

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Inginerie Industrială, Robotica și Managementul Productiei
1.3 Departamentul	Management și Inginerie Economică
1.4 Domeniul de studii	Inginerie și Management
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Inginerie Economică Industrială
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență
1.8 Codul disciplinei	45.00

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING						
2.2 Aria de conținut							
2.3 Responsabil de curs	Prof.dr.ing., ec. Laura BACALI – laura.bacali@mis.utcluj.ro						
2.4 Titularul activităților de laborator	Conf.dr.ing. Carmen Maria MURESAN – carmen.trif@gmail.com						
2.5 Anul de studiu	III	2.6 Semestrul	5	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DD/DOB

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	3	3.3 laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	42	3.6 laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					8
Examinări					2
Alte activități – pregătire proiect					
3.7 Total ore studiu individual	44				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

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	
5.2	De desfășurare a aplicațiilor	

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C3. Utilizarea aplicațiilor software și a tehnologiilor informaționale pentru rezolvarea de sarcini specifice ingineriei și managementului.</p> <p>C4. Evaluarea economică, planificarea și conducerea proceselor și a sistemelor logistice și de producție.</p> <p>C5. Gestiunea resurselor organizației, asigurarea calității producției și managementul dezvoltării organizaționale.</p> <p>C6. Proiectarea tehnico-economică și îmbunătățirea produselor și proceselor industriale.</p>
Competențe transversale	

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

7.1	Obiectivul general al disciplinei	- Să cunoască conceptele de marketing, să înțeleagă importanța și conținutul mixului de marketing, în ansamblu și pe componente și să sintetizeze elementele semnificative privind organizarea și controlul activității de marketing într-o firmă.
7.2	Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - Determinarea politicii de prețuri; - Elaborarea de mesaje promoționale; - Gestionarea ciclului de viață al produselor; - Organizarea compartimentului de marketing într-o organizație; - Realizarea controlului activității de marketing

8. Conținuturi

8.1. Curs (programa analitică)		Metode de predare	Observații
1	Concepte de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> - Se vor utiliza mijloace multimedia. - Stilul de predare va fi interactiv. - Se vor acorda consultații, inclusiv on line. 	
2	Întrebările marketingului. Activitățile marketingului. Evoluția și domeniile marketingului.		
3	Produsul. Ciclul de viață al produsului.		
4	Produsul. Etapele introducerii produselor noi.		
5	Activitatea promoțională. Componentele și etapele procesului de comunicare în marketing, partea 1		
6	Activitatea promoțională. Componentele și etapele procesului de comunicare în marketing, partea 2		
7	Activitatea promoțională. Componentele și etapele procesului de comunicare în marketing, partea 3		
8	Publicitatea. Promovarea vânzărilor. Forța de vânzare, Relații publice.		
9	Prețul. Factori de influență.		
10	Etape în stabilirea prețurilor.		
11	Organizarea și controlul activității de marketing.		
12	Planificarea de marketing		
13	Paradigma marketing în organizații din România-I		
14	Paradigma marketing în organizații din România-II		
8.2. Aplicații (lucrări)		Metode de predare	Observații
1	Studii de caz privind orientarea activității de marketing, privind marketingul de relație cu clienții.	<ul style="list-style-type: none"> - Se vor utiliza mijloace multimedia. - Stilul de predare va fi interactiv. - Se vor acorda consultații, inclusiv on line. 	
2	Mixul de marketing		
3	Studii de caz privind publicitatea – promovarea de marketing.		
4	Determinarea prețului psihologic.		
5	Distributia.		
6	Planul de marketing.		
7	Marketing online.		

Bibliografie
Biblioteca UTCN:

Kotler, Philip, Managementul marketingului, Editura Teora, Bucuresti, 1997.
Bacali, Laura, Promovarea marketingului în managementul românesc, Editura Economică, București, 1999.
Bacali, Laura, coordonator, s.a., Marketing, Manual de Inginerie Economică, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2002.
Bacali, Laura, coordonator, s.a., Marketing. Probleme. Cazuri.Teste, Editura UTPres, Cluj-Napoca, 2010.
Bacali Laura, s.a., Les defis des PME du sud et du nord, Editura Universitatii Ottawa, Canada, 2011.
Muresan Carmen, Bacali Laura, Marketing, Indrumator de lucrari, Editura UTPRES, Cluj-Napoca, 2019.
Sava Adriana, Importanta masurarii performantei de marketing, Editura UTPRESS, Cluj-Napoca, 2018.

Alte referințe bibliografice:

Kotler, Philip, s.a., Marketing 3.0, Editura Publică, București, 2010.
Kotler, Philip, s.a., Marketing 4.0, Editura Wiley, 2016..
Kotler, Philip, s.a., Marketing 5.0, Editura Wiley, 2021.

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

•

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Ponderea din nota finală
Curs	Gradul de dobândire a competențelor teoretice și aplicative	Examen scris	75%
Aplicații		Examen scris	25%
10.4 Standard minim de performanță: 5			

Data completării:	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
<u>09.06.2022</u>	Curs	Prof.dr.ing., ec. Laura BACALI	
	Laborator	Conf.dr.ing. Carmen Maria MURESAN	

Data avizării în Consiliul Departamentului M.I.E. <u>29.06.2022</u>	Director Departament M.I.E. Prof.dr.ing. Florin LUNGU
Data aprobării în Consiliul Facultății de Inginerie industrială, Robotica și Managementul producției <u>13.07.2022</u>	Decan Prof.dr.ing. Corina BIRLEANU