

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Maritimă Constanța
Facultatea	Navigație și Transport Naval
Departamentul	Management în Transporturi
Domeniul de studii	Inginerie și management
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Inginerie și management în domeniul transporturilor

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Marketing				
Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Ana-Cornelia Olteanu				
Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Ana-Cornelia Olteanu				
Anul de studiu	III	Semestrul	V	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DD
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO - opțională (la alegere), DL - facultativă				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	10
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	3
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	3
II d) Tutoriat	3
III Examinări	2
IV Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	19
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	77
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• Prezentări PPT	
Desfășurare aplicații	Seminar	• Prezentări PPT, Word
	Laborator	•
	Proiect	•

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Efectuarea de calcule, demonstrații și aplicații pentru rezolvarea de sarcini specifice ingineriei și managementului pe baza cunoștințelor din științele fundamentale și ingineresti Fundamentarea financiară și economică a soluțiilor de dezvoltare a ofertei din transporturi (infrastructuri, vehicule, tehnologii)
Competențe transversale	Aplicarea, în mod responsabil, a principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în realizarea sarcinilor profesionale și identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, a etapelor de lucru, a duratelor de execuție, a termenelor de realizare aferente și a riscurilor aferente.

Identificarea oportunităților de formare continuă și utilizarea eficientă, pentru propria dezvoltare, a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională.

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

Obiectivul general al disciplinei	Prezentarea rolului marketingului în domeniul transportului și însușirea către studenți a metodelor și instrumentelor de lucru specifice pentru stabilirea și menținerea unei poziții adecvate pe piață. Prezentarea strategiilor de creare și orientare a activității de transport în concordanță cu “legea” marketingului de satisfacere a necesităților consumatorilor și obținerea de profit adecvat
-----------------------------------	--

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. CONCEPTUL DE MARKETING 1.1 Definiții 1.2 Rolul marketingului 1.3 Clasificarea funcțiilor marketingului	2	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
2. CONDIȚIILE APARIȚIEI ȘI DEZVOLTĂRII MARKETINGULUI 2.1 Condițiile apariției marketingului 2.2 Factorii care au contribuit la dezvoltarea marketingului	2	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
3. MEDIUL EXTERN AL FIRMEI 3.1 Concept 3.2 Micromediul firmei 3.3 Macromediul firmei 3.4 Tipuri de relații ale firmei	4	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
4. PIAȚA ÎNTREPRINDERII 4.1 Concepte legate de noțiunea de piață 4.2 Tipuri de piețe 4.3 Elementele pieței întreprinderii	4	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
5. CONJUNCTURA PIEȚEI 5.1 Definiții 5.2 Factorii care determină conjunctura pieței	4	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
6. POLITICA DE PRODUS 6.1 Noțiuni politica de produs 6.2 Conceptul de produs 6.3 Mixul de produs 6.4 Etapele procesului de creare de noi produse 6.5 Procesul de adoptare în consum a produselor 6.6 Strategii de produs	4	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
7. POLITICA DE PREȚ 7.1 Noțiunea de preț 7.2 Factori de influență 7.3 Metode principale de calculare a prețurilor	4	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, problematizarea Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
8. POLITICA DE DISTRIBUȚIE 8.1 Politica de distribuție 8.2 Rolul distribuției 8.3 Logistica	2	Prelegerea, prelegerea – dezbateri, explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
9. POLITICA DE PROMOVARE 9.1 Politica de promovare	2	Prelegerea, prelegerea – dezbateri,	

9.2 Comunicatia de marketing 9.3 Etapele organizarii activitatii de publicitate 9.4 Etapele organizarii activitatii de promovarea vânzărilor 9.5 Relațiile publice 9.6 Fortele de vanzare		explicația, Mijloace de învățământ slide-uri PPT, Word	
Bibliografie			
Anghel L-D, Marketing, ASE, Bucuresti, România Armstrong G, Kotler Ph., Introducere in marketing, Editura: Educational Centre , Bucuresti, 2016 Bauchet P.: „Le Transport Maritime”, Ed. Economica, Paris, 1992. Balaure Virgil „Marketing” Ed. Uranus Bucuresti, 2002 Virgil Balaure (2001) « Marketing : teste grila» Editură: Uranus, București Sasu C.: „Marketing International”, Ed. Polirom, Iasi, 1998. Iordanoaia F.: „Marketing Naval Si Portuar”, N.C., Universitatea Maritima, Constanta, 2001. Jugănaru Mariana (2000), „Marketing”, Ed. EXPERT, București, Jugănaru, M. Teorie și practică în cercetarea de marketing, Ed. Expert, București, 1998 Florescu, C.(coord.) Marketing, Grup Academic Marketer, București, 1992 Kotler Ph., Armstrong G. Principiile marketingului, editia a IVa, Teora, Bucuresti, 2008 http://www.scribd.com/doc/79206605/13730235-Grile-Marketing http://www.filehost.ro/398895/intrebari_Introducere_in_Marketing_doc/ http://www.filehost.ro/497320/Teste_noi_Marketing_50_scoase_din_sinteza_celor_de_la_Management_si_Marketing_pdf/ http://www.scribube.com/management/marketing/TESTE-GRILA-MARKETING9212171822.php http://www.filehost.ro/1697732/INTRODUCERE_IN_MARKETING_2009_2010_doc/			
Bibliografie minimală			
• Olteanu Ana Cornelia – Marketing - Note curs si aplicatii 2023 https://campus.cmu-edu.eu/pluginfile.php/154801/mod_resource/content/1/Suport%20curs%2Bseminar.pdf			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1.CONCEPTUL DE MARKETING	2	Teste grila, dezbateră,	
2. CONDIȚIILE APARIȚIEI ȘI DEZVOLTĂRII MARKETINGULUI	2	Teste grila, dezbateră,	
3. MEDIUL EXTERN AL FIRMEI	4	Teste grila, dezbateră,	
4. PIAȚA ÎNTREPRINDERII	4	Teste grila, dezbateră,	
5. CONJUNCTURA PIEȚEI	4	Teste grila, dezbateră,	
6. POLITICA DE PRODUS	4	Teste grila, dezbateră,	
7. POLITICA DE PREȚ	4	Problematizarea, teste grila, dezbateră, studiul de caz	
8. POLITICA DE DISTRIBUȚIE	2	Teste grila, dezbateră,	
9. POLITICA DE PROMOVARE	2	Teste grila, dezbateră,	

Bibliografie			
Anghel L-D, Marketing, ASE, Bucuresti, România Armstrong G, Kotler Ph., Introducere in marketing, Editura: Educational Centre , Bucuresti, 2016 Bauchet P.: „Le Transport Maritime”, Ed. Economica, Paris, 1992. Balaure Virgil „Marketing” Ed. Uranus Bucuresti, 2002 Virgil Balaure (2001) « Marketing : teste grila» Editură: Uranus, București Sasu C.: „Marketing International”, Ed. Polirom, Iasi, 1998. Iordanoaia F.: „Marketing Naval Si Portuar”, N.C., Universitatea Maritima, Constanta, 2001. Jugănaru Mariana (2000), „Marketing”, Ed. EXPERT, București, Jugănaru, M. Teorie și practică în cercetarea de marketing, Ed. Expert, București, 1998 Florescu, C.(coord.) Marketing, Grup Academic Marketer, București, 1992			

Kotler Ph., Armstrong G. Principiile marketingului, ediția a IVa, Teora, Bucuresti, 2008
<http://www.scribd.com/doc/79206605/13730235-Grile-Marketing>
http://www.filehost.ro/398895/intrebari_Introducere_in_Marketing_doc/
http://www.filehost.ro/497320/Teste_noi_Marketing_50_scoase_din_sinteza_celor_de_la_Management_si_Marketing_pdf/
<http://www.scribube.com/management/marketing/TESTE-GRILA-MARKETING9212171822.php>
http://www.filehost.ro/1697732/INTRODUCERE_IN_MARKETING_2009_2010_doc/

Bibliografie minimală

- Olteanu Ana Cornelia – Marketing - Note curs si aplicatii 2023 https://campus.cmu-edu.eu/pluginfile.php/154801/mod_resource/content/1/Suport%20curs%2Bseminar.pdf

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

- Disciplina conține noțiuni teoretice, metode și tehnici de lucru care sunt solicitate de comunitatea epistemică, asociațiile profesionale și angajatori.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Însușirea noțiunilor de bază din marketing Cunoașterea aspectelor de bază din marketing. -Rezolvarea problemelor. -Intelegerea fenomenelor.	Examinare: Teste grila	90%
Seminar	Realizarea corectă a sarcinilor aferente disciplinei: -participare la rezolvarea aplicatiilor -referat -prezenta	Rezolvare corecta	10%
Laborator			
Proiect			
Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizarea sarcinilor de la fiecare tip de activitate in proportie de 50% 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
15.09.2023	Lect. univ dr Ana-Cornelia Olteanu	Lect. univ dr Ana-Cornelia Olteanu
Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament	
22.09.2023	Lect. univ dr Ana-Cornelia Olteanu	
Data avizării în Consiliul facultății	Semnătura decanului	
29.09.2023	Prof.univ. dr. ing. Costel Stanca	