

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024 - 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Facultatea de Inginerie
1.3. Departament	Departamentul Inginerie Industrială și Management
1.4. Domeniul de studiu	Mine, Petrol și Gaze
1.5. Ciclu de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Transportul, Depozitarea și Distribuția Hidrocarburilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Management și marketing	Cod	39046 409 0409 CO33		
2.2. Titular activități de curs	Ș.I.dr.ing. Gina-Maria MORARU				
2.3. Titular activități practice	Ș.I.dr.ing. Gina-Maria MORARU				
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	C		

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					9
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					6
Tutoriat ⁹					8
Examinări ¹⁰					2
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)					33
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)					75
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite¹³					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Teoria probabilităților și statistică matematică
4.2. Competențe	Competențe de operare pe calculator (minimal: Microsoft Office, browsere de Internet)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> • Existența conexiunii la internet, a unei săli cu videoproiector și a calculatoarelor conectate la classroom și meet • Lectura suportului de curs • Participare activă
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	<ul style="list-style-type: none"> • Lectura bibliografiei recomandate • Elaborarea și susținerea lucrărilor planificate • Muncă individuală și de echipă

6. Competențe specifice acumulate¹⁷

		Număr de credite alocat disciplinei ¹⁸	3	Repartizare credite pe competențe ¹⁹
6.1. Competențe profesionale	CP1	Aplicarea adecvată a unor fundamente matematice și teorii ingineresti		1
	CP2	Utilizarea conceptelor, teoriilor și modelelor descriptive și evaluative pentru explicarea și interpretarea soluțiilor ingineresti		1,25
	CP3	Utilizarea tehnologiilor și metodelor de transport, depozitare și distribuție a hidrocarburilor		-
	CP4	Realizarea analizei proiectării și implementării teoriilor și modelelor aferente sistemelor gaziere		-
	CP5	Realizarea modelării și simulării proceselor de transport, distribuție și depozitare a hidrocarburilor		-
	CP6	Realizarea evaluării performanțelor în transport, depozitare și distribuție a hidrocarburilor		-
6.2. Competențe transversale	CT1	Comportarea onorabilă, responsabilă, etică, în spiritul legii pentru realizarea unui proiect, autonomie în luarea deciziilor și asumarea responsabilităților propriilor decizii.		0,25
	CT2	Planificarea, organizarea, conducerea în cadrul unei echipe și demonstrarea abilităților de comunicare.		0,25
	CT3	Utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, în scopul dezvoltării personale și profesionale continue în domeniu, operarea cu informații și tehnici de gestionare a acestora, angajarea clară pe calea propriei dezvoltări profesionale.		0,25

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

7.1. Obiectivul general	Studentii trebuie să-și însușească elementele fundamentale ale managementului și marketingului și să fie capabili să le aplice în domeniul lor de activitate.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Studentii trebuie să deprindă modalități concrete prin intermediul cărora pot analiza și urmări elementele mediului organizațional și comportamentul consumatorului. • Se urmărește formarea și dezvoltarea aptitudinilor de rezolvare a problemelor de luare a deciziei manageriale, de planificare tactică și operațională a resurselor organizației și de gestionare optimă a acestora. • Cursanții vor învăța etapele pe care trebuie să le parcurgă într-o cercetare de marketing și într-o planificare strategică. • Studentii vor deprinde liniile generale de elaborare a unui mix de marketing,

	<p>ținând cont de cele patru elemente fundamentale ale acestuia (produs, preț, promovare, plasament).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un obiectiv esențial este conștientizarea modului de creștere exponențială a creativității individuale și a rezultatelor de marketing ale unei organizații, prin adoptarea metodelor și tehnicilor specifice concepției în grup a produselor, reclamelor, brandurilor, strategiilor de preț etc.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs ²⁰		Metode de predare ²¹	Nr. ore
Curs 1	Introducere în management. Rol și funcții	Prelegere, prezentare video, explicații, conversație	2
Curs 2	Mediul organizațional	Prelegere, prezentare video, joc de rol	2
Curs 3	Luarea deciziei în firmă	Prelegere, explicații, conversație	2
Curs 4	Structura organizatorică și managementul resurselor umane	Prezentare PowerPoint, conversație, studii de caz	2
Curs 5	Marketingul și conceptul de marketing	Prelegere, explicații, conversație	2
Curs 6	Comportamentul consumatorului	Prelegere, joc de rol, metoda pălăriilor gânditoare	2
Curs 7	Cercetarea de marketing	Prelegere, discuții, chestionare	2
Curs 8	Planificarea strategică în firmă și planificarea de marketing	Prelegere, Philips 666, brainstorming	2
Curs 9	Planificare tactică și planificare operațională	Prelegere, probleme	2
Curs 10	Mixul de marketing și piața	Prelegere, metoda cărților de joc	2
Curs 11	Produsul	Prelegere, joc de rol	2
Curs 12	Prețul	Prelegere, licitație închisă	2
Curs 13	Promovarea	Prelegere, joc de rol	2
Curs 14	Distribuția	Prelegere, Philips 666	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

8.2.a. Seminar		Metode de predare ²²	Nr. ore
Seminar 1	Studii de caz introductive de management Tabloul de decizie și arborele de decizie	Rezolvări de probleme, studiu de caz	2
Seminar 2	Analiza criterială Metoda punctului critic	Brainstorming, rezolvări de probleme	2
Seminar 3	Planificare operațională Structura organizatorică și leadershipul – aplicații	Studii de caz, rezolvări de probleme, lista de întrebări	2
Seminar 4	Conceptul de marketing și mediul organizațional – aplicații și studii de caz Comportamentul consumatorului – etape, motivație, percepție etc.	Joc de rol, discuții, metoda pălăriilor gânditoare și studiu de caz	2
Seminar 5	Cercetarea de marketing – chestionar, interviu individual, focus grup, prelucrarea datelor, redactarea rapoartelor	Chestionar, interviu, focus grup	2
Seminar 6	Piața – caracteristici și dimensiuni – probleme	Focus grup și rezolvare de aplicații în Excel/ SPSS, discuții	2
Seminar 7	Elaborarea mixului de marketing – aplicații și studii de caz	Studii de caz, discuții	2
Total ore seminar			14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Moraru, G.M. – “Managerul și colectivul. Monografie” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2003
	Moraru, G.M. – “Marketing. Studii de caz și aplicații” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2003
	Moraru, G.M. – “Management și marketing” – notițe de curs distribuite studenților, 2021-2022
	Țuțurea, M. ș.a. – “Management. Elemente fundamentale” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2003
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Moraru, G.M. – “Managementul marketingului: abordări moderne” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2013
	Anghel, L. ș.a. – “Aplicații în marketing” – Editura Expert, București, 1999
	Bruhn, M. – “Marketing. Noțiuni de bază pentru studiu și practică” – Editura Economică, București, 1999
	Dumitrascu, D., Miricescu, D. – „Management - culegere de probleme și studii de caz” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2002
	Florescu, C. (coordonator) ș.a. – “Marketing” – Marketer, Grup Academic de Marketing și Management, București, 1992
	Kotler, P. ș.a. – “Principiile marketingului” – Editura Teora, 1998
	Kotler, P. ș.a. – “Managementul marketingului” – Editura Teora, 1997
Nicolescu, O., Verboncu, I. –, “Management” – Edit. Economică, București, 1996	

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Înțelegerea și gestionarea mediului de afaceri - Dobândirea aptitudinilor manageriale și favorizarea dezvoltării capacității fiecăruia de a deveni lider în domeniul de activitate - Capacități înalte de relaționare cu clienții |
|---|

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocviu	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea) 	Teste pe parcurs ²⁵ :	0%	50% (minim 5)	CEF
		Teme de casă:	40%		
		Alte activități ²⁶ :	10%		
		Evaluare finală:	50% (min. 5)		
11.4b Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor 	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		50% (minim 5)	CEF
11.4c Laborator	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate 	<ul style="list-style-type: none"> • Chestionar scris • Răspuns oral • Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. • Demonstrație practică 		0% (minim 5)	N/A
11.4d Proiect	<ul style="list-style-type: none"> • Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese 	<ul style="list-style-type: none"> • Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului • Evaluarea critică a unui proiect 		0% (minim 5)	N/A



11.5 Standard minim de performanță²⁷

50%
(minim
nota 5)

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: 27.09.2024

Data avizării în Departament: 02.10.2024

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Ș.I.dr.ing. Gina-Maria MORARU	
Responsabil program de studii	Conf. dr. ing. Claudiu ISARIE	
Director Departament	Prof.dr.ing. Dan MIRICESCU	

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

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

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

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

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

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

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

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

¹² Suma (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.)

¹³ Numărul 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

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

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

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

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

¹⁸ Din planul de învățământ

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

²⁰ Titluri de capitole și paragrafe

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

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

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.