

**FIȘA DISCIPLINEI - IFR  
MARKETING  
Anul universitar 2023-2024**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Ecologică din București
1.2. Facultatea	Management Financiar
1.3. Departamentul	Științe Economice
1.4. Domeniul de studii	Finanțe
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Finanțe - Bănci
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ	<b>IFR</b>

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	<b>MARKETING</b>			Codul disciplinei:	<b>DF Ob 0210</b>	
2.2. Titularul activității de curs	<b>Conf.univ.dr. Valeria Arina MIRCEA</b>			Email:	<a href="mailto:arina.mircea@ueb.education">arina.mircea@ueb.education</a>	
2.3. Titularul activității de seminar/activități de laborator /lucrări practice/proiect	<b>Conf.univ.dr. Valeria Arina MIRCEA</b>			Email:	<a href="mailto:arina.mircea@ueb.education">arina.mircea@ueb.education</a>	
2.4. Anul de studiu	<b>I</b>	2.5. Semestrul	<b>2</b>	2.6. Tipul de evaluare	<b>E</b>	
					2.7. Regimul disciplinei <sup>1</sup> / Tipul disciplinei <sup>2</sup>	<b>DOb / DF</b>

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

3.1. Total ore din planul de învățământ	<b>125</b>	din care:	3.2. AI <sup>3</sup>	<b>28</b>	3.3. SF <sup>4</sup>	<b>11</b>	3.4. ST <sup>5</sup>	<b>3</b>	3.5. L <sup>6</sup>	–	3.6. LP <sup>7</sup>	–	3.7. P <sup>8</sup>	–
<b>Distribuția fondului de timp de activități de autoinstruire</b>														<b>ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe														<b>20</b>
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren														<b>15</b>
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri														<b>17</b>
Tutoriat														<b>7</b>
Examinări														<b>3</b>
Alte activități (consultații)														<b>7</b>
<b>3.8. Total ore activități de autoinstruire</b>														<b>69</b>
<b>3.9. Total ore pe semestru (3.3 + 3.4 + 3.5 + 3.6 + 3.7 + 3.8)</b>														<b>125</b>
<b>3.10. Numărul de credite ECTS</b>														<b>5</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	Microeconomie, Management
4.2. de competențe	cunoștințe Office – Word, Excel, Power Point

<sup>1</sup> Obligatorie/opțională/facultativă

<sup>2</sup> Fundamentală/complementară/specializare

<sup>3</sup> AI – activități de autoinstruire

<sup>4</sup> SF – seminar față în față

<sup>5</sup> ST – seminar în sistem de tutorat

<sup>6</sup> L – activități de laborator

<sup>7</sup> LP – lucrări practice

<sup>8</sup> P – proiect, practică

	disponibile online.
--	---------------------

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile / organizațiile private și publice</p> <p>C1.1. Identificarea și definirea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile/organizațiile private și publice</p> <p>C1.2. Explicarea și interpretarea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile/organizațiile private și publice</p> <p>C1.3. Aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile private și publice pentru rezolvarea de probleme specifice</p> <p>C1.4. Evaluarea critică a conceptelor, metodelor și instrumentelor de natură financiară folosite pentru rezolvarea de probleme</p> <p>C1.5. Valorificarea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în elaborarea de proiecte/lucrări.</p> <p>C2. Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la probleme economico-financiare</p> <p>C2.1. Identificarea și definirea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă economico-financiară</p> <p>C2.2. Explicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă economico-financiară</p> <p>C2.3. Aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de culegere, analiză și interpretare a datelor referitoare la o problemă economico-financiară</p> <p>C2.4. Identificarea criteriilor de selecție și aplicarea variantei adecvate pentru culegerea și analiza datelor economico-financiare</p> <p>C2.5. Efectuarea de analize economico-financiare curente pe baza datelor și informațiilor culese</p> <p>C3. Realizarea de lucrări de natură economico-financiară la nivelul entităților / organizațiilor private și publice</p> <p>C3.1. Descrierea lucrărilor de natură economico-financiară realizate la nivelul entităților/organizațiilor private și publice</p> <p>C3.2. Explicarea lucrărilor de natură economico-financiară realizate la nivelul entităților/organizațiilor private și publice</p> <p>C3.3. Aplicarea cunoștințelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor pentru realizarea lucrărilor economico-financiare</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p>CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p> <p>CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Înțelegerea noțiunilor fundamentale utilizate în marketing;</li> <li>– Cunoașterea și înțelegerea mediului de marketing al firmei;</li> <li>– Înțelegerea și analiza comportamentului consumatorului și a procesului decizional de cumpărare;</li> <li>– Definirea mixului de marketing;</li> <li>– Însușirea conceptului de planificare strategică și a conținutului planului de marketing.</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cunoașterea și înțelegerea conceptelor fundamentale în marketing;</li> <li>– Explicare și interpretare: rolul marketingului în viața firmelor și avantajele pe care le oferă orientarea de marketing a firmei; Studiarea comportamentului consumatorului și a procesului decizional de cumpărare, precum și metodele și tehnicile aplicate în domeniu;</li> <li>– Măsurarea fenomenelor de marketing prin metode și tehnici de investigare specifice; însușirea modalităților de previzionare a activităților de marketing. Planificarea în marketing – elaborarea planului de marketing.</li> </ul>

7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea și înțelegerea conceptelor fundamentale în marketing;</li> <li>- Explicare și interpretare: rolul marketingului în viața firmelor și avantajele pe care le oferă orientarea de marketing a firmei; Studiarea comportamentului consumatorului și a procesului decizional de cumpărare, precum și metodele și tehnicile aplicate în domeniu;</li> <li>- Măsurarea fenomenelor de marketing prin metode și tehnici de investigare specifice; însușirea modalităților de previzionare a activităților de marketing. Planificarea în marketing – elaborarea planului de marketing.</li> </ul>
----------------------------	---

## 8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire	Sursa
1. Definirea și importanța marketingului	[1]: pg. 10 - 21
2. Cunoașterea și înțelegerea mediului de marketing	[1]: pg. 22 - 31
3. Analiza pieței firmei	[1]: pg. 32 - 38
4. Consumatorul și procesul de luare a deciziei de cumpărare	[1]: pg. 40 - 47
5. Derularea cercetărilor de marketing	[1]: pg. 49 - 55
6. Politica de produs	[1]: pg. 56 - 63
7. Politica de preț	[1]: pg. 64 - 70
8. Politica de plasare	[1]: pg. 72 - 78
9. Politica de promovare	[1]: pg. 80 - 85
10. Planificarea în marketing	[1]: pg. 87 - 93
11. Planul de marketing	[1]: pg. 95 - 105

### Bibliografie obligatorie

[1] Mircea, Valeria Arina, *Marketing. Curs de autoinstruire*, Universitatea Ecologică din București, <https://www.ueb.ro/stiinteeconomice/ebiblioteca.php>

[2] Balaceanu, V.A., *Bazele Marketingului*, Editura Bren, Bucuresti, 2012

### Bibliografie recomandată

1. Balan C., Orzan Gh., *Cercetari de marketing*, Editura Uranus, 2009
2. Blythe Jim, *Principles & Practice of Marketing*, Thomson Learning, Londra 2006
3. Catoiu I., Teodorescu N., *Comportamentul consumatorului*, Editura Uranus, 2007
4. Kotler, Ph, Keller K.L., *Managementul marketingului*, ediția a V-a, Teora, București, 2008
5. Scott D. M., *Noile reguli de marketing și PR*, Editura Publica, 2010
6. Negricea C.-I., *Strategii de marketing online – soluții de succes pentru dezvoltarea și implementarea aplicațiilor de marketing online în activitatea organizației*, Editura Universitară, București, 2010
7. Smedescu I. (coord.), *Bazele marketingului*, Editura Universitară, București, 2008

8.2. Seminar/ activități de laborator /lucrări practice/proiect	Metode de predare	Observații/ Nr. de ore
1. Marketing - Aspecte teoretice. Concepte fundamentale în marketing; dezbateri noțiunilor cheie utilizate în marketing	Prezentări și dezbateri	1 oră - FF
2. Micromediul firmei	Prezentări și dezbateri	1 oră - OS
3. Macromediul firmei	Prezentări și dezbateri	1 oră - FF
4. Tema de control 1 - influența factorilor din micro/macromediu asupra activității firmei; exemplu practic	Prezentări și dezbateri	1 oră - FF
5. Piața firmei. Căi de modificare a dimensiunilor pieței	Dezbateri, Exemplificări și calcule numerice	1 oră - FF
6. Consumatorul și procesul de luare a deciziei de cumpărare; Tehnici și instrumente de studiere a comportamentului consumatorului	Dezbateri, Exemplificări și calcule numerice	1 oră - OS
7. Cercetări de marketing.	Prezentări și dezbateri	1 oră - FF
8. Metode și tehnici de cercetare în marketing	Dezbateri, Exemplificări și calcule numerice	1 oră - FF
9. Politica de produs; Politica de preț	Prezentări și dezbateri	1 oră - FF
10. Politica de plasare și promovare	Dezbateri, Exemplificări practice	1 oră - OS

parcure.		
14. Tema de control 3 - Plan de marketing in vederea lansarii pe piata a unui nou produs/serviciu	Prezentări și dezbateri	1 oră - FF
<b>Total ore - 14</b>		<b>11 ore – FF 3 ore – OS</b>

#### Bibliografie obligatorie

- [1] Mircea, Valeria Arina, *Marketing. Curs de autoinstruire*, Universitatea Ecologică din București, <https://www.ueb.ro/stiinteeconomice/ebiblioteca.php>  
[2] Balaceanu, V.A., *Bazele Marketingului*, Editura Bren, Bucuresti, 2012

#### Bibliografie recomandată

- Constantin C., Tecau A. S., *Introducere in cercetarea de marketing*, Editura Universitara, Bucuresti, 2013
- Diaconescu M., *Marketing*, Editura Universitara, Bucuresti, 2014
- Kotler, Ph, Keller K.L., *Managementul marketingului*, ediția a V-a, Teora, București, 2008
- Scott D. M., *Noile reguli de marketing si PR*, Editura Publica, 2010
- Negricea C.-I., *Strategii de marketing online – soluții de succes pentru dezvoltarea și implementarea aplicațiilor de marketing online în activitatea organizației*, Editura Universitară, București, 2010
- Preda O., *Managementul marketingului*, Editura Universitara, Bucuresti, 2012
- Zaharia V., Dogaru M-M., *Marketing. Sinteze si aplicatii practice*, Editura Universitara, Bucuresti, 2013

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

Elaborarea fișei disciplinei a urmărit corelarea conținutului acesteia cu opiniile altor cadre didactice din alte instituții de învățământ superior, în special din universitățile partenere ale Universității Ecologice din București, sau a unor renumiți specialiști în domeniu. Totodată, s-a urmărit și satisfacerea nevoilor și așteptărilor angajatorilor potențiali ai absolvenților programului de studii, în vederea adaptării procesului didactic cerințelor pieței muncii.

Se asigură, în acest fel, accesul la ocupații specifice domeniului de studiu, conform COR: Administrator bancar/produs leasing - 241231; Administrator financiar (patrimoniu) (studii superioare) - 263111; Asistent analist - 241307; Economist banca - 241224; Inspector asigurari - 241206 Inspector financiar-bancar - 241205; Ofiter bancar (credite, marketing, produse si servicii bancare) - 241230; Referent bancar/societate de leasing - 241236; Referent de specialitate asigurari - 241244; Referent de specialitate financiar-contabilitate - 241104;

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	–	–	–
10.5. Seminar/ activități de laborator /lucrări practice/proiect	Activitatea la seminar Capacitatea studentului de a aplica in practica aspectele teoretice asimilate pe tot parcursul semestrului	Evaluarea participării active la dezbateri Prezentarea temelor rezolvate acasă (Lucrari de control/teme)	40
10.6. Evaluare finală <sup>9</sup>	Examen + Aplicarea cunoștințelor acumulate prin întocmirea unui plan de marketing.	Examen+Proiect: plan de marketing	60
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8 Standard minim de performanță: Minim 50% din punctajul total			

Data completării

Semnătura coordonatorului de disciplină,

Semnătura cadrului didactic activități aplicative

<sup>9</sup> E – examen, C – colocviu

	marketing.		
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8 Standard minim de performanță: Minim 50% din punctajul total			

Data completării

**01 sept. 2023**

Semnătura coordonatorului de disciplină,

Semnătura cadrului didactic activități aplicative

Semnătura responsabilului IFR

Data avizării în departament IFR-ID

**15.sept.2023**

Semnătura directorului de departament IFR-ID

Data avizării în departament

**14.sept.2023**

Semnătura directorului de departament