

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	Inginerie și Management
1.5. Ciclu de studii ¹	Master
1.6. Specializarea	Managementul Afacerilor Industriale

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul marketingului	Cod	mMAI.301.SO
2.2. Titular activități de curs	Moraru Gina-Maria		
2.3. Titular activități practice	Moraru Gina-Maria		
2.4. An de studiu ²	2	2.5. Semestrul ³	3
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
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
1		2			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
14		28		42	42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual ⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					36
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					19
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					19
Tutoriat ⁹					7
Examinări ¹⁰					2
3.3. Total ore alocate studiului individual ¹¹ (NOSIsem)					83
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					42
3.5. Total ore pe semestru ¹² (NOADsem + NOSIsem)					125
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite ¹³					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	- Management operațional - Management strategic
4.2. Competențe	- Competențe de operare pe calculator (minimal: Word, PowerPoint, browsere de Internet). - Cunoștințe de matematică elementară - Cunoștințe de statistică matematică

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	- 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	- Lectura bibliografiei recomandate - Elaborarea și susținerea lucrărilor planificate - Muncă individuală și de echipă

6. Competențe specifice acumulate¹⁷

Număr de credite alocat disciplinei ¹⁸			5	Repartizare credite pe competențe ¹⁹
6.1. Competențe profesionale	CP1	Aplicarea creativă a tehnicilor de analiza și sinteză a problemelor, necesităților și elaborarea de studii, rapoarte sau proiecte profesionale specifice		2
	CP2	Identificarea elementelor esențiale privind procesele de afaceri și dobândirea de elemente cognitive conceptuale și de analiză și diagnoză		1
	CP3	Utilizarea aplicațiilor informatice specifice sistemelor de gestiune a afacerilor		0,25
	CP4	Evaluarea, planificarea, conducerea și monitorizarea proceselor de afaceri din cadrul organizațiilor		0,25
	CP5	Cunoștințe în domeniul analizei economice, strategice, a studiilor de fezabilitate și a analizei privind îmbunătățirea proceselor de afaceri. Aplicarea unor elemente de leadership pentru generarea sinergiei în echipele coordonate		0,5
	CP6	Proiectarea, implementarea și îmbunătățirea sistemelor de management		0,25
6.2. Competențe transversale	CT1	Executarea responsabilă sarcinilor profesionale, în mod obiectiv și constructiv, lucrând independent sau în echipă		0,25
	CT2	Comunicare coerentă și asumarea de responsabilități sociale și etice, în calitate de lider al unui grup, cu diverse responsabilități		0,25
	CT3	Evaluarea corectă și susținerea continuă a 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, metodele și tehnicile de operare din managementul marketingului și să fie capabili să le aplice în organizațiile din industrie.
7.2. Obiectivele specifice	- Însușirea și utilizarea noțiunilor de bază din managementul marketingului în industrie. - Capacitatea de a elabora un plan de marketing.

8. Conținuturi

Curs ²⁰		Metode de predare ²¹	Nr. ore
Curs 1	Introducere în managementul marketingului	Prelegere, conversație, prezentare PowerPoint	1
Curs 2	Cadrul general al eficacității și eficienței funcțiunii de marketing a organizației	Prelegere, prezentare video, joc de rol	1
Curs 3	Previziunea cererii – primul pas spre eficiență în managementul marketingului și în organizație	Prelegere, explicații, conversație	1
Curs 4	Prima etapă din managementul marketingului: analiza. - Analiza mediului de marketing al organizației - Analiza domeniului de activitate și a concurenței - Analiza clienților – comportamentul consumatorului	Prelegere, prezentare PowerPoint, explicații, conversație, studii de caz	1
Curs 5	Cercetarea de marketing – principala „verigă” a oricărei analize din managementul marketingului	Prelegere, explicații, conversație	1
Curs 6	Modernizarea cercetărilor de marketing din perspectiva metodologiei moderne de management și a creativității	Prelegere, joc de rol, metoda pălărilor gânditoare	1
Curs 7	A doua etapă din managementul marketingului: planificarea. Strategie, politică, tactică și operațiune în managementul marketingului. Planificarea produselor și politica de produs. Strategii și politici de preț	Prelegere, discuții, chestionare	1
Curs 8	Planificarea promovării. Politica de imagine și brandingul. Planificarea distribuției	Prelegere, Philips 666, brainstorming	1
Curs 9	Abordarea piețelor	Prelegere, probleme	1
Curs 10	Organizarea în managementul marketingului	Prelegere, metoda cărților de joc	1
Curs 11	Coordonarea și antrenarea în managementul marketingului	Prelegere, joc de rol	1
Curs 12	Etapele finale din managementul marketingului: control-evaluarea și feedbackul	Prelegere, licitație închisă	1
Curs 13	Managementul marketingului și globalizarea afacerilor. PLM în managementul marketingului.	Prelegere, joc de rol	1
Curs 14	Performanța obținută în managementul marketingului prin triumful marketing – creativitate – benchmarking	Prelegere, Philips 666	1
Total ore curs:			14

8.1. Activități practice

8.2.b. Laborator		Metode de predare ²²	Nr. ore
Laborator 1	Prezentarea pe scurt a variantelor referatului (individual sau de echipă) ce trebuie întocmit pe parcursul semestrului și a cuprinsului aferent. Distribuirea temelor de studiu.	Expunere PowerPoint, discuții, întocmirea listei cu temele de cercetare	2
Laborator 2	Analiza mediului de marketing	Studii de caz Cercetare din surse secundare	2
Laborator 3	Stabilirea nevoilor și a dorințelor satisfăcute de noul produs	Studii de caz Aplicații online	2
Laborator 4	Calculul cererii de produse în industrie Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor	Probleme	2
Laborator 5	Planificarea cercetării de marketing. Metode, tehnici, instrumente	Chestionare Aplicații online	2
Laborator 6	Planificarea cercetării de marketing. Cercetarea cantitativă și cercetarea calitativă	Focus grup Aplicații online	2
Laborator 7	Realizarea cercetării de marketing. Utilizarea platformelor	Studii de caz	2

	online pentru cercetare	Aplicații online	
Laborator 8	Prelucrarea datelor Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor	Aplicații în PASW (SPSS)	2
Laborator 9	Lansarea produselor noi Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor	Studii de caz, metoda pălărilor gânditoare	2
Laborator 10	Planul de marketing Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor	Studii de caz, probleme	2
Laborator 11	Politici de produs și de preț în managementul marketingului Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor	Philips 666, studii de caz	2
Laborator 12	Politici de promovare (partea I) și de branding în managementul marketingului Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor	Philips 666, studii de caz	2
Laborator 13	Politici de promovare (partea a II-a) și de distribuție în managementul marketingului Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor	Philips 666, studii de caz	2
Laborator 14	Politici de branding Monitorizarea stadiului de realizare a referatelor – examinare orală	Expuneri PowerPoint, întrebări, discuții, examinare orală	2
Total ore laborator			28

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Moraru, G.M. – “Managementul marketingului – abordări moderne” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2013
	Moraru, G.M. – “Marketing. Studii de caz și aplicații” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2003
	Moraru, G.M. – “Managementul marketingului” – notițe de curs și materiale pe suport informatic distribuite studenților
	Kotler, P. ș.a. – “Managementul marketingului” – Editura Teora, 1997
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Cătoi, I. (coordonator), ș.a. – „Cercetări de marketing”, Editura Uranus, București, 2002
	Chelcea, S. – „Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative”, Ediția a 3-a, Editura Economică, București, 2007
	McDonald, M. – „Marketing strategic”, Editura CODECS, București, 1998
	Kotler, Ph., Armstrong, G. – „Principiile marketingului”, Editura Teora, București, 2000
	Kotler, Ph., Keller, K.L. – „A framework for marketing management”, 3 rd edition, Pearson Education, Inc., New Jersey, 2007

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

- Înțelegerea locului și rolului managementului marketingului în cadrul proceselor de transformare din organizațiile industriale
- Capacitatea rezolvării problemelor specifice de management al marketingului cu care se confruntă o organizație
- Dobândirea aptitudinilor de comunicare în mediul industrial
- Capacități înalte de relaționare cu clienții și de concepere a programelor de marketing menite să satisfacă cerințele acestora

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	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	-	50%	CPE
		Teme de casă:	40%		
		Alte activități ²⁶ :	10%		
		Evaluare finală:	50%		
11.4b Seminar	• Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		-	N/A
11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	• Chestionar scris • Răspuns oral • Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. • Demonstrație practică		50%	CPE
11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	• Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului • Evaluarea critică a unui proiect		-	N/A
11.5 Standard minim de performanță ²⁷					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.L. Dr. Ing. Gina-Maria Moraru	
Responsabil program de studii	Prof.dr.ing. Dan MIRICESCU	
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 credite se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

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

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
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = 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 problematicii 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.