

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	1,5	3.3 ore seminar/laborator/proiect	1,5
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	42 , din care:	3.2* ore curs	21	3.3* ore seminar/laborator/proiect	21
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	4				

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 studii cărui îi aparține disciplina.

³ Se înscrie numele departamentului cărui 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">• C1. 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">• Definierea, 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. Contribuția marketingului la sustenabilitatea întreprinderilor.	2	Prelegeri active axate pe utilizarea de suport Power Point și acces la resurse multimedia.
2. Reconceptualizarea marketingului prin prisma dezvoltării durabile.	2	
3. Crearea de valoare colectivă împreună cu părțile interesate.	2	
4. Alinierea marketingului la strategia organizației.	3	
5. Construirea de proiecte de brand sustenabile.	3	
6. Elaborarea de strategii de marketing durabile.	2	
7. Crearea de produse, servicii și experiențe durabile.	2	
8. Îmbunătățirea impactului societal în amonte și în aval companiei.	3	
9. Comunicarea și promovarea sustenabilității în mod responsabil.	2	

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 3. Pierre Volle, John Schouten - Marketing (plus) durable, Ed. Deboeck, 2022 4. Benea Marius Calin, Conceptul de marketing in sisteme sustenabile, suport de curs, CV UPT https://cv.upt.ro/course/view.php?id=948		
8.2 Activități aplicative ¹⁰	Număr de ore	Metode de predare
Seminar.		
1. Principiile fundamentale ale unei activități economice durabile.	2	- Dezbateri. - Studii de caz.
2. Estimarea beneficiilor unui marketing mai durabil pentru companie.	2	
3. Studii privind strategia de marketing durabil a întreprinderilor.)	4	
4. Dezvoltarea unui produs/serviciu (mai) durabil.	3	
5. Ambalaje durabile și responsabile	2	
6. Stabilirea prețurilor prin integrarea aspectelor legate de durabilitate	2	
7. Logica dominantă a serviciilor (SDL / Service-Dominant Logic)	2	
8. Ancorarea mesajului în rațiunea de a fi și rămânerea la nivel factual.	2	
9. Evitarea etichetării ecologice (greenwashing)	2	
Bibliografie ¹¹ 1. Sihem Dekhili, Aurelie Merle, Adele Ochs – Marketing durable, Pearson France, 2021 2. Benea Marius Calin, Conceptul de marketing in sisteme sustenabile, CV UPT https://cv.upt.ro/course/view.php?id=948		

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:		

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.

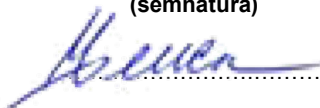
¹² Fișele disciplinelor trebuie să conțină procedura de evaluare a disciplinei cu precizarea criteriilor, a metodelor și a formelor de evaluare, precum și cu precizarea ponderilor atribuite acestora în nota finală. Criteriile de evaluare trebuie să corespundă tuturor activităților prevăzute în planul de învățământ (curs, seminar, laborator, proiect), precum și formelor de verificare pe parcurs (teme de casă, referate ș.a.)

	Pr:		
	Tc-R¹³:		
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) ¹⁴			
<ul style="list-style-type: none"> Punctajul cumulat să reprezinte minim echivalentul notei 5. 			

Data completării

05.10.2023

**Titular de curs
(semnătura)**



**Titular activități aplicative
(semnătura)**



**Director de departament
(semnătura)**



Data avizării în Consiliul Facultății¹⁵

16.10.2023

**Decan
(semnătura)**



¹³ Tc-R=teme de casă - Referate

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.