

FIȘA DISCIPLINEI

Managementul și Marketingul Inovației, 2019 - 2020

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 Automobilor

2. Date despre disciplină

2. Date despre disciplina											
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								8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								3
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								4
Tutoriat								-
Examinări								3
Alte activități								-
3.7	Total ore studiu individual	18						
3.8	Total ore pe semestru (=3.4+3.7)	46						
3.9	Număr de credite alocate disciplinei	4						

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	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.
Competențe transversale	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

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 cumparatorului. Identificarea problemelor majore ale marketingului	14		
TOTAL		14		
<i>Cursuri formare Ingineria Proiectelor de Automobile, Univ. Techn. de Compiègne, 2010, Note de curs 2019 - 2020.</i>				

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, Videoproiector 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: <i>Cursuri formare Ingineria Proiectelor de Automobile, Univ. Techn. de Compiègne, 2010, Zaharia C., Note de seminar 2019 - 2020</i>				

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%
	Întelegerea și aplicarea corectă a problematicei tratate, capacitatea de analiză și sinteză	Evaluare finală scrisă	50%
10.5 Laborator	Realizarea unor teme în echipe, participare la dezbateri	Sustinere orală, frecvența și pertinenta intervențiilor	20%
10.6 Tema de casă	Realizarea temelor asumate	Sustinere orală	20%
10.7 Standard minim de performanță	♦ Cunoașterea posibilităților de promovare produs/serviciu ♦ Prezentarea/susținerea unei idei cu caracter inovativ din industria de automobile		

Data completării
16.09.2019

Titular de curs
Cătălin Zaharia, s.l.

Titular de seminar
Cătălin Zaharia, s.l.

Data aprobării în Consiliul departamentului,
18.09.2019

Director de departament,
(prestator)
Adrian Clenci, prof.

Director de departament,
(beneficiar),
Adrian Clenci, prof.