



## FIȘA DISCIPLINEI

### *Prospectarea inteligentă a pieței sportului, anul universitar 2025-2026*

#### 1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea Națională de Știință și Tehnologie Politehnica București, Centrul Universitar Pitești
1.2	Facultatea	Științe, Educație Fizică și Informatică
1.3	Departamentul	Educație Fizică și Sport
1.4	Domeniul de studii	Știința Sportului și a Educației Fizice
1.5	Ciclul de studii	Master
1.6	Programul de studiu / calificarea	OCS/ Profesor de educație fizică și sport în învățământul secundar

#### 2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
2.1	Denumirea disciplinei					Prospectarea inteligenta a pietei sportului					
2.2	Titularul activitatilor de curs										
2.3	Titularul activitatilor de seminar / laborator										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	III	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	Op.

#### 3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S	28
<b>Distribuția fondului de timp alocat studiului individual</b>								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								14
Tutorat								7
Examinări								20
Alte activități .....								
3.7	Total ore studiu individual	69						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

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

4.1	de curriculum	Nu este cazul
4.2	de rezultate ale învățării	Nu este cazul

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

5.1	De desfășurare a cursului	dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă colorată / marker
5.2	De desfășurare a laboratorului	dotarea sălii de curs cu tablă / flipchart și cretă colorată / marker.

#### 6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptele fundamentale și strategiile avansate de marketing sportiv, cu scopul de a dezvolta competențe necesare pentru promovarea eficientă a structurilor sportive, evenimentelor și produselor asociate.
6.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>a. Obiective cognitive:<ul style="list-style-type: none"><li>Înțelegerea conceptelor fundamentale de marketing sportiv și aplicarea acestora în contexte reale.</li><li>Cunoașterea principiilor de elaborare a strategiilor de marketing în sport.</li><li>Analizarea pieței sportive și identificarea oportunităților de promovare.</li></ul></li><li>b. Obiective procedurale:<ul style="list-style-type: none"><li>Dezvoltarea abilității de a proiecta campanii de marketing adaptate specificului sportiv.</li><li>Aplicarea metodelor de cercetare de piață în sport pentru a identifica nevoile consumatorilor.</li><li>Crearea și implementarea unui plan de marketing pentru structuri sportive sau evenimente.</li></ul></li><li>c. Obiective atitudinale:<ul style="list-style-type: none"><li>Promovarea unei abordări etice și responsabile în activitățile de marketing sportiv.</li><li>Cultivarea creativității și inovării în elaborarea strategiilor de promovare.</li></ul></li></ul>



- Încurajarea colaborării și comunicării eficiente în echipe multidisciplinare.

#### 7. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>• CP.1. Aplică strategii de predare</li><li>• CP.6. Menține legătura cu personalul educațional</li><li>• CP.10. Gestionează relațiile studenților</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>• CT1. Își asumă responsabilitatea .</li><li>• CT2. Gândește analitic.</li></ul>

#### 8. Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"><li>• Înțelege și aplică strategii de predare utilizate în domeniul EFS</li><li>• Identifică cele mai bune practici pentru integrarea educației fizice în cadrul curriculumului general al instituțiilor de învățământ.</li><li>• Familiarizarea cu tehnicile de leadership educațional pentru coordonarea echipelor de elevi/sportivi în activitățile sportive și academice.</li></ul>
Aptitudini	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea și implementarea metodelor didactice active și interactive utilizate în procesul de predare a educației fizice și sportului.</li><li>• Dezvoltarea capacității de a comunica eficient și de a colabora cu profesorii, antrenorii și alți specialiști din domeniul educației fizice și sportului.</li><li>• Dezvoltarea capacității de a interacționa pozitiv cu elevii/sportivii, utilizând metode de comunicare clară, empatică și motivațională.</li></ul>
Responsabilitate și autonomie	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adaptarea strategiilor de predare la diversitatea grupului și la cerințele individuale ale acestora.</li><li>• Adaptarea la schimbările din sistemul educațional prin menținerea unui dialog constant cu specialiștii din domeniu.</li><li>• Promovarea unei abordări proactive în gestionarea relațiilor elevilor/sportivilor, prin feedback constructiv și activități de mentorat.</li></ul>

#### 9. Conținuturi

9.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Introducere în prospectarea pieței sportului – Definiție, obiective și metode de analiză a pieței.	2	Expunere cu material suport, explicație, exemplificare, utilizarea studiilor de caz pentru demonstrarea teoriei.	Analiza unor exemple din organizațiile sportive internaționale.  Accent pe identificarea dezechilibrelor pieței muncii în sport. Exemplu de caz: Salariile jucătorilor de fotbal din Europa vs. SUA.
2	Metode moderne de cercetare a pieței sportive – Sondaje, focus grupuri, analiză de date și inteligență artificială.	2		
3	Comportamentul consumatorului de produse și servicii sportive – Factori de influență și tendințe de consum.	2		
4	Segmentarea pieței în industria sportului – Criterii de segmentare și poziționare strategică.	2	Prezentare teoretică, utilizarea graficelor pentru analiza salariilor în sport, studii comparative între organizațiile sportive din România și alte țări.	
5	Tendențe globale în piața sportului – Factori economici, sociali și tehnologici care influențează industria sportului.	2		



6	Sponsorizări și parteneriate în sport – Analiza pieței sponsorilor și strategiile de colaborare.	2	Expunere teoretică, brainstorming pe obiectivele organizațiilor sportive, identificarea funcțiilor de bază ale resurselor umane.	Dezvoltarea unui plan de resurse umane pentru un club sportiv.
7	Marketing digital și impactul tehnologiei în sport – Social media, inteligență artificială și analiza datelor în sport.	2		
8	Strategii de branding în sport – Construirea imaginii cluburilor, sportivilor și evenimentelor.	2		
9	Analiza concurenței în industria sportului – Studii de caz și benchmarking în sport.	2	Prezentare teoretică, exerciții practice de simulare a planificării resurselor umane, scenarii și prognoze.	Studiu de caz: Planificarea resurselor pentru organizarea unui eveniment sportiv major.
10	Evoluția pieței sportului la nivel național și internațional – Factori de influență și dinamici competitive.	2		
11	Big Data și analize predictive în sport – Utilizarea datelor pentru luarea deciziilor strategice.	2		
12	Impactul economic al pieței sportului – Cum influențează sportul economia locală și globală.	2		
13	Etica în prospectarea pieței sportive – Probleme privind protecția datelor, fair-play financiar și echitate în accesul la resurse.	2		
14	Viitorul pieței sportului – Proiecții și scenarii privind industria sportivă în următorii 10 ani.	2		

#### Bibliografie

1. Cireș, V. (2020). Formarea profesională continuă a specialiștilor din domeniul cultură fizică și sport: necesități și oportunități. In Sport. Olimpism. Sănătate (pp. 117-122).
2. CROITORU ORCID, I. M., Spiridon, C. A., & Bratiloveanu, F. I. (2023). PROSPECTS REGARDING THE DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AT EUROPEAN LEVEL. BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE LAST 6 YEARS. Annales Universitatis Apulensis-Series Oeconomica, 25(1).
3. Dees, W., Walsh, P., McEvoy, C. D., McKelvey, S., Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2022). Sport marketing. Human Kinetics.
4. Fullerton, S. (2021). Sports marketing. SAGE Publications.
5. Gheorghe, C. D., & Muntean, R. I. (2024). Exploring Scientific Management in County Departments of Sports and Youth (CDSY) in Romania: Insights, Challenges, and Pathways Forward. Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala, 16(2), 300-324.
6. Guțu, E. (2021). Procesul managerial în organizațiile sportive. In Dezvoltarea Armatei Naționale în contextul aprofundării reformelor democratice (pp. 194-199).
7. Hoyer, R., ACT Smith, M. Nicholson, and B. Stewart (2015) Sport management: principles and applications. Routledge, New York.
8. Iancu, D., Panagoret, I., Iancu, F., & Grigore, L. (2019). The approach of sports organizations from the perspective of managerial functions. LUMEN Proceedings, 8, 270-281.
9. Jones GJ, MB Edwards, JN Bocarro, PG Svensson and K Misener (2020) A community capacity building approach to sport-based youth development. Sport Management Review 23(4), 563–575.
10. Karg, A., & Funk, D. (2020). Strategic sport marketing. Routledge.
11. Reaboi, N., Federiuc, V., & Stoțchi, L. (2020). Eficientizarea activității manageriale în instituțiile cu profil sportiv. In Sport. Olimpism. Sănătate (pp. 389-395).



12. Stefanica, V., Joksimović, M., Ceylan, H. İ., & Raul Ioan, M. (2024). Navigating the path to management: insights into sport manager selection and diversity strategies in Romania. Cogent Social Sciences, 10(1), 2436550.
13. Ștefănică, V., Ursu, V. E., Groza, G. G., Muntean, R. I., Dragoș, G. C., & Roșu, D. (2024). Exploring Entrepreneurial Attitudes among Sports Domain Students: A Comparative Analysis of Transition Perspectives and Challenges.
14. ȘTEFĂNICĂ, V. (2022). Comparative study carried out between the private and state management style of the Romanian sports sector. Ovidius University Annals, Series Physical Education & Sport/Science, Movement & Health, 22.
15. Stefanica, V (2023) Marketing in sport, Editura Universitaria, Craiova
16. Stefanica, V. (2020) Antreprenoriat in sport- solutie pentru fostii sportivi de performanta, Editura Universitatea din Pitesti, Pitesti
17. Stefanica Valentina (2024) Note de curs , Universitatea POLITEHNICA Bucuresti

9.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Metode de colectare și analiză a datelor despre consumatorii de sport – Aplicații practice și instrumente digitale.	2	Prezentare generală, dezbateri.	Contextualizarea domeniului.
2	Studii de caz: Comportamentul fanilor echipelor de top – Analiză de piață și strategii de fidelizare.	2	Studiu de caz, lucrări în echipă.	Exerciții de interpretare a datelor.
3	Workshop: Construirea unui profil de consumator sportiv – Tehnici de segmentare și targetare.	2	Simulare, brainstorming.	Crearea unui plan operațional.
4	Analiza datelor din rețelele sociale în sport – Cum influențează engagement-ul digital strategia de marketing.	2	Joc de rol, studiu de caz.	Dezvoltarea de procese eficiente.
5	Strategii de pricing în industria sportivă – Cum se stabilesc prețurile biletelor, abonamentelor și produselor sportive.	2	Discuții dirijate, exemple reale.	Evaluarea strategiilor de motivare.
6	Evaluarea impactului economic al unui eveniment sportiv – Metode și indicatori de măsurare.	2	Simulare, lucru în echipă.	Tehnici de rezolvare a conflictelor.
7	Studiu de caz: Sponsorizarea cluburilor de fotbal vs. sporturi mai puțin populare – Strategii și provocări.	2	Prezentare, exerciții aplicative.	Elaborarea unui plan de carieră.
8	Crearea unei strategii de marketing pentru un brand sportiv emergent – Simulare practică.	2	Jocuri de rol, exerciții practice.	Analiza proceselor de comunicare.
9	Explorarea pieței echipamentelor sportive – Factori cheie și tendințe de consum.	2	Prezentare, aplicații software.	Introducerea unor platforme digitale.
10	Analiza competiției între cluburi sportive – Factori de diferențiere și poziționare pe piață.	2	Exerciții aplicative.	Crearea unui sistem personalizat.
11	Evaluarea impactului transmisiunilor sportive asupra pieței media – Drepturi TV și monetizare.	2	Studiu de caz, dezbateri.	Analiza dilemelor etice.
			Activitate practică.	Crearea unui ghid pentru organizații.
			Discuții interactive, studii.	Identificarea factorilor de retenție.
			Prezentări individuale, feedback structurat.	Analiza proiectelor și feedback structurat.



12	Cercetare de piață aplicată în sportul de masă vs. sportul de performanță – Diferențe și similarități.	2		
13	Inovații tehnologice și influența acestora asupra pieței sportului – Wearables, e-sports și antrenament digitalizat.	2		
14	Simulare: Elaborarea unui plan de prospectare a pieței pentru o echipă sau un eveniment sportiv – Aplicație practică.	2		

#### Bibliografie

1. Cireș, V. (2020). Formarea profesională continuă a specialiștilor din domeniul cultură fizică și sport: necesități și oportunități. In Sport. Olimpism. Sănătate (pp. 117-122).
2. CROITORU ORCID, I. M., Spiridon, C. A., & Bratiloveanu, F. I. (2023). PROSPECTS REGARDING THE DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AT EUROPEAN LEVEL. BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE LAST 6 YEARS. Annales Universitatis Apulensis-Series Oeconomica, 25(1).
3. Dees, W., Walsh, P., McEvoy, C. D., McKelvey, S., Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2022). Sport marketing. Human Kinetics.
4. Fullerton, S. (2021). Sports marketing. SAGE Publications.
5. Gheorghe, C. D., & Muntean, R. I. (2024). Exploring Scientific Management in County Departments of Sports and Youth (CDSY) in Romania: Insights, Challenges, and Pathways Forward. Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala, 16(2), 300-324.
6. Guțu, E. (2021). Procesul managerial în organizațiile sportive. In Dezvoltarea Armatei Naționale în contextul aprofundării reformelor democratice (pp. 194-199).
7. Hoye R, ACT Smith, M Nicholson and B Stewart (2015) Sport management: principles and applications. Routledge, New York.
8. Iancu, D., Panagoret, I., Iancu, F., & Grigore, L. (2019). The approach of sports organizations from the perspective of managerial functions. LUMEN Proceedings, 8, 270-281.
9. Jones GJ, MB Edwards, JN Bocarro, PG Svensson and K Misener (2020) A community capacity building approach to sport-based youth development. Sport Management Review 23(4), 563–575.
10. Karg, A., & Funk, D. (2020). Strategic sport marketing. Routledge.
11. Reaboi, N., Federiuc, V., & Stoțchi, L. (2020). Eficientizarea activității manageriale în instituțiile cu profil sportiv. In Sport. Olimpism. Sănătate (pp. 389-395).
12. Stefanica, V., Joksimović, M., Ceylan, H. İ., & Raul Ioan, M. (2024). Navigating the path to management: insights into sport manager selection and diversity strategies in Romania. Cogent Social Sciences, 10(1), 2436550.
13. Ștefănică, V., Ursu, V. E., Groza, G. G., Muntean, R. I., Dragoș, G. C., & Roșu, D. (2024). Exploring Entrepreneurial Attitudes among Sports Domain Students: A Comparative Analysis of Transition Perspectives and Challenges.
14. ȘTEFĂNICĂ, V. (2022). Comparative study carried out between the private and state management style of the Romanian sports sector. Ovidius University Annals, Series Physical Education & Sport/Science, Movement & Health, 22.
15. Stefanica, V (2023) Marketing in sport, Editura Universitaria, Craiova
16. Stefanica, V. (2020) Antreprenoriat in sport- solutie pentru fostii sportivi de performanta, Editura Universitatea din Pitesti, Pitesti
17. Stefanica Valentina (2024) Note de curs , Universitatea POLITEHNICA Bucuresti

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

Conținuturile disciplinei Prospectarea inteligenta a pieței sportului sunt aliniate cu cerințele actuale și așteptările reprezentanților comunității academice, profesionale și ale angajatorilor din domeniul sportiv, astfel:

Relevanță academică: Conținuturile disciplinei sunt fundamentate pe cele mai recente cercetări și publicații din domeniul marketingului sportiv, oferind o pregătire academică riguroasă și actuală.

Corelare cu cerințele pieței: Disciplina oferă competențe esențiale pentru dezvoltarea și implementarea campaniilor de marketing adaptate specificului sportiv, competențe solicitate de organizațiile sportive și agențiile de marketing.

Focus pe tehnologie și inovație: Disciplinele și seminariile includ utilizarea tehnologiilor moderne, cum ar fi social media, marketing digital și analize de date, pentru a răspunde cerințelor pieței globale.



Universitatea Națională de Știință și Tehnologie Politehnica București  
Centrul Universitar Pitești  
Facultatea de Științe, Educație Fizică și Informatică



Etică și responsabilitate socială: Temele abordate promovează o abordare etică și responsabilă a marketingului sportiv, în conformitate cu valorile și așteptările comunității sportive.  
Adaptabilitate globală: Studenții sunt pregătiți să gestioneze strategii de marketing sportiv atât pe plan local, cât și pe piețe internaționale, reflectând nevoile angajatorilor dintr-o industrie globalizată.  
Dezvoltare profesională: Prin activitățile practice și proiectele propuse, disciplina contribuie la dezvoltarea competențelor necesare pentru o carieră de succes în marketingul sportiv.

#### 11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare	11.3 Puncte pe activitate
11.4 Curs	-obținerea unei note cât mai mare la examen	-examen scris	50
11.5 Seminar / Laborator / Tema de casă Prezență	-realizarea proiectului cu o notă de originalitate -participarea activă la seminar	-evaluări periodice -activitate seminar	30 20

#### 11.6. Condiții de promovare

Punctajul minim pentru promovarea disciplinei este de 50 puncte. Punctajul total se transformă în notă întreagă prin împărțire la 10 și rotunjire. Studentul trebuie să participe la evaluarea finală, în regim față în față, fără impunerea unui punctaj minim la evaluarea finală.

Data completării  
...30.09.2024....

Titular de curs,

Titular de seminar / laborator,

Data aprobării în Consiliul departamentului,  
.....30.09.2024.....

Director de departament,  
(prestator)  
Mihăilescu Liviu

Director de departament,  
(beneficiar),  
Mihăilescu Liviu

Data aprobării în Consiliul FSEFI,  
....30.09.2024.....

Decan FSEFI,  
Conf.univ.dr. Julien Leonard FLEANCU