

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 Ciclu 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			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	3,14 , 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
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			1,14
3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru	44 , 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			14
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			16
3.8 Total ore/săptămână ¹⁰	7,14				
3.8* Total ore/semestru	100				
3.9 Număr de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cunoștințe de bază de microeconomie și macroeconomie
4.2 de competențe	• 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 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	• Activitățile trebuie să se desfășoare în săli dotate cu echipamente multimedia de predare și acces la Internet • Prezența online la curs stimulată de caracterul interactiv al acestuia.
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Activitățile trebuie să se desfășoare în săli dotate cu echipamente multimedia de predare și acces la Internet. • Prezența online pentru rezolvarea individual sau în echipă a studiilor de caz, problemelor, susținerea studiului și a referatelor

6. Competențe la formarea cărora contribuie disciplina

Competențe specifice	C1.1 Identificarea conceptelor, teoriilor și modelelor din științele fundamentale aplicabile sarcinilor specifice ingineriei și managementului C1.2 Explicarea și interpretarea de calcule, demonstrații și aplicarea conceptelor din științele fundamentale pe baza unui raționament tehnic complet și corect în vederea interpretării unor variate tipuri de situații, procese, proiecte specifice ingineriei și managementului C1.3 Aplicarea principiilor și metodelor de bază din științele fundamentale pentru efectuarea de calcule, demonstrații, elaborarea de proiecte specifice domeniului și identificarea de procese C1.4 Evaluarea pe baza de argumente justificative coerente a calitatii, potențialului și limitărilor soluțiilor tehnicoeconomice, a proceselor identificate și descrise, precum și integrării acestora în structuri complexe • C1.5. Elaborarea de caiete de sarcini, termeni de referință și proiecte tehnico-economice
Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice	C1 • Efectuarea de calcule, demonstrații și aplicații, pentru rezolvarea de sarcini specifice ingineriei și managementului pe baza cunoștințelor din științele fundamentale.
Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice	•

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• 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	• 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. Marketingul astăzi	4	Prelegerile sunt axate pe clarificarea conceptelor și operaționalizarea lor în cadrul unor scheme logice prezentate la începutul expunerii
2. Elaborarea strategiei și planul de marketing.	4	
3. Mediul de marketing.	4	
4. Cercetările de marketing.	4	
5. Comportamentul consumatorului.	4	
6. Mixul de marketing	4	

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.).

7. Marketing Digital: ce înseamnă și de ce este important?	4	
Bibliografie ¹³ - Benea M.C. Bazele marketingului, Mirton, Timișoara, 2010, România - Principles of Marketing, 18th edition, Philip Kotler, Gary Armstrong, Pearson Education, 2020 - Benea M.C., Bazele marketingului-suport de curs https://cv.upt.ro/course/view.php?id=5192		
8.2 Activități aplicative¹⁴	Număr de ore	Metode de predare
1. Tendințele majore care afectează marketingul actual	2	Dezbateri.
2. Strategii de promovare online de succes în afacere. Planul de marketing. Analiza SWOT: exemplu de companii industriale	4	Rezolvarea unor exerciții, probleme, studii de caz. Tema se efectuează acasă, după care este prezentată în sală/online.
3. Analiza mediului de marketing a întreprinderii; Segmentarea pieței; Alegerea strategiei de piață a întreprinderii; Cercetări de marketing.	4	
4. Discutarea temelor individuale pentru seminar.	4	
5. Analiza mixului de marketing	4	Studiu de caz. Dezbateri.
6. Proiect de grup	6	Se organizează echipele de lucru, se urmărește modul lor de organizare și se supraveghează contribuția fiecărui student la rezultatele finale ale grupului.
7. Obținere certificat de competență "noțiuni fundamentale de marketing digital" (Google Atelierul Digital)	4	Tema se efectuează acasă, după care este prezentată în sală/online.
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 - Benea M.C. Bazele marketingului-suport de curs https://cv.upt.ro/course/view.php?id=5192 - https://learnwithgoogle.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
----------------	---	-------------------------	------------------------------

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.)

10.4 Curs	Cunoștințe teoretice	Test grilă pe CV-UPT	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:		
	P¹⁷:		
	Pr:		
10.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor ¹⁸)			
Nota 5 (adică 50% din totalul notelor obținute la curs și seminar).			

Data completării

10.09.2024

**Director de departament
(semnătura)**

.....

**Titular de curs
(semnătura)**



Data avizării în Consiliul Facultății¹⁹

17.09.2024

**Titular activități aplicative
(semnătura)**



**Decan
(semnătura)**

.....

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.

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