

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2025-2026
Anul de studiu I/ Semestrul II

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	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificări COR/ Grupă de bază ESCO	Administrarea Afacerilor / 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice, ESCO: 2421 – Analisti de management și organizare / Management and organisation analysts

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing	2.2. Cod disciplină	AA 124
2.3. Titularul activității de curs	Prof.univ.dr. Muntean Andreea		
2.4. Titularul activității de seminar / laborator	Asist. univ. drd. Beldean Ionela		
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	II
		2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E
		2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					16
d. Tutoriat					-
e. Examinări					2
f. Alte activități (vizite de studiu, consultații proiecte, etc.)					-

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)	56
3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4)	44
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	100
3.10 Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<i>Nu este cazul.</i>
4.2. de competențe	<i>Nu este cazul.</i>

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<i>Sală dotată cu videoproiector/tablă</i>
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	<i>Sală dotată cu videoproiector/tablă</i>

6. Competențe specifice acumulate

Competențe /rezultate ale învățării specifice programului de studii	R5/C5 Realizează analize de date R6/C6 Interpretează informațiile comerciale R12/C12 Analizează factorii externi ai societăților, R14/C14 Desfășoară cercetare cantitativă.
Competențe transversale	-
Competențe/rezultate	Cunștințe

<p>ale învățării specifice domeniului și ramurii de știință</p>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifică funcționalitățile avansate ale aplicațiilor de birou și modul în care acestea sunt utilizate în domeniul economic (calcul tabelar complex prin funcții, validarea, interogarea, sintetizarea datelor și reprezentarea grafică a acestora). - identifică principiile fundamentale ale securității informațiilor, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea datelor din domeniul economic. - identifică și analizează conceptele și tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic. - descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (IoT, AI, Cloud/Fog/Edge Computing, Blockchain etc.) <p>Aptitudini</p> <p>Studentul/Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizează aplicațiile de birou în domeniul economic. - recunoaște și evaluează riscurile de securitate asociate cu gestionarea informațiilor în domeniul economic. - utilizează instrumente de automatizare, pentru a automatiza sarcinile repetitive în activitățile economice. - identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate. - utilizează instrumentele open source pentru exploatarea principalelor facilități oferite de tehnologiile emergente. <p>Responsabilitate și autonomie</p> <p>Studentul/Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - asigură acuratețea și claritatea informațiilor din documentele gestionate cu aplicații de birou. - operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor. - verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare. - demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate de mediul informațional în contextul smart development.
---	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Studiul disciplinei le va furniza studenților cunoștințe și competențe din domeniul marketingului referitoare la analiza mediului de marketing, cunoaștere structurii pieței unei organizații, definirea politicilor de marketing (produs, preț, plasare, promovare).</i>
7.2 Obiectivele specifice	<i>Furnizarea de competențe privind stabilirea oportunităților de marketing, segmentarea pieței și alegerea segmentelor țintă, definirea mix-ului de marketing.</i>

8. Conținuturi*

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Marketing – noțiuni introductive - Conceptul de marketing	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<i>2 ore</i>
2. Marketing – noțiuni introductive - Funcțiile marketingului; Creșterea importanței marketingului	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<i>2 ore</i>
3. Mediul de marketing al firmei – Micromediul	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<i>2 ore</i>
4. Mediul de marketing al firmei – Macromediul	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<i>2 ore</i>
5. Piața întreprinderii - Noțiunea de piață; Dimensiunile pieței întreprinderii;	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<i>2 ore</i>
6. Piața întreprinderii Noțiunea de piață; Dimensiunile pieței întreprinderii	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<i>2 ore</i>
7. Politica de produs: Definirea produsului; Clasificarea produselor; Gama și liniile de produse	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	<i>2 ore</i>

8. Politica de produs: Ciclul de viață al produselor, Produsele noi, Marca, Strategii de produs	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore
9. Politica de produs: Marca, Strategii de produs	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore
10. Politica de preț: Conceptul de preț ; Modalități de determinare a prețului; Strategii de preț	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore
11. Politica de distribuție: Distribuția – concept și conținut; Canalele de distribuție	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore
12. Politica de distribuție: Formele distribuției; Strategiile de distribuție	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore
13. Politica de promovare: Comunicarea; Structura activității promoționale	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore
14. Politica de promovare: Strategii promoționale	<i>Prelegere, discutii, exemplificare</i>	2 ore

Bibliografie

1. Armstrong, G; Kotler, P. – „Introducere în marketing”, ediția a 12-a, Pearson/Educational Centre, București, 2015
2. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Teora, 2008
3. **Muntean, A. Lazea R**, *Marketing, note de curs*, seria Didactica a Universității ”1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019

8.2. Seminar-laborator	Metode de predare	Observații
S1. Rolul și funcțiile marketingului: aplicație	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare</i>	2 ore
S2. Micromediul și macromediul firmei – studiu de caz: Dacia Dokker	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore
S3. Dimensiunile pieței firmei - Aplicații, Studii de caz: Starbucks; Clienți în căutare de soluții; Omul secolului XXI	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore
S4. Elementele constitutive ale politicii de produs - Studiu de caz: Lastminute.com, Coca-Cola; exerciții Elementele constitutive ale politicii de preț - Studii de caz (Analiza politicii de preț a unei firme), aplicații	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore
S5. Elementele constitutive ale politicii de distribuție – Studii de caz, aplicații	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore
S6. Elementele constitutive ale politicii promoționale - Studiu de caz Apicola, Realizarea unui mesaj promoțional	<i>Prelegere, discutii, exemplificare, explicare Rezolvarea aplicațiilor</i>	2 ore
S7. Prezentarea proiectelor	<i>Prelegere, discutii, explicare</i>	2 ore

Bibliografie

1. Armstrong, G; Kotler, P. – „Introducere în marketing”, ediția a 12-a, Pearson/Educational Centre, București, 2015
2. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Teora, 2008
3. **Muntean, A. Lazea R**, *Marketing, note de curs*, seria Didactica a Universității ”1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019

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

Conform cerințelor impuse de piața muncii, cursul va oferi studenților posibilitățile și aptitudinile necesare pentru a realiza o analiză și interpretare a fenomenelor și proceselor de marketing; pentru a simula, analiza și interpreta etapele unui plan de marketing; pentru a analiza componentele mix-ului de marketing.

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>	<i>Examen scris</i>	70%
10.5 Seminar/laborator	<i>Conținutul suportului pentru seminarii</i>	<i>Proiect de semestru</i>	30%
<p>10.6 Standard minim de performanță: Promovarea examenului presupune obținerea la examenul final a notei minime 5 (cinci), la care se vor adăuga punctele corespunzătoare celorlalte activități punctate anterior. - prezență minim 80% din totalitatea seminariilor - realizarea proiectului de semestru conform cerințelor</p>			

Data completării
23.09.2025

Semnătura titularului de curs
Prof.univ.dr Muntean Andreea

Semnătura titularului de seminar
Asist. univ. drd. Beldean Ionela

Data avizării în departament
23.09.2025

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Maican Silvia Stefania