

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Facultatea de Inginerie Hunedoara / Inginerie și Management
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	INGINERIA AUTOVEHICULELOR / 160
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	AUTOVEHICULE RUTIERE / 30 / Inginer

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁵	Marketing / DC						
2.2 Titularul activităților de curs	Șef lucr. dr. ing. ec. Găvănescu Adrian						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁶	Șef lucr. dr. ing. ec. Găvănescu Adrian						
2.4 Anul de studii ⁷	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei ⁸	DI

3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate)⁹

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	2 , format din:	3.2 ore curs	1	3.3 ore seminar/laborator/proiect	1
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	28 , format din:	3.2* ore curs	14	3.3* ore seminar/laborator/proiect	14
3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână	, format din:	3.5 ore practică		3.6 ore elaborare proiect de diplomă	
3.4* Număr total de ore asistate parțial/semestru	, format din:	3.5* ore practică		3.6* ore elaborare proiect de diplomă	
3.7 Număr de ore activități neasistate/săptămână	2,14 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			0,14
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			1
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			1
3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru	30 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			2
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			14
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			14
3.8 Total ore/săptămână ¹⁰	4,14				
3.8* Total ore/semestru	58				
3.9 Număr de credite	2				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cunoștințe de bază la disciplina Economie, anul I
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 și cerințelor Standardelor specifice ARACIS valabile începând cu 01.10.2017.

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studii căruia îi aparține disciplina.

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

⁴ Se înscrie codul prevăzut în HG nr.140/16.03.2017 sau în HG similare actualizate anual.

⁵ Disciplina se încadrează potrivit planului de învățământ în una dintre următoarele categorii formative: disciplină fundamentală (DF), disciplină de domeniu (DD), disciplină de specialitate (DS) sau disciplina complementară (DC).

⁶ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁷ Anul de studii în care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁸ Disciplina poate avea unul din următoarele regimuri: disciplină impusă (DI), disciplină opțională (DO) sau disciplină facultativă (Df).

⁹ Numărul de ore de la rubricile 3.1*, 3.2*,...,3.8* se obțin prin înmulțirea cu 14 (săptămâni) a numărului de ore din rubricile 3.1, 3.2, ..., 3.8. Informațiile din rubricile 3.1, 3.4 și 3.7 sunt chei de verificare folosite de ARACIS sub forma: (3.1)+(3.4) ≥ 28 ore/săpt. și (3.8) ≤ 40 ore/săpt.

¹⁰ Numărul total de ore / săptămână se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.1, 3.4 și 3.7.

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală dotată cu videoproiector • Studenții vor avea telefoanele mobile închise • Nu se acceptă părăsirea sălii de curs de către studenți fără acceptul cadrului didactic
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none"> • Sală dotată cu videoproiector și conexiune la internet

6. Competențe la formarea cărora contribuie disciplina

Competențe specifice	<ul style="list-style-type: none"> • C6. • Aplicarea principiilor și metodelor de management pentru conducerea activităților de cercetare, proiectare, fabricare sau întreținere a autovehiculelor rutiere • Conceperea unui sistem de management pentru un agent economic care are drept obiect de activitate cercetarea, proiectarea, fabricarea sau întreținerea autovehiculelor rutiere • Expunerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază utilizate în managementul sistemelor și subsistemelor economice care au ca obiect de activitate cercetarea, proiectarea, fabricarea sau întreținerea autovehiculelor rutiere • Utilizarea criteriilor și metodelor adecvate pentru analiza și evaluarea modului de conducere a activităților de cercetare, proiectare, fabricare sau întreținere a autovehiculelor rutiere • Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea managementului organizațiilor economice care au ca obiect de activitate cercetarea, proiectarea, fabricarea sau întreținerea autovehiculelor rutiere
Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • C6. Operarea cu concepte privind managementul sistemelor și subsistemelor economice, care au ca obiect de activitate cercetarea, proiectarea, fabricarea sau întreținerea
Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none"> •

7. Obiectivele disciplinei (asociate competențelor de la punctul 6)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei Marketing
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Explicarea și interpretarea noțiunilor utilizate • Înțelegerea metodelor utilizate și a modului de aplicare a acestora

8. Conținuturi¹¹

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare ¹²
1.FUNDAMENTELE MARKETINGULUI Conceptul și definirea marketingului. Funcțiile și orientări în marketing Dezvoltarea și specializarea marketingului	4	Se vor utiliza prezentați interactive cu ajutorul videoproiectorului. Se vor folosi: problematizarea, discuția, analiza
2. MEDIUL DE MARKETING Definirea și elementele mediului. Dinamica mediului. Comportarea agenților economici față de schimbările mediului	2	
3.POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING Conținutul și rolul politicii de marketing. Tipologia strategiilor de piață. Mixul de marketing	2	
4.POLITICA DE PRODUS Definirea produsului. Gama de produse. Lansarea de noi produse si	2	

¹¹ Se detaliază toate activitățile didactice prevăzute prin planul de învățământ (tematicile prelegerilor și ale seminariilor, lista lucrărilor de laborator, conținuturile etapelor de elaborare a proiectelor, tematica fiecărui stagiu de practică). Titlurile lucrărilor de laborator care se efectuează pe standuri vor fi însoțite de notația „(*)”.

¹² Prezentarea metodelor de predare va include și folosirea noilor tehnologii (e-mail, pagină personalizată de web, resurse în format electronic etc.).

gradul de noutate al produselor. Ciclul de viață al produsului		
5.POLITICA DE PREȚ Prețul și strategiile de piață. Submixul de prețuri. Strategii de prețuri	2	
6.POLITICA DE DISTRIBUȚIE Conținutul și rolul distribuției. Canale de marketing.	1	
7.POLITICA PROMOȚIONALĂ Sistemul de comunicație al firmei. Structura activității promoționale	1	

Bibliografie¹³

1. Găvănescu Adrian – *Marketing curs*, pagina personala de pe site-ul intranet FIH
2. M.J. Thomas – *Manual de marketing*, Editura Codecs, București, 1998
3. C. Florescu, V. Balaure, ș.a. – *Marketing*, Ed. Marketer, București, 1996

8.2 Activități aplicative ¹⁴	Număr de ore	Metode de predare
SEMINAR		Studii de caz
Conceptul de marketing. Definiție, evoluție, perspective	3	Exerciții
Instrumentele cercetărilor de marketing	4	Exerciții
Cercetarea dimensiunii și structurii piețelor	2	Exerciții
Analiza cererii și ofertei	2	Exerciții
Politici de marketing. Strategii și tactici de marketing	3	Studii de caz

Bibliografie¹⁵

1. Găvănescu Adrian – *Marketing curs*, pagina personala de pe site-ul intranet FIH
2. L. Anghel, C. Florescu, R. Zaharia – *Marketing - Probleme, cazuri, teste*, Ed. Marketer, București, 1994
3. I. Cucu, C. Dura – *Marketing - Aplicații, studii de caz*. Ed. Universitas, Petroșani, 2000

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Disciplina vine în întâmpinarea așteptărilor angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului prin conținutul orelor de curs și seminar

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare ¹⁶	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințe teoretice	Scris	0,60
10.5 Activități aplicative	S: Abilități în discuția unor studii de caz și în rezolvarea unor exerciții	Oral și prezentarea tuturor temelor de casă	0,40
	L:		
	P¹⁷:		
	Pr:		

¹³ Cel puțin un un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin un titlu trebuie să se refere la o lucrare de referință pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existentă în biblioteca UPT.

¹⁴ Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina conține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

¹⁵ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

¹⁶ Fișele disciplinelor trebuie să conțină procedura de evaluare a disciplinei cu precizarea criteriilor, a metodelor și a formelor de evaluare, precum și cu precizarea ponderilor atribuite acestora în nota finală. Criteriile de evaluare se formulează în mod distinct pentru fiecare activitate prevăzută în planul de învățământ (curs, seminar, laborator, proiect). Ele se vor referi și la formele de verificare pe parcurs (teme de casă, referate ș.a.)

¹⁷ În cazul când proiectul nu este o disciplină distinctă, în această rubrică se va preciza și modul în care rezultatul evaluării proiectului condiționează admiterea studentului la evaluarea finală din cadrul disciplinei.

10.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor¹⁸)

- Nota finală constă din media aritmetică a 2 note acordate pe parcursul semestrului ca urmare a evaluării a câte 1/2 din materia predată pentru fiecare lucrare și nota (media) de la activitatea aplicativă (seminar).
- Nota 5 se acordă pentru rezolvarea în proporție de minim 50% a fiecărui subiect.
- Nota 10 se acordă pentru rezolvarea în totalitate a subiectelor și minim nota 9 la activitatea pe parcurs

Data completării

04.09.2017

**Director de departament
(semnătura)**

.....

**Titular de curs
(semnătura)**

.....

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁹

06.09.2017

**Titular activități aplicative
(semnătura)**

.....

**Decan
(semnătura)**

.....

¹⁸ Nu se va explica cum se acorda nota de promovare.

¹⁹ Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studii cu privire la fișa disciplinei.