

Programul de studii/Anul de studii: **MNG ID/Anul 2**

Disciplina: **Marketing**

Semestrul: 1/Modulul: 1

Anexa A2-ID

CALENDARUL DISCIPLINEI

	Întâlnirea	ACTIVITĂȚI DE TUTORAT (AT)		TEME DE CONTROL (TC)		ACTIVITĂȚI ASISTATE (AA)		EVALUĂRI	
		Tematica	Nr. ore	Tematica	Termen predare/ nr. ore	Activitatea	Nr. ore	Întâlnirea	Forma (E/C/V)
Pregătire curentă	1	Consilierea, îndrumarea diferențiată și personalizată a studenților prin întâlniri directe. Tema 1. Atitudinea de marketing în organizații; Aplicabilitatea marketingului. Studiu de caz	4 ore						
	2			Tema 2– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Identificarea elementelor micromediului de marketing Activitatea 2: Identificarea elementelor macromediului de marketing Activitatea 3: Analiza influenței mediului intern și extern asupra activității unei firme. Dezbateri Activitatea 4: Realizarea matricei SWOT a unei companii Tema 3– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Prezentarea teoretică a indicatorilor de măsurare ai pieței Activitatea 2: Rezolvarea de aplicații cu cota de piață absolută și relativă	4 ore				

	3			Tema 4– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Condiții necesare în realizarea unui chestionar Activitatea 2: Exemplificarea tipurilor de întrebări folosite într-un chestionar Activitatea 3: Aplicație practică Tema 5– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Factorii de influență a comportamentului consumatorului Activitatea 2: Importanța clasei sociale și a stilului de viață. Activitatea 3: Motivația consumatorului. Activitatea 4: Analiza procesului de cumpărare a unui produs. Studiu de caz	4 ore			3	V
	4	Consilierea, îndrumarea diferențiată și personalizată a studenților prin întâlniri directe. Tema 6– timp de parcurgere 2 h Mix-ul de marketing, elemente de analiză; Planificarea de marketing. Aplicație practică	4 ore					4	V
	5			Tema 7– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Ciclul de viață: produse, tehnologii, ramuri. Dezbateri Activitatea 2: Lansarea pe piață de produse noi. Studiu de caz Tema 8– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Importanța intermediarilor în canalul de distribuție Activitatea 2: Strategii de distribuție. Studiu de caz	4 ore			5	V

	6			Tema 9– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Mix-ul promoțional și mediile de comunicare Activitatea 2: Reclamă și publicitate. Studii de caz Tema 10– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Tipologii de preț și strategii aferente Activitatea 2: Prețuri psihologice. Dezbateri	4 ore			6	V
	7			Tema 11– timp de parcurgere 2 h Activitatea 1: Etica și responsabilitatea managerială. Activitatea 2: Viitorul marketingului ca știință a respectului interuman Prezentări referate, studii de caz, dezbateri, recapitulări (2 h)	4 ore				
Sesiune	1			Sesiunea 1 de examene 8.11.2021-21.11.2021					E
	2			Sesiune restante 27.06.2022-10.07.2022					E

Legendă: AT – activități în sistem de tutorat, TC – teme de control, AA – activități asistate, E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator disciplină,
Conf.univ.dr. Liviu Ciucan-Rusu

Tutore disciplină,
Lector univ. dr. Varga Iulia Elena