

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ¹ / Departamentul ²	Facultatea de Inginerie Hunedoara / Inginerie și Management
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ³)	INGINERIA MEDIULUI / 190
1.4 Ciclul de studii	Licență
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	INGINERIA VALORIFICĂRII DEȘEURILOR / 70 / Inginer

2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁴			Marketing / DS					
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză			Marketing					
2.2 Titularul activităților de curs			Dr.ec. Negruț Teodor					
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵			Asist.univ.drd.ing. Fărcean Ioana					
2.4 Anul de studii ⁶	III	2.5 Semestrul	6	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei ⁷	DI	

3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate)⁸

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	3 , format din:	3.2 ore curs	1	3.3 ore seminar/laborator/proiect	2
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	42 , format din:	3.2* ore curs	14	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	0,57 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			0,14
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			0,14
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			0.29
3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru	8 , format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			2
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			2
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			4
3.8 Total ore/săptămână ⁹	3,57				
3.8* Total ore/semestru	50				
3.9 Număr de credite	2				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cunoștințe de bază la disciplina Economie generală, anul I
4.2 de rezultatele învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Activitățile trebuie să se desfășoare în sală dotată cu echipamente multimedia și cu acces la internet.
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Activitățile trebuie să se desfășoare în sală dotată cu echipamente multimedia și cu acces la internet.

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	- C7. Studentul/absolventul identifică și descrie rolul într-o echipă multidisciplinară, cu respectarea normelor de etică și deontologie profesională. - Studenții își dezvoltă și consolidează cunoștințele privind colaborarea într-o echipă multidisciplinară, aplicând principii etice și de marketing sustenabil specifice domeniului valorificării deșeurilor.
Abilități	- A7. Studentul/absolventul alege și aplică tehnici de relaționare în cadrul echipei, prin asumarea responsabilităților care-i revin. - Studenții manifestă abilități de comunicare și cooperare responsabilă în activități de cercetare, identificare și aplicare a strategiilor de marketing specifice domeniului valorificării deșeurilor.
Responsabilitate și autonomie	- RA7. Studentul/absolventul decide rolul subordonaților în echipa de lucru, își asumă responsabilitatea pentru deciziile luate. - Studenții își asumă responsabilitatea pentru rezultatele propriei contribuții și iau decizii în activități de analiză, planificare și promovare a soluțiilor de marketing în cadrul echipei care implementează și promovează soluții sustenabile de valorificare a deșeurilor.

7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării de la punctul 6)

- Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei Marketing
- Explicarea și interpretarea noțiunilor utilizate
- Înțelegerea metodelor utilizate și a modului de aplicare a acestora

8. Conținuturi¹⁰

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare ¹¹
Capitolul 1. Fundamentele marketingului	2	Se vor utiliza prezen- rări interactive cu ajutorul videoproiecto- rului. Se vor folosi: problematizarea, discuția, analiza
Capitolul 2. Mediul de marketing	2	
Capitolul 3. Politici și strategii de marketing	2	
Capitolul 4. Politica de produs	2	
Capitolul 5. Politica de preț	2	
Capitolul 6. Politica de distribuție	2	
Capitolul 7. Politica promoțională	2	
Bibliografie ¹² 1. Negruț T., Suport curs – Marketing, CV-UPT, 2025. 2. Kotler Ph., Armstrong Gary, Principiile marketingului, Editura Pearson, 2024 (ediția a 18-a). 3. Godin Seth, Asta înseamnă marketing, Editura Publica, 2019.		
8.2 Activități aplicative ¹³	Număr de ore	Metode de predare
1. Conceptul de marketing. Definiție, evoluție, Perspective	6	Prelegere, discuții ghidate, studii de caz, simulări și activități de
2. Instrumentele cercetărilor de marketing	6	
3. Cercetarea dimensiunii și structurii pietelor	6	

4. Analiza cereii și ofertei	4	grup
5. Politici de marketing. Strategii și tactici de marketing	6	Prelegere, discuții ghidate, exerciții practice, studii de caz, simulări și activități de grup
Bibliografie ¹⁴ 1. Fărcean I., Suport seminar – Marketing: Aspecte teoretice, studii de caz și aplicații, CV-UPT, 2025. 2. Diaconescu M., Marketing, Editura Universitară, 2010. 3. Băbuț R., Băcila M.F., Moiescu O.I., Drule A.M., Bazele marketingului, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2012. 4. Kotler P., Armstrong G., Principiile marketingului – Ediția a IV-a, Editura Teora, 2004.		

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare ¹⁵	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	- Înțelegerea și integrarea conceptelor predate; - Aplicarea corectă a principiilor și teoriilor discutate.	Verificarea se realizează prin întocmirea și susținerea unui mini-proiect pe teme de marketing și dintr-un examen scris structurat pe subiecte, urmărind înțelegerea și aplicarea conceptelor, principiilor și modelelor studiate.	50%
9.5 Activități aplicative	S: - Gradul de participare activă la seminar; - Implicarea în activitățile practice și de grup; - Structura, claritatea și susținerea temei individuale.	Evaluarea se realizează prin aprecierea participării active, a calității intervențiilor și a implicării în activitățile practice, precum și a modului în care studentul susține tema individuală.	50%
	L:		
	P¹⁶:		
	Pr:		
9.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor ¹⁷)			
- Nota finală constă din media notei de la examen și a notei de la activitatea aplicativă (seminar). - Nota 5 se acordă pentru rezolvarea în proporție de minim 50% a fiecărui subiect.			

Data completării

10.09.2025

Titular de curs
(semnătura)



Titular activități aplicative
(semnătura)



Director de departament
(semnătura)

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁸

17.09.2025

Decan
(semnătura)