

FIȘA DISCIPLINEI
ANUL UNIVERSITAR 2023-2024

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Drept și Științe Sociale
1.3. Departamentul	de Științe Juridice și Administrative
1.4. Domeniul de studii	Științe Administrative
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Asistență Managerială și Administrativă (AMA) - asistent director/responsabil de funcțiune – 243217, purtător de cuvânt – 243206, specialist protocol și ceremonial – 243204.

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<i>Marketingul serviciilor publice</i>		2.2. Cod disciplină	AMA II 7			
2.3. Titularul activității de curs	Prof.univ.dr. Muntean Andreea Cipriana						
2.4. Titularul activității de seminar	Prof.univ.dr. Muntean Andreea Cipriana						
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	II	Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Număr ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	36	din care: 3.5. curs	24	3.6. seminar/laborator	12
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					70
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					-
Examinări					9
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					139
3.8 Total ore din planul de învățământ					36
3.9 Total ore pe semestru					175
3.10 Numărul de credite					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Videoproiector, ecran proiecție
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sală dotată cu tablă, videoproiector, ecran proiecție, conexiune Internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>a. Competențe exprimate în cunoștințe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descrierea și aprofundarea conceptelor, metodologiilor și procedurilor specifice asistenței manageriale și administrative - Stabilirea de acțiuni, sarcini și responsabilități pentru
-------------------------	--

	<p>rezolvarea problemelor specifice asistenței manageriale și administrative</p> <p>b. Competențe exprimate în abilități</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dobândirea abilității de identificare și descriere a conceptelor, metodologiilor și procedurilor specifice activității de asistență managerială și administrative - Stabilirea și ierarhizarea obiectivelor, identificarea riscurilor și determinarea resurselor pentru implementarea politicilor, programelor și proiectelor - Proiectarea de sarcini, responsabilități și ierarhii specifice politicilor, programelor și proiectelor la nivelul asistenței manageriale și administrative - Elaborarea și aplicarea de intervenții specifice dezvoltării și organizării activității de asistență managerială și secretariat. <p>c. Competențe atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificarea principalelor modalități de comunicare din domeniu, precum și a particularităților și implicațiilor acestora - Interpretarea particularităților diverselor contexte în care trebuie să fie prezentate informațiile de specialitate - Prezentarea orală și scrisă, cu grad ridicat de claritate, a unor mesaje structurate referitoare la o problemă administrativă cu un nivel mediu de complexitate - Evaluarea acurateței lingvistice și a informațiilor transmise, în raport de nivelul de cunoaștere și înțelegere al persoanelor cărora le este adresată prezentarea - Elaborarea unor proiecte de perfecționare a comunicării în domeniu, valorificând bunele practici existente la nivel european.
Competențe transversale	<p>CT1 Îndeplinirea la termen, în mod riguros, eficient și responsabil, a sarcinilor profesionale, cu respectarea principiilor etice și a deontologiei profesionale</p> <p>CT2 Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup, deprinderea și exercitarea rolurilor specifice în munca de echipă, prin dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală</p> <p>CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională și identificarea resurselor și modalităților de formare și dezvoltare personală și profesională, în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii</p>
Competențe specifice	<p>Cerințe privind cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, abordărilor, teoriilor, modelelor și metodelor de bază:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cunoașterea conceptelor și instrumentelor de marketing utilizate în sistemul public; - Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific domeniului de studii în scopul comunicării adecvate; - Capacitatea de a explica și interpreta procese, fenomene, stări, teorii/idei și tendințe circumscrise domeniului de studii.
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să ofere masteranzilor informații despre marketingul în domeniul serviciilor publice, astfel încât acesta să-și poată însuși cunoștințele necesare pentru a fi în măsură să utilizeze instrumentarul științific adecvat, să aprofundeze gândirea de marketing și să asigure o puternică ancorare în

	practică, însușirea deprinderilor de analiză a situațiilor concrete pe piață serviciilor publice.
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale marketingului serviciilor în sectorul public și ale ariei de specializare și utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională de marketing; 2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului marketingului serviciilor în sectorul public; 3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului marketingului; 4. Familiarizarea cu principalele noțiuni și concepte ale marketingului în sectorul public; 5. Dobândirea unor cunoștințe referitoare la implementarea marketingului în domeniul public; 6. Însușirea conceptelor de orientare către cetățean și înțelegerea importanței satisfacerii nevoilor acestuia; 7. Asigurarea de informații pentru înțelegerea comportamentului consumatorului de servicii publice.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Serviciul public	Prezentare power point Expunere interactivă	2
2. Conceptul de marketing în serviciile publice	Prezentare power point Expunere interactivă	2
3. Principiile marketingului în serviciile publice	Prezentare power point Expunere interactivă	2
4. Orientarea către cetățean	Prezentare power point Expunere interactivă	2
5. Știința și arta de a explora, a crea și a livra valoare în serviciile publice	Prezentare power point Expunere interactivă	2
6. Comportamentul consumatorului de servicii publice	Prezentare power point Expunere interactivă	4
7. Cercetarea de marketing în sectorul public	Prezentare power point Expunere interactivă	4
8. Serviciul public – „produsul”	Prezentare power point Expunere interactivă	2
9. Politică de comunicare în serviciile publice	Prezentare power point Expunere interactivă	2
10. Organizarea și planificarea activității de marketing în sectorul public	Prezentare power point Expunere interactivă	2
Total		24ore
8.2 Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> • Balaure, V. (coord.), Marketing, Editura Uranus, București, 2002. • Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ediția a II-a revăzută și adăugită, București, 2004 • Cetină, I. (coord.), Marketingul serviciilor. Fundamente și domenii de specializare, Editura Uranus, București, 2009 • Kotler, Ph, Armstrong, G., Principiile marketingului, Ediția a –IV-a, Editura Teora, București, 2008 • Kotler, Ph., Keller, K.L. , Managementul marketingului, Ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008 • Kotler, Ph., Keller, K.L. , Managementul marketingului, Ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008 • Olteanu, V., Marketingul serviciilor. Teorie și practică. Ediția a 2-a, Editura Uranus, București, 2002 		
Seminar		

Orientarea către cetățean – fundament al marketingului în serviciile publice	Discuții. analize, studii de caz	2 ore
Consumatorul de servicii publice – particularități	Discuții. analize, studii de caz	1 ore
Îmbunătățirea satisfacției clienților	Discuții. analize, studii de caz	2 ore
Studiu de caz: modalități de comunicare și promovare în servicii	Discuții. analize, studii de caz	1 ore
Strategii de marketing în cazul serviciilor publice	Discuții. analize, studii de caz	2 ore
Obținerea datelor, ideilor și părerilor cetățenilor	Discuții. analize, studii de caz	2 ore
Planul de marketing: obiective, public țintă, poziționare, mix de marketing	Discuții. analize, studii de caz	2 ore
Total		12 ore

Bibliografie

- Balaure, V. (coord.), Marketing, Editura Uranus, București, 2002.
- Cătoiu, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ediția a II-a revăzută și adăugită, București, 2004
- Cetină, I. (coord.), Marketingul serviciilor. Fundamente și domenii de specializare, Editura Uranus, București, 2009
- Kotler, Ph, Armstrong, G., Principiile marketingului, Ediția a –IV-a, Editura Teora, București, 2008
- Kotler, Ph., Keller, K.L. , Managementul marketingului, Ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008
- Kotler, Ph, Lee, N., Marketing în sectorul public, Editura Meteor Press, 2008
- Olteanu, V., Marketingul serviciilor. Teorie și practică. Ediția a 2-a, Editura Uranus, București, 2002

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

Cursul și seminarul urmăresc dezvoltarea abilităților de a interpreta și aplica principiile marketingului în sectorul public într-o abordare de marketing prezentă atât pe piața muncii, cât și în mediul academic. În centrul activității didactice se regăsesc metodele moderne de predare care presupun dezbateri și dialoguri euristice. Întreaga tematică vizează selectarea informațiilor necesare luării unor decizii juste, precum și aplicarea cunoașterii științifice, manieră ce stimulează curiozitatea și bucuria de a descoperi lucruri noi.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Capacitatea de a folosi noțiunile teoretice în rezolvarea unor aplicații practice</i>	<i>Evaluare finală</i>	60%
	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	<i>Verificare pe parcurs -Verificarea gradului de asimilare a cunoștințelor -Verificarea capacității de sinteză</i>	<i>Proiect</i>	40%
	-		

10.6 Standard minim de performanță: obținerea minim notei 5.

Utilizarea adecvată a notiunilor teoretice în rezolvarea unor situații concrete
Realizarea unui proiect sau a unui studiu privind marketingul serviciilor publice

Data completării
2.10.2023

Semnătura titularului de curs
Prof.univ.dr. Andreea Muntean

Semnătura titularului de seminar
Prof.univ.dr. Andreea Muntean

Data avizării în departament
.....
2.10.2023



Semnătura director de departament
conf.univ.dr. Laura Cetean-V

