supraviețui, a se dezvolta și a prospera, firmele trebuie să își gestioneze bine resursele și să își întărească abilitatea de a identifica și satisface dorințele consumatorilor. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului se realizează prin discuții periodice în cadrul formal și informal cu reprezentanții firmelor de profil.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁶
11.4a Examen / Colocviu	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratetea)	Teste pe parcurs ²⁷ :	%	50%	CEF
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁸ :	%		
		Evaluare finală:	100%		
11.4b	• Verificarea capacității de	Elaborarea unui studiu de caz		50%	CEF



Seminar	a pune în practica cunoștințele teoretice dobândite la orele de curs	(strategie de marketing)		
11.4c Laborator	N/A	N/A	N/A	N/A
11.4d Proiect	N/A	N/A	N/A	N/A
11.5 Standard minim de performanță ²⁹ - 50% (minim 5) rezultat după însumarea punctajelor ponderate de la punctele 11.4a și 11.4b. Bonus – maxim 2 pentru Prezentare certificat Atelier Google / Bazele marketingul digital – la punctajul obținut după însumarea punctajelor ponderate de la punctele 11.4a și 11.4b.				

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: 08.09.2023

Data avizării în Departament: 25.09.2023

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf.univ.dr. Roxana Săvescu	
Responsabil program de studii	Conf.univ.dr. Lucian Lobonț	
Director Departament	Prof.univ.dr. Dănuț Dumitrașcu	

¹Licență / Master

²1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸Liniiile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

⁹Între 7 și 14 ore

¹⁰Între 2 și 6 ore

¹¹Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹²Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr. credite} = \frac{\text{NOCpSpD} \times C_C + \text{NOApSpD} \times C_A}{\text{TOCpSdP} \times C_C + \text{TOApSdP} \times C_A} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSdP = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSdP = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți	Curs	Aplicații (S/L/P)
Licență	2	1
Master	2,5	1,5
Licență lb. străină	2,5	1,25

¹⁴Se menționează disciplinele obligatorii a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷Competențele din Grilele aferente descrierii programului de studii, adaptate la specificul disciplinei

¹⁸Din planul de învățământ

¹⁹Creditele alocate disciplinei se distribuie pe competențe profesionale și transversale în funcție de specificul disciplinei

²⁰Titluri de capitole și paragrafe

²¹Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

²²Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²³Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²⁴Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

²⁵Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁶CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁷Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁸Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁹Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.