

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2021/22
(in baza OM nr. 5703/2011)

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 656 / 08. 09. 2021.

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea-Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Economie
1.4. Ciclul de studii	Masterat
1.5. Programul de studiu	Leadership și management în economia agrară
1.6. Calificarea	Master în Leadership și management în economia agrară

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Științe Economice		
2.1. Denumirea disciplinei	Marketing management		
2.2 Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	X		
2.3. Titularul disciplinei / a activităților de curs	Conf. Dr. Gyulavári Tamás		
2.4. Titularul (ii) activităților de	seminar	Conf. Dr. Gyulavári Tamás	
	laborator		
	proiect		
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	4
		2.7. Forma de verificare	E
		2.8. Tipul disciplinei	DI
2.9. Categoria formativă	F	2.10 Categoria disciplinei	
		2.11. Codul disciplinei	CMGM0041

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ					4
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Total ore studiu individual					44
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
d) Tutoriat					
e) Examinări					4
f) Alte activități:					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu calculator și video-proiector
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	Sală de seminar dotată cu calculator și video-proiector

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<i>C3. Cerințe privind aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistentă calificată.</i> ▪ Capacitatea de a aplica teoria în situații noi și care nu au putut fi prevăzute ▪ Abilitatea de a identifica, formula și rezolva problemele ▪ Formularea de ipoteze și explicații privind comportamentul economic al firmei ▪ Integrarea, extinderea,extrapolarea principiilor și metodelor de baza pentru rezolvarea de probleme specifice ▪ Aplicarea politicilor și măsurilor la nivel micro și macroeconomic ▪ Aplicarea metodelor și tehnicilor de localizare a tipurilor de risc specific inițierii și derulării activităților economice <i>C5. Cerințe privind elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu.</i> ▪ Elaborarea de proiecte economice cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu ▪ Elaborarea de rapoarte economice și de comunicare în organizații pe baza prelucrării informațiilor existente ▪ Organizarea, procesarea și transferarea datelor și informațiilor economice pentru soluțiile identificate ▪ Schițarea planului de implementarea a normelor metodologice, politici și a măsurilor economice ▪ Proiectarea unor studii de caz vizând evaluarea riscurilor și a implicațiilor economice ale acestora ▪ <i>Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competenței:</i> ▪ Analiza și interpretarea critică a unui proiect economic utilizând principii și metode consacrate în domeniu ▪ Elaborarea unui proiect de cercetare economică ▪ Analiza unei situații economice concrete utilizând reflecția critic-constructivă ▪ Realizarea unei analize diagnostic ▪ Elaborarea unui studiu de estimare și explicare a riscurilor specifice inițierii și/ sau derulării activităților economice
Competențe transversale	<i>CT1. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată:</i> • Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale <i>CT3. Conștientizarea nevoii de formare continuă;utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltare personală și profesională:</i> • Elaborarea și susținerea cu argumente a aplicării unui plan personal de dezvoltare profesională

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	• Cursanții vor trebui să însușească conceptele de bază ale marketingului. Materia face o incursiune în conceptul de marketing mix, și elementele componente ale marketing mixului. • Vor trebui să înțeleagă viziunea marketingului asupra activității economice și proceselor sociale.
7.2. Obiectivele specifice	• Familiarizarea studenților cu terminologia specifică marketingului. • Dezvoltarea capacității studenților de a înțelege funcția marketingului.

	• Dezvoltarea capacității studenților de a înțelege care sunt domeniile, piețele unde marketingul are cel mai mare impact. • Dezvoltarea capacității studenților de a înțelege importanța motivațiilor, nevoilor consumatorilor
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Criza – Concepte de baza	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Avantajele și dezavantajele introducerii monedei unice euro	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Legătura sferei macro cu cea micro	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Bazele planificarea de marketing	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Design management	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Marketingul serviciilor	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Loialitatea și satisfacția consumatorului	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	3 ore
Factorii psihologici ale comportamentului consumatorului	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Factorii sociali ale comportamentului consumatorului	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Probleme actuale ale marketing managementului	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Schimbare de paradigma în marketing	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore
Marca	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	3 ore
Sistemul european al denumirii de origine protejată	Expunere: descriere, explicații, exemple practice, demonstrații, discuții pe studii de caz.	2 ore

Bibliografie:

- [1] Keszey, Tamara, Gyulavári Tamás: Marketingtervezés (Planificarea de marketing), Budapest, Akadémiai Kiadó (2016) , 197 p.
- [2] Virgil Balaure, Iacob Cătoi, Vegheș Călin (2005): Marketing turistic. Uranus, Bucuresti.
- [3] Philip Kotler: Marketing de la A la Z: 80 concepte pe care trebuie să le cunoască orice manager, Editura Codecs, București, 2004.
- [4] Bauer, András, Berács, József: Marketing, Budapest, Akadémiai Kiadó (2016) , 361 p.
- [5] Gyulavári, Tamás (szerk.) ; Malota, Erzsébet (szerk.), A marketingelmélet aktuális kérdései Budapest, KÖR-Stúdió, 2018.

8.2. Seminar	Metode de predare	Observații
Alegerea temei de proiect	Explicații, exemplificări, dialog, studii de caz	2 ore
Definitivarea temei de proiect	Explicații, exemplificări, dialog, studii de caz	2 ore
Identificarea nevoii de date	Explicații, exemplificări, dialog, studii de caz	2 ore
Planificarea structurii de proiect	Explicații, exemplificări, dialog, studii de caz	2 ore
Coordinarea proiectului	Consultație	2 ore
Coordinarea proiectului	Consultație	2 ore
Coordinarea proiectului	Consultație	2 ore
Coordinarea proiectului	Consultație	2 ore
Coordinarea proiectului	Consultație	2 ore

Prezentarea proiectului (Echipa 1)	Prezentatie. Evaluare	2 ore
Prezentarea proiectului (Echipa 2)	Prezentatie. Evaluare	2 ore
Prezentarea proiectului (Echipa 3)	Prezentatie. Evaluare	2 ore
Prezentarea proiectului (Echipa 4)	Prezentatie. Evaluare	2 ore
Prezentarea proiectului (Echipa 5)	Prezentatie. Evaluare	2 ore
Bibliografie: [1] Keszei, Tamara, Gyulavári Tamás: Marketingtervezés (Planificarea de marketing), Budapest, Akadémiai Kiadó (2016) , 197 p. [2] Virgil Balaure, Iacob Cătoi, Vegheș Călin (2005): Marketing turistic. Uranus, Bucuresti. [3] Philip Kotler: Marketing de la A la Z: 80 concepte pe care trebuie să le cunoască orice manager, Editura Codecs, București, 2004. [4] Szöcs Attila: Marketing, curs în format electronic, 2009 . [5] Szöcs Attila și Berács József (2015): Estimarea cauzală a valorii mărcii. Szigma – Revista de matematică-economie (categoria B, Ungaria), XLVI, 1-2, 99-125.		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și din străinătate. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Nu este cazul.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Examen oral		60%
10.5 .	Seminar	Media notelor de la lucrările de control		40%
	Laborator			
	Proiect			
10.6. Standard minim de performanță				
Însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și aplicarea acestora în rezolvarea unor aplicații simple.				

Dacă va fi necesar, în cazul predării online, va fi folosit Google Classroom și Meet.

Data completării

Semnătura titularului disciplinei

Semnătura titularului/rilor de aplicații

06.09.2020.

Dr. Gyulavári Tamás

Dr. Gyulavári Tamás

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

08.09.2021.

Dr. Illyés László

Semnătura responsabilului programului de studii

Dr. Makó Zoltán