

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)	Inginerie și management / 230
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Inginerie economică în industria chimică și de materiale / 70 / Inginer

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁵	Bazele marketingului / DD						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr.ec. Benea Marius Călin						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁶	Lect.univ.dr.ec. Benea Marius Călin						
2.4 Anul de studii ⁷	II	2.5 Semestrul	I	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	4 , format din:	3.2 ore curs	2	3.3 ore seminar/laborator/proiect	2
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	56 , format din:	3.2* ore curs	28	3.3* ore seminar/laborator/proiect	28
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	4,28 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			1
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			1,28
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			2
3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru	60 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			14
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			18
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			28
3.8 Total ore/săptămână ¹⁰	8,28				
3.8* Total ore/semestru	116				
3.9 Număr de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe de bază de microeconomie și macroeconomie
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Utilizare Microsoft Office Word, Excel, Power Point.

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 studiu 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"> Activitățile trebuie să se desfășoare în săli dotate cu echipamente multimedia de predare și acces la Internet.
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none"> Activitățile trebuie să se desfășoare în săli dotate cu echipamente multimedia de predare și acces la Internet.

6. Competențe la formarea cărora contribuie disciplina

Competențe specifice	<p>C 3.</p> <p>C 3.1 Identificarea și selectarea conceptelor, teoriilor, metodelor și principiilor de bază în managementul producției și a rețelelor logistice asociate și utilizare lor adecvată în comunicarea profesională.</p> <p>C 3.2 Utilizarea cunoștințelor de bază în managementul producției pentru explicarea și interpretarea unor procese și proiecte asociate domeniului de Inginerie și Management.</p> <p>C 3.3 Aplicarea și transferul principiilor și metodelor de bază pentru conducerea activităților întreprinderilor (inclusiv IMM), și a rețelelor logistice asociate, în condiții de asistență calificată.</p> <p>C 3.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, limitele și avantajele unor metode de conducere a activităților întreprinderilor și a rețelelor logistice asociate.</p> <ul style="list-style-type: none"> C 3.5 Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu, pentru conducerea activităților întreprinderilor și a rețelelor logistice asociate
Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none"> C3. Managementul activităților de producție din cadrul întreprinderilor, inclusiv a IMM-urilor, și a rețelelor logistice asociate.
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"> Dezvoltarea capacității de a aplica principiile marketingului și de a utiliza instrumentele de marketing, cu scopul de a îndeplini obiectivele organizaționale și de a crea valoare pentru client.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Definirea, explicarea și aplicarea conceptelor, metodelor și tehnicilor și a instrumentelor de marketing; Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației; Aplicarea cunoștințelor despre mixul de marketing pentru elaborarea unui program de marketing.

8. Conținuturi¹¹

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare ¹²
1. Esența marketingului	2	Prelegeri active axate pe utilizarea de suport Power Point și acces la resurse multimedia. Sesiune din partea studenților prezenți.
2. Dezvoltarea marketingului. Domeniile și specializarea sa.	2	
3. Mediul de marketing.	2	
4. Piața întreprinderii. Concurența.	4	
5. Principalele aspecte privind cercetările de marketing.	4	
6. Strategia de piață și mixul de marketing	2	
7. Politica de produs.	2	
8. Politica de preț.	2	
9. Politica de distribuție.	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.).

10. Politica de comunicare.	2	
11. Organizarea și planificarea activității de marketing.	4	
Bibliografie ¹³ - Kotler Ph., Armstrong G., Principiile marketingului, ediția a IV-a, Teora, București, 2008, România - Benea M.C. Bazele marketingului, Mirton, Timișoara, 2010, România		
8.2 Activități aplicative¹⁴	Număr de ore	Metode de predare
1. Conceptul de marketing. Dezvoltarea marketingului. Domeniile și specializarea sa.	2	Dezbateri.
2. Cota de piață a întreprinderii. Determinarea cotei relative de piață a întreprinderii. Căile de extindere a pieței întreprinderii.	4	Rezolvarea unor exerciții, probleme, studii de caz.
3. Studii de caz: Analiza mediului de marketing a întreprinderii, Segmentarea pieței, Alegerea strategiei de piață a întreprinderii, Cercetări de marketing.	6	Tema se efectuează acasă, după care este prezentată în sală.
4. Discutarea temelor individuale pentru seminar.	6	
5. Analiza mixului de marketing	4	Studiu de caz. Dezbateri.
6. Proiect de grup	6	Prezentare
Bibliografie ¹⁵ - Kotler Ph., Armstrong G., Principiile marketingului, ediția a IV-a, Teora, București, 2008, România - Benea M.C. Bazele marketingului, Mirton, Timișoara, 2010, România - https://learndigital.withgoogle.com/atelieruldigital		

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

- Discutarea conținutului disciplinei cu reprezentanți ai mediului de afaceri autohton.

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 și oral	0,50
10.5 Activități aplicative	S: Calitatea rezolvării studiilor de caz și a proiectelor. L: P¹⁷: Pr:	Se evaluează modul de rezolvare a studiilor de caz și a proiectelor, calitatea interacțiunii la orele de seminar.	0,50
10.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor¹⁸)			
• Punctajul cumulativ să reprezinte minim echivalentul notei 5.			

¹³ Cel puțin 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.

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

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)**

.....

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