

# FIȘA DISCIPLINEI<sup>1</sup>

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea <sup>2</sup> / Departamentul <sup>3</sup>	Mecanică/
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod <sup>4</sup> )	Inginerie industrială/130
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Tehnologia construcțiilor de mașini/10

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING						
2.2 Titularul activităților de curs	Ș. L. Dr. Ing. Ana-Andreea MIHĂRTEȘCU						
2.3 Titularul activităților aplicative <sup>5</sup>	Ș. L. Dr. Ing. Ana-Andreea MIHĂRTEȘCU						
2.4 Anul de studiu <sup>6</sup>	3	2.5 Semestrul	6	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei	DO

## 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4 , din care:	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator/ proiect/practică	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28 , din care:	3.5 curs	14	3.6 activități aplicative	14
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități					
<b>Total ore activități individuale</b>					<b>26</b>
3.8 Total ore pe semestru <sup>7</sup>	54				
3.9 Numărul de credite	2				

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Economie, Management, Matematici speciale – Statistică
4.2 de competențe	•

<sup>1</sup> Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

<sup>2</sup> Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.

<sup>3</sup> Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

<sup>4</sup> Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

<sup>5</sup> Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

<sup>6</sup> Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

<sup>7</sup> Se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.4 și 3.7.

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	•
5.2 de desfășurare a activităților practice	•

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale <sup>8</sup>	<ul style="list-style-type: none"><li>Planificarea, conducerea și asigurarea calității proceselor de fabricare</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>Aplicarea valorilor și eticii profesiei de inginer, și executarea responsabilă a sarcinilor profesionale în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată. Promovarea raționamentului logic, convergent și divergent, a aplicabilității practice, a evaluării și autoevaluării în luarea deciziilor</li><li></li></ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>Disciplina are ca obiectiv familiarizarea studenților cu noțiunile de bază ale marketingului (elemente de bază, concepte și mijloace)</li></ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>Dobândirea cunoștințelor necesare în vederea inițializării în principiile și tehnicile de marketing, Analiza și implementarea tehnicilor de marketing la nivelul organizațiilor. Prin studiile de caz abordate în partea aplicativă se accentuează rolul studiului de piață, a aplicării strategiilor de marketing moderne, a rezolvării problemelor de organizare și control</li></ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
Cap 1. Noțiuni introductive,	1	calculator, videoprojector, format electronic al cursului
Cap 2. Comportamentul cumpărătorului	1	
Cap 3. Studiul de piață,	1	
Cap 4.	1	
Cap 5. Produsul	2	
Cap 6. Prețul	2	
Cap 7. Piața	2	
Cap 8. Comunicare	2	

<sup>8</sup> Aspectul competențelor profesionale și competențelor transversale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS ([http://www.rncis.ro/portal/page?\\_pageid=117,70218&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL)) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă, la care participă disciplina.

Cap 9. Marketing Controlling	2	
<p>Bibliografie<sup>9</sup> 1. Duțu Pavel Ernest, Mihărescu Ana-Andreea - Elemente de MANAGEMENT &amp; MARKETING pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii, Editura Politehnica, Timișoara 2003;</p> <p>2. Duțu Pavel Ernest, Mihărescu Ana-Andreea - Duțu P, MIHĂRESCU A. A. - Elemente de COMUNICARE &amp; MARKETING pentru formarea agenților de vânzări, Editura Politehnica, Timișoara 2003;</p> <p>3. Monica Izvercianu – Elemente de marketing, Editura Solness, Timișoara, 2002;</p> <p>4. Philip Kotler – Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2001;</p> <p>5. Philip Kotler – Managementul marketingului, Editura Teora, București, 1999</p>		
<b>8.2 Activități aplicative<sup>10</sup></b>	<b>Număr de ore</b>	<b>Metode de predare</b>
Noțiuni introductive	2	calculator,
Business-games	2	videoprojector, format
Elemente teoretice privind realizarea unui studiu de piață	4	electronic al cursului,
Elemente componente ale unui plan de marketing	2	fișă de seminar
Studiu de caz	4	
Bibliografie <sup>11</sup>		

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

•
---

**10. Evaluare**

<sup>9</sup> Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin 3 titluri trebuie să se refere la lucrări relevante pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existente în biblioteca UPT.

<sup>10</sup> 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:”.

<sup>11</sup> Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Test scris	Evaluarea scrisă	60%
10.5 Activități aplicative	S: Test scris	Evaluarea scrisă	40%
	L:		
	P:		
	Pr:		
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
•			

Data completării

Titular de curs

Titular activități aplicative

Director de departament

Data avizării în Consiliul Facultății<sup>12</sup>

Decan

<sup>12</sup> Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.