FIŞA DISCIPLINEI[1]

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ 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 / 230
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Inginerie economică în industria chimică și de materiale / 70 / Inginer

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei/Categoria formativă[5]			Marketingului / DD				
2.2 Titularul activităţilor de curs			Lect.univ.dr.ec. Benea Marius Călin				
2.3 Titularul activităţilor aplicative[6]			Lect.univ.dr.ec. Benea Marius Călin				
2.4 Anul de studii[7]	II	**2.5** Semestrul	I	**2.6** Tipul de evaluare	D	**2.7** Regimul disciplinei[8]	DI

3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate) [9]

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	4 , format din:	**3.2** ore curs	2	**3.3** ore seminar/laborator/proiect	2
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	56 , format din:	**3.2*** ore curs	28	**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	3,14 , format din:	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			1,14
3.7* Număr total de ore activități neasistate/ semestru	44 , format din:	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			16
3.8 Total ore/săptămână [10]	7,14				
3.8* Total ore/semestru	100				
3.9 Număr de credite	4				

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cunoștințe de bază de microeconomie și macroeconomie
4.2 de competenţe	• Utilizare Microsoft Office Word, Excel, Power Point.

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

---

[1] Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 și cerințelor Standardelor specifice ARACIS valabile începând cu 01.10.2017.
[2] Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.
[3] Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.
[4] Se înscrie codul prevăzut în HG nr.140/16.03.2017 sau în HG similare actualizate anual.
[5] Disciplina se încadrează potrivit planului de învățământ în una dintre următoarele categorii formative: disciplină fundamentală (DF), disciplină de domeniu (DD), discipină de specialitate (DS) sau disciplina complementară (DC).
[6] Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).
[7] Anul de studii în care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.
[8] Disciplina poate avea unul din următoarele regimuri: disciplină impusă (DI), disciplină opțională (DO) sau disciplină facultativă (Df).
[9] Numărul de ore de la rubricile 3.1*, 3.2*,…,3.8* se obțin prin înmulțirea cu 14 (săptămâni) a numărului de ore din rubricile 3.1, 3.2,…, 3.8. Informațiile din rubricile 3.1, 3.4 și 3.7 sunt chei de verificare folosite de ARACIS sub forma: (3.1)+(3.4) ≥ 28 ore/săpt. și (3.8) ≤ 40 ore/săpt.
[10] Numărul total de ore / săptămână se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.1, 3.4 și 3.7.

5.1 de desfăşurare a cursului	• Activitățile trebuie să se desfășoară în săli dotate cu echipamente multimedia de predare și acces la Internet • Prezența online la curs stimulată de caracterul interactiv al acestuia.
5.2 de desfăşurare a activităţilor practice	• Activitățile trebuie să se desfășoară în săli dotate cu echipamente multimedia de predare și acces la Internet. • Prezenţa online pentru rezolvarea individual sau în echipă a studiilor de caz, problemelor, susţinerea studiului şi a referatelor

6. Competenţe la formarea cărora contribuie disciplina

Competenţe specifice	C1.1 Identificarea conceptelor, teoriilor si modelelor din stiintele fundamentale aplicabile sarcinilor specifice ingineriei si managementului C1.2 Explicarea si interpretarea de calcule, demonstratii si aplicarea conceptelor din stiintele fundamentale pe baza unui rationament tehnic complet si corect in vederea interpretarii unor variate tipuri de situatii, procese, proiecte specifice ingineriei si managementului C1.3 Aplicarea principiilor si metodelor de baza din stiintele fundamentale pentru efectuarea de calcule, demonstratii, elaborarea de proiecte specifice domeniului si identificarea de procese C1.4 Evaluarea pe baza de argumente justificative coerente a calitatii, potentialului si limitarilor solutiilor tehnicoeconomice, a proceselor identificate si descrise, precum si integrarii acestora în structuri complexe • C1.5. Elaborarea de caiete de sarcini, termeni de referinta si proiecte tehnico-economice
Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice	C1 • Efectuarea de calcule, demonstraţii si aplicaţii, pentru rezolvarea de sarcini specifice ingineriei şi managementului pe baza cunoştinţelor din ştiinţele fundamentale.
Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice	•

7. Obiectivele disciplinei (asociate competențelor de la punctul 6)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Dezvoltarea capacității de a aplica principiile marketingului și de a utiliza instrumentele de marketing, cu scopul de a îndeplini obiectivele organizaționale și de a crea valoare pentru client.
7.2 Obiectivele specifice	• Definirea, explicarea și aplicarea conceptelor, metodelor și tehnicilor și a instrumentelor de marketing; • Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației; • Aplicarea cunoștințelor despre mixul de marketing pentru elaborarea unui program de marketing.

8. Conţinuturi[11]

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare[12]
1. Marketingul astăzi	4	Prelegerile sunt axate pe clarificarea conceptelor şi operaţionalizarea lor în cadrul unor scheme logice prezentate la începutul expunerii
2. Elaborarea strategiei și planul de marketing.	4	
3. Mediul de marketing.	4	
4. Cercetările de marketing.	4	
5. Comportamentului consumatorului.	4	
6. Mixul de marketing	4	

[11] Se detaliază toate activitățile didactice prevăzute prin planul de învățământ (tematicile prelegerilor și ale seminariilor, lista lucrărilor de laborator, conținuturile etapelor de elaborare a proiectelor, tematica fiecărui stagiu de practică). Titlurile lucrărilor de laborator care se efectuează pe standuri vor fi însoțite de notația „(*)".
[12] Prezentarea metodelor de predare va include și folosirea noilor tehnologii (e-mail, pagină personalizată de web, resurse în format electronic etc.).

7. Marketing Digital: ce înseamna și de ce este important?	4	

Bibliografie[13] - Benea M.C. Bazele marketingului, Mirton, Timișoara, 2010, România - Principles of Marketing, 18th edition, Philip Kotler, Gary Armstrong, Pearson Education, 2020 - Benea M.C., Bazele marketingului-suport de curs https://cv.upt.ro/course/view.php?id=5192

8.2 Activităţi aplicative[14]	Număr de ore	Metode de predare
1. Tendințele majore care afectează marketingul actual	2	Dezbatere.
2. Strategii de promovare online de succes în afacere. Planul de marketing. Analiza SWOT: exemplu de companii industriale	4	Rezolvarea unor exerciții, probleme, studii de caz.
3. Analiza mediului de marketing a întreprinderii; Segmentarea pieței; Alegerea strategiei de piață a întreprinderii; Cercetări de marketing.	4	
4. Discutarea temelor individuale pentru seminar.	4	Tema se efectuează acasă, după care este prezentată în sală/online.
5. Analiza mixului de marketing	4	Studiu de caz. Dezbatere.
6. Proiect de grup	6	Se organizează echipele de lucru, se urmăreste modul lor de organizare şi se supraveghează contribuţia fiecărui student la rezultatele finale ale grupului.
7. Obținere certificat de competență ”noțiuni fundamentale de marketing digital” (Google Atelierul Digital)	4	Tema se efectuează acasă, după care este prezentată în sală/online.

Bibliografie[15] - Kotler Ph., Armstrong G., Principiile marketingului, ediția a IV-a, Teora, București, 2008, România - Benea M.C. Bazele marketingului, Mirton, Timișoara, 2010, România - Benea M.C. Bazele marketingului-suport de curs https://cv.upt.ro/course/view.php?id=5192 - https://learndigital.withgoogle.com/atelieruldigital

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi 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[16]	**10.2** Metode de evaluare	**10.3** Pondere din nota finală

[13] Cel puțin un un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin un titlu trebuie să se refere la o lucrare de referință pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existentă în biblioteca UPT.
[14] 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:”.
[15] Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.
[16] 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 se formulează în mod distinct pentru fiecare activitate prevăzută în planul de învățământ (curs, seminar, laborator, proiect). Ele se vor referi și la formele de verificare pe parcurs (teme de casă, referate ș.a.)

10.4 Curs	Cunoștințe teoretice	Test grilă pe CV-UPT	0,50
10.5 Activităţi 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[17]**:**		
	Pr:		
10.6 Standard minim de performanţă (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor[18])			
• Nota 5 (adică 50% din totalul notelor obținute la curs și seminar).			

Data completării	**Titular de curs (semnătura)**	**Titular activităţi aplicative (semnătura)**
10.09.2024	……	……
Director de departament (semnătura)	**Data avizării în Consiliul Facultăţii**[19]	**Decan (semnătura)**
……	17.09.2024	……

[17] În cazul când proiectul nu este o disciplină distinctă, în această rubrică se va preciza și modul în care rezultatul evaluării proiectului condiționează admiterea studentului la evaluarea finală din cadrul disciplinei.
[18] Nu se va explica cum se acorda nota de promovare.
[19] Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studii cu privire la fișa disciplinei.