

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2024/2025**  
**Anul de studiu III/ Semestrul I**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificari COR/grupă de bază ESCO	Marketing/ 243103 Specialist în marketing, 243101 Art director publicitate, 243104 Manager de produs/ Cod ESCO: 2431 - Specialiști în publicitate și marketing

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	<i>Programe Aplicative De Marketing</i>		2.2. Cod disciplină	<b>MK 316.3</b>			
2.3. Titularul activității de curs	Prof.univ.dr.Pastiu Carmen Adina						
2.4. Titularul activității de seminar	Conf.univ.dr Maican Silvia						
2.5. Anul de studiu	<b>III</b>	2.6. Semestrul	<b>I</b>	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	<b>E</b>	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	<b>OP</b>

**3. Timpul total estimat**

3.1. Numar ore pe saptamana	<b>4</b>	din care: 3.2. curs	<b>2</b>	3.3. seminar/laborator	<b>2</b>
3.4. Total ore din planul de învățământ	<b>56</b>	din care: 3.5. curs	<b>28</b>	3.6. seminar/laborator	<b>28</b>
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					<b>25</b>
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					<b>17</b>
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					<b>25</b>
Tutoriat					-
Examinări					<b>2</b>
Alte activități .....					-

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)	<b>67</b>
3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4)	<b>58</b>
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	<b>125</b>
3.10 Numărul de credite	<b>5</b>

**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	<b>Sala dotată cu videoproiector/tabla.</b>
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	pentru susținerea seminarului: materiale informative - echipamente tehnice: laptop, videoproiector

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe/rezultate ale învățării	C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing C2 Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing C6 Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
Competențe transversale	

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

7.1 Obiectivul general al	
---------------------------	--

disciplinei	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale tehnicilor și instrumentelor de marketing Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Noțiuni introductive privind planificarea strategică	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Niveluri ale planificării strategice	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Analiza – diagnostic a situației organizației	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Planul de marketing	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Programul de marketing	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Structura planului de marketing. Locul programului de marketing în cadrul planului	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Metode de coordonare a activităților programului de marketing	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Metoda PERT	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Diagrama Gantt	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Analiza SWOT	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Elaborarea strategiilor de marketing	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Tipologia programelor de marketing	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Controlul implementării	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore
Evaluarea implementării	Prelegere, discutii, explicația,	2 ore

### Bibliografie

1. Istocescu Amedeo, Strategia și managementul strategic al organizației. Concepte fundamentale. Aplicații manageriale, Editura ASE, București <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=411&idb=7>
2. Popa Ion, Management general, Editura ASE, București <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=471&idb=7>
3. Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=317&idb=7>
4. O. Nicolescu, Strategii manageriale de firmă, Editura Economică, București, 1998, biblioteca Catedrei de Management Marketing

8.2. Seminar		
1. Prezentare tematica proiect si conditii de realizare	explicația,	2 ore
2. Structura planului de marketing	Dezbaterea, explicația,	2 ore
3. Metoda PERT	Aplicații, Studii de caz.	2 ore
4. Diagrama gantt	Dezbaterea, explicația,	2 ore
5. Analiza SWOT	Aplicații, Studii de caz.	2 ore
6. Matricea bcg (boston consulting group);	Dezbaterea, explicația,	2 ore

7. Modelul general electric	aplicatii	2 ore
8. Plan strategic de marketing	aplicatii	2 ore
9. Plan tactic de marketing	aplicatii	2 ore
10. Strategia penetrării pieței	aplicatii	2 ore
11. Strategia dezvoltării pieței	aplicatii	2 ore
12. Program de marketing global	aplicatii	2 ore
13. Program de marketing parțial	aplicatii	2 ore
14. Program de marketing pe termen scurt	aplicatii	2 ore

#### Bibliografie

Istocescu Amedeo, *Strategia și managementul strategic al organizației. Concepte fundamentale. Aplicații manageriale*, Editura ASE, București <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=411&idb=7>  
 Popa Ion, *Management general*, Editura ASE, București <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=471&idb=7>  
 Popa Ion, *Ghid de realizare a strategiei*, Editura ASE, București <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=317&idb=7>  
 O. Nicolescu, *Strategii manageriale de firmă*, Editura Economică, București, 1998, biblioteca Catedrei de Management Marketing

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

Conținutul prezentei fișe este rezultatul consultării informațiilor legate de cerințele mediului de afaceri, cerințe despre care am luat la cunoștință din întâlnirile cu reprezentanții mediului de afaceri - care sunt membri în comisiile CEAC pentru programele de studiu ale Facultății de Științe Economice.

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finală</i>	<b>Examen scris</b>	<b>60%</b>
10.5 Seminar/laborator	- Corectitudinea și completitudinea întocmirii proiectului - Conținutul științific al proiectului - Implicarea în abordarea tematicii seminariilor	<b>Verificare pe parcurs</b>  1. <i>Realizarea unui proiect</i> 2. <i>Implicarea la activitățile de seminar</i>	<b>40% din care:</b>  <b>35%</b> <b>5%</b>

#### 10.6 Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5

*Cunoașterea conceptelor fundamentale, a metodelor și instrumentelor necesare elaborării unui program de marketing global, program de marketing parțial, program de marketing pe termen scurt*

Prezentarea la examen a studenților este condiționată de:

- prezența la seminar în proporție de minim 80%
- prezența la curs în proporție de minim 70%

Studenții absenți la seminarii au posibilitatea recuperării seminariilor prin susținerea unor teme suplimentare stabilite de către profesor.

#### Pentru nota 5 studenții demonstrarea competențelor în:

înțelegerea rolului fundamental al planificării de marketing, pentru conducerea organizației; - Cunoașterea etapelor planificării de marketing; - cunoașterea celor 3 nivele ale planificării strategice;

Data completării  
12.09.2024

Semnătura titularului de curs  
Prof. univ. dr. Pastiu Carmen

Semnătura titularului de seminar  
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Data avizării în departament  
16.09.2024

Semnătura director de departament  
Conf.univ.dr. Maican Silvia