

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul și Marketingul Inovației, 2020 - 2021

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Mecanică și Tehnologie
1.3	Departamentul	Autovehicule și Transporturi
1.4	Domeniul de studii	Ingineria Autovehiculelor
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studii / Calificarea	Concepția și Managementul Proiectării Automobilului

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei		Managementul și marketingul inovației	
2.2	Titularul activităților de curs		Cătălin Zaharia	
2.3	Titularul activităților de laborator/seminar		Cătălin Zaharia	
2.4	Anul de studii	II	2.5 Semestrul	I
2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei
				O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	laborator	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								37
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								25
Tutoriat								5
Examinări								5
Alte activități								-
3.7	Total ore studiu individual			97				
3.8	Total ore pe semestru <small>(=3.4+3.7)</small>			125				
3.9	Număr de credite alocate disciplinei			5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	
4.2	De competențe	Competențe anterioare acumulate la disciplinele: Management, Marketing, Tehnici de documentare – comunicare, Managementul proiectelor.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă, videoproiector, calculator etc
5.2	De desfășurare a seminarului	Sală de seminar echipată cu tablă, videoproiector, calculator etc

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<i>Cunoașterea optimizării potențialului inovant al unei structuri, continuat e cu dezvoltarea unui demers global de management al unei inovații. Reflectarea asupra unei evoluții socio-economice contemporane și luarea în considerare a impactului asupra managementului organizațiilor, Formarea capacității de a genera idei noi, concepte noi și exploatarea strategică a acestora prin aplicații noi, Dezvoltarea unei mai bune înțelegeri a mizelor managementului în societatea inovației și creației și implicațiile sale dezvoltate din prisma orientărilor pedagogice.</i>
Competențe transversale	<i>Executarea sarcinilor profesionale conform cerințelor precizate și în termenele impuse, urmărind un plan de lucru prestabilit și sub îndrumare calificată Realizarea dezvoltării personale și profesionale, utilizând eficient resursele proprii și instrumentele moderne de studiu Comunicare profesională</i>

7. Obiectivele disciplinei

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea de competențe în domeniul Ingineriei Autovehiculelor prin însușirea de către studenți a noțiunilor managementul și marketingul inovației
7.2	Obiectivele specifice	Cunoașterea principiilor teoretice de elaborare a unui plan de marketing, Cunoașterea noțiunilor specifice de management organizațional.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Inovația. Definiții și tipologiile proiectelor inovante Strategia societății bazată pe inovație. Managementul inovației.	2	Prelegerea, Expunerea cu material suport,	Tabla, Texte, schițe, grafice, Videoproiector Filme didactice PC
2	Modelul matricial de management al inovației. Tipologia strategiilor într-o întreprindere	2	Explicația, Descriere și exemplificare,	
3	Marketingul. Concept. Evoluție. Situația marketingului proiectelor inovante	2	Conversația euristică,	
4	Marketingul strategic. Marketingul inovației. Probleme	8		

	majore. Răspunsuri marketing		Dezbateră, Studiu de caz.	
5	Marketingul inovației. Segmentarea. Diagnosticul. Marketingul inovației. Obiectivele segmentării	10		
6	Marketingul inovației. Planul de marketing. Marketingul inovației. Metode de segmentare	12		
7	Marketingul inovației. Comportamentul probabil al cumpărătorului. Identificarea problemelor majore ale marketingului	14		
TOTAL		14		

Bibliografie minimală:

Cursuri formare Ingineria Proiectelor de Automobile, Univ. Techn. de Compiègne, 2010, Managementul inovării, Edit. Transilvania Brașov, 2016
Losane, L., Innovation Culture – Determinant of Firms’ Sustainability. In: International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering Vol:7, No:10, 2013, p. 1483-1488
Note de curs 2020 - 2021.

8.2. Aplicații – seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Clasarea inovației: obiect, origine, intensitatea novatoare, efectul asupra pieței, etc.	2	Expunerea cu material suport Explicația Descriere și exemplificare Conversația euristică Dezbateră Studiu de caz Exercițiul Experimentul Învățare asistată de calculator	Tabla, Texte, schițe, grafice, Planșe, Machete, modele, standuri Materiale, instrumente, echipamente de laborator, Videoprojector Filme didactice PC, Acces internet, www, email
2	Clasarea strategiei: ofensive – defensive, poziția vizată pe piață	2		
3	Realizarea analizei nevoilor	2		
4	Cunoașterea principiilor de marketing strategic. Conceptul de marketing - mix	2		
5	Cunoașterea dificultăților și răspunsurile marketing. Conceptul de marketing operațional	2		
6	Realizarea segmentării tehnice și comportamentale	2		
7	Determinarea obiectivelor segmentării. Exemple de metode de segmentare de piață	2		
TOTAL		14		

Bibliografie minimală:

Cursuri formare Ingineria Proiectelor de Automobile, Univ. Techn. de Compiègne, 2010, Managementul inovării, Edit. Transilvania Brașov, 2016
Ades, C., et al, Implementing Open Innovation: The Case of Natura, IBM and Siemens. In: Journal of Technology Management & Innovation, vol.8, supl.1, Santiago, feb. 2013
Zaharia C., Note de seminar 2020 - 2021

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

Competențele dobândite în cadrul acestei discipline permit absolvenților să lucreze în domeniul ingineriei autovehiculelor bazându-se pe principiile teoretice de elaborare a planurilor de marketing și pe cunoașterea noțiunilor specifice de management organizațional.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Participare activă la curs, răspunsuri corecte la întrebări, interes pentru disciplină	Înregistrare săptămânală	10%
	Înțelegerea și aplicarea corectă a problematicei tratate, capacitatea de analiză și sinteză	Evaluare finală orală	50%
10.5 Laborator	Realizarea unor teme în echipe, participare la dezbateri	Susținere orală, frecvența și relevanța intervențiilor	20%
10.6 Tema de casă	Realizarea temelor asumate	Susținere orală	20%
10.7 Standard minim de performanță	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Cunoașterea posibilităților de promovare produs/serviciu ◆ Prezentarea/susținerea unei idei cu caracter inovativ din industria de automobile 		

Data completării
17.09.2020

Titular de curs
Cătălin Zaharia, s.l.

Titular de seminar
Cătălin Zaharia, s.l.

Data aprobării în Consiliul departamentului,
21.09.2020

Director de departament,
(prestator)
Helene Șuster, ș.l.

Director de departament,
(beneficiar),
Helene Șuster, ș.l.