

# FIȘA DISCIPLINEI

## MARKETINGUL PRODUSELOR HORTICOLE

2016 - 2017

### 1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Științe, Educație fizică și Informatică
1.3	Departamentul	<b>Ingineria Mediului și Științe Inginerești Aplicate</b>
1.4	Domeniul de studii	Horticultură
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studii / Calificarea	Horticultură / Inginer

### 2. Date despre disciplină

2.1		Denumirea disciplinei		Marketingul produselor horticole											
2.2		Titularul activităților de curs		Conf.univ.dr. Popescu Cristian											
2.3		Titularul activităților de seminar		Conf.univ.dr. Popescu Cristian											
2.4		Anul de studii	III	2.5		Semestrul	II	2.6		Tipul de evaluare	E	2.7		Regimul disciplinei	O

### 3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	3	3.2	din care curs	2	3.3	seminar/laborator	1
3.4	Total ore din planul de inv.	42	3.5	din care curs	28	3.6	seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp								ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutoriat								4
Examinări								6
Alte activități .....								
3.7	Total ore studiu individual	58						
3.8	<b>Total ore pe semestru</b>	<b>100</b>						
3.9	<b>Număr de credite</b>	<b>4</b>						

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

4.1	De curriculum	
4.2	De competențe	Competențe de bază acumulate la disciplinele: Managementul exploatațiilor horticole, Legumicultură, Pomicultură, Floricultură, Viticultură

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Sală dotată cu videoproector și ecran
5.2	De desfășurare a seminarului	Acces internet, videoproector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C2 Diagnosticarea și rezolvarea problemelor legate de organizarea și managementul fermelor horticole C3 Dezvoltarea unei filiere de producție horticolă C6 Asigurarea serviciilor de consultanță și extensie în horticultură
Competențe transversale	Nu e cazul

### 7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina are ca obiectiv general însușirea de către studenți a cunoștințelor de bază ale marketingului cu privire la cunoașterea pieței, promovarea produselor horticole și distribuția produselor horticole.
7.2 Obiectivele specifice	<p>Studentii:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- să cunoască noțiunile de bază privind conceptul, evoluția, funcțiile și domeniile marketingului.</li> <li>- să-și însușească cunoștințele privind structura și caracteristicile pieței horticole.</li> <li>- Să identifice și aplice metodele de cercetare de marketing agricol</li> <li>- să cunoască politicilor de marketing: strategii de piață, marketingul-mix (politica de produs, politica de preț, politica de distribuție și politica promoțională).</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Conceptul, evoluția, funcțiile, rolul și importanța marketingului – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
2	Conceptul de piață a produselor prin prisma marketingului – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
3	Caracteristicile pieței produselor horticoale. Factori limitanți ai marketingului agricol performant – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
4	Particularități ale marketingului agricol. Calitatea și competitivitatea pe piață a produselor horticoale, Conceptul de cerere și ofertă – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
5	Metode și tehnici cu aplicabilitate în agromarketing. Metode și tehnici de culegere a informațiilor – 4 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
6	Informația și cercetarea în agromarketing – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
7	Strategii de piață, Mixul de marketing – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
8	Strategii concurențiale – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
9	Politica de produs – 4 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
10	Politica de preț – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
11	Politica de distribuție – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
12	Politica de promovare – 2 ore	prelegerea dezbateră	Calculator, Videoproiector
<b>Bibliografie</b> Alec, Ioan Iulian, Marian Constantin. Marketing agricol. Editura Ceres, București, 2011. Chirau Aurel și colab. Marketing agroalimentar – teorie și practică. Ed. Orizonturi, București, 2002. Constantin Marian. Marketingul producției agroalimentare, Ed. Agro Tehnica, București, 2007. Croitoru Constantin. Marketingul produselor agricole. Ed. CERES, București, 2001. Diaconescu, M. Marketing agroalimentar, Editura Uranus, București, 2002. Diaconescu, M. Marketing, Editura Universitară, București, 2014. Dumitru Frone Florin. Marketingul producției agroalimentare, Editura AgroTehnica, București, 2009 Florin Foltean, Lucian Lădar (coordonatori). Marketing. Sinteze și aplicații, Editura Mirton, Timișoara, 2004 Merce E., I. Ivan. Managementul exploatației agricole, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2005. Oancea, Margareta. Managementul modern în unitățile agricole, Editura Ceres. București, 2003. Pet Elena. Marketing Agrar, Editura MARINEASA, Timisoara, 2004 *** Popescu Gheorghe Cristian, Note de curs (format printat & electronic), 2016.			
8.2. Aplicații – Seminar/laborator		Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Metode și tehnici cu aplicabilitate în agromarketing – studiu de caz – 2 ore	Exercițiul Lucrul în grup Dezbateră	Calculator, Videoproiector
2	Strategii de piață - studiu de caz – 2 ore	Exercițiul Lucrul în grup Dezbateră	Calculator, Videoproiector
3	Politica de produs - studiu de caz – 2 ore	Exercițiul Lucrul în grup Dezbateră	Calculator, Videoproiector
4	Politica de preț - studiu de caz – 2 ore	Exercițiul Lucrul în grup Dezbateră	Calculator, Videoproiector
5	Politica de distribuție - studiu de caz – 2 ore	Exercițiul Lucrul în grup Dezbateră	Calculator, Videoproiector
6	Politica de promovare - studiu de caz – 2 ore	Studiu de caz Lucrul în grup Dezbateră	Calculator, Videoproiector
<b>Bibliografie</b> Chirau Aurel și colab. Marketing agroalimentar – teorie și practică. Ed. Orizonturi, București, 2002. Constantin Marian. Marketingul producției agroalimentare, Ed. Agrotehnica, București, 2007. Florin Foltean, Lucian Lădar (coordonatori). Marketing. Sinteze și aplicații, Editura Mirton, Timișoara, 2004 Diaconescu, M. Marketing agroalimentar, Editura Uranus, București, 2002. Pet Elena. Marketing Agrar, Editura Marineasa, Timisoara, 2004 *** Popescu Gheorghe Cristian, Fise seminar – studii de caz (format printat & electronic), 2016.			

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

- Competențele dobândite la disciplină permit absolvenților să lucreze ca: consilier inginer horticola; expert inginer horticola; inspector de specialitate inginer horticola; cercetător în ecologie și protecția mediului; asistent de cercetare în ecologie și protecția mediului; cercetător în horticultură; inginer de cercetare în horticultură; asistent de cercetare în horticultură, etc.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezență Test verificare parțială Evaluare finală	Inregistrare prezență Lucrare scrisă Examen scris	10 % 30 % 40 %
10.5 Seminar	Verificarea unor noțiuni prezentate la activitatea de seminar Evaluarea proiectelor/referatelor	Examinare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță	Utilizarea unui limbaj științific specific disciplinei studiate. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei.  Nota minim 5 pentru testul de verificare parțială, activitatea de seminar și evaluarea finală. 1 punct acumulat la activitatea de seminar și 4 puncte acumulate la activitatea de curs. Rezolvarea în proporție de 50% a cerințelor de la lucrările de seminar și rezolvarea în proporție de 50% a cerințelor de la testul de verificare parțială și de la evaluarea finală.		

Data completării  
25 septembrie 2016

Titular de curs,  
Conf.univ.dr.ing.jr. Popescu Cristian

Titular de laborator,  
Conf.univ.dr.ing.jr. Popescu Cristian

Data aprobării în Consiliul departamentului,  
30 septembrie 2016

Director de departament,  
(prestator)  
Conf.univ.dr. Daniela Giosanu

Director de departament,  
(beneficiar),  
Conf.univ.dr. D. Giosanu