

FIȘA DISCIPLINEI ¹

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 / 10 |
| 1.5 Ciclul de studii | Master |
| 1.6 Programul de studii (denumire/cod/calificarea) | Ingineria și managementul dezvoltării durabile în industria de materiale |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|---|---|---------------|----|-----------------------|---|-------------------------|----|
| 2.1 Denumirea disciplinei | Conceptul de marketing în sistemele sustenabile | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităților de curs | Lect.dr.ec. Marius Călin Benea | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților aplicative ⁵ | Lect.dr.ec. Marius Călin Benea | | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu ⁶ | I | 2.5 Semestrul | II | 2.6 Tipul de evaluare | D | 2.7 Regimul disciplinei | DO |

3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate ⁷)

| | | | | | | |
|--|----------------|--|----|------------------------------------|--|----|
| 3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână | 3 , din care: | 3.2 ore curs | 2 | 3.3 ore seminar/laborator/proiect | 1 | |
| 3.1* Număr total de ore asistate integral/sem. | 42 , din care: | 3.2* ore curs | 28 | 3.3* ore seminar/laborator/proiect | 14 | |
| 3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână | , din care: | 3.5 ore proiect, cercetare | | 3.6 ore practică | 3.7 ore elaborare lucrare de disertație | |
| 3.4* Număr total de ore asistate parțial/semestru | , din care: | 3.5* ore proiect cercetare | | 3.6* ore practică | 3.7* ore elaborare lucrare de disertație | |
| 3.8 Număr de ore activități neasistate/săptămână | 3 , din care: | 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 |
| | | ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri | | | | 1 |
| 3.8* Număr total de ore activități neasistate/semestru | 42 , din care: | 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 | | | | 14 |
| | | ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri | | | | 14 |
| 3.9 Total ore/săptămână ⁸ | 6 | | | | | |
| 3.9* Total ore/semestru | 84 | | | | | |
| 3.10 Număr de credite | 7 | | | | | |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|------------------------|
| 4.1 de curriculum | • Bazele marketingului |
| 4.2 de competențe | • |

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3), actualizată pe baza Standardelor specifice ARACIS din decembrie 2016.

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. 376/18.05.2016 sau în HG similare actualizate anual.

⁵ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁶ Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁷ În cadrul UPT, numărul de ore de la rubricile 3.1*, 3.2*,...,3.9* se obțin prin înmulțirea cu 14 (săptămâni) a numărului de ore din rubricile 3.1, 3.2,..., 3.9. Informațiile din rubricile 3.1, 3.4 și 3.8 sunt chei de verificare folosite de ARACIS sub forma: (3.1)+(3.4) ≥ 28 ore/săpt. și (3.9) ≤ 40 ore/săpt.

⁸ Numărul de ore total/săptămână se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.1, 3.4 și 3.8.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|---|--|
| 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 | <ul style="list-style-type: none">• |
| Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice | <ul style="list-style-type: none">• Aplicarea conceptului de dezvoltare durabilă în industrie. |
| Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice | <ul style="list-style-type: none">• |

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

| | |
|---------------------------------------|--|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <ul style="list-style-type: none">• Identificarea și descrierea conceptelor, instrumentelor și metodelor privind analiza, previzionarea și modelarea activității pe piețele produselor ecologice. |
| 7.2 Obiectivele specifice | <ul style="list-style-type: none">• Definirea, explicarea și aplicarea conceptelor, metodelor și tehnicilor și a instrumentelor de marketing sustenabil• Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing sustenabil;• Aplicarea cunoștințelor despre mixul de marketing pentru elaborarea unui program de marketing sustenabil. |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Număr de ore | Metode de predare |
|--|--------------|--|
| 1. Introducere în marketingul sustenabil. | 2 | Prelegeri active axate pe utilizarea de suport Power Point și acces la acces la resurse multimedia. Sesiune din partea studenților prezenți. |
| 2. Strategia de marketing sustenabil. | 4 | |
| 3. Dimensiunile etice ale marketingului sustenabil. | 2 | |
| 4. Comportamentul consumatorilor și marketingul sustenabil. | 4 | |
| 5. Segmentarea pieței, vizarea și poziționarea pentru sustenabilitate. | 4 | |
| 6. Produse și servicii sustenabile. | 2 | |
| 7. Brand și ambalare sustenabile. | 2 | |
| 8. Prețuri sustenabile. | 2 | |
| 9. Comunicare sustenabilă de marketing. | 2 | |
| 10. Sustenabilitatea în metodele mix-ului de promovare, media și relațiile cu consumatorii | 4 | |

| | | |
|--|---------------------|--------------------------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Bibliografie ⁹ 1. Danciu V., Marketingul ecologic. Etica verde a producției și a consumului , Ed. Economică, București, 2006 2. Stoian M., Ecomarketing, ASE București, 2003 | | |
| 8.2 Activități aplicative ¹⁰ | Număr de ore | Metode de predare |
| Seminar. | | |
| 1. Consumatorii responsabili social. | 2 | Dezbateri. |
| 2. Comunicare de sustenabilitate, nu marketing "verde". | 2 | Dezbateri. |
| 3. Idei de afaceri sustenabile (un domeniu, la alegere.) | 10 | Studii de caz. |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Bibliografie ¹¹ Benea M.C. Conceptul de marketing în sistemele sustenabile, Campus virtual Universitatea Politehnica Timișoara, 2013, https://cv.upt.ro/courseview/php?id=790 | | |

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 ¹² | 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. | Se evaluează modul de rezolvare a studiilor de caz și a proiectelor, calitatea interacțiunii la orele de seminar. | 0,50 |
| | L: | | |
| | P: | | |
| | Pr: | | |
| | Tc-R¹³: | | |

⁹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei. De asemenea, cel puțin un titlu trebuie să se refere la o lucrare de referință pentru disciplină, lucrare de circulație națională și internațională, existentă în biblioteca UPT.

¹⁰ 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:”.

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

¹² 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 trebuie să corespundă tuturor activităților prevăzute în planul de învățământ (curs, seminar, laborator, proiect), precum și formelor de verificare pe parcurs (teme de casă, referate ș.a.)

¹³ Tc-R=teme de casă - Referate

10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) ¹⁴

- Punctajul cumulat să reprezinte minim echivalentul notei 5.

Data completării

04.09.2017

**Titular de curs
(semnătura)**

.....

**Titular activități aplicative
(semnătura)**

.....

**Director de departament
(semnătura)**

.....

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁵

06.09.2017

**Decan
(semnătura)**

.....

¹⁴ Pentru acest punct se recomandă consultarea "Ghidului de completare a Fișei disciplinei" de la adresa:
http://univagora.ro/m/filer_public/2012/10/21/ghid_de_completare_fisa_disciplinei.pdf

¹⁵ Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului, de care aparține programul de studiu, cu privire la fișa disciplinei.