

## FI A DISCIPLINEI

Management i Marketing  
2019-2020

## 1. Date despre program

1.1	Institu ia de înv mânt superior	Universitatea din Pite ti
1.2	Facultatea	Electronic , Comunica ii și Calculatoare
1.3	Departamentul	Electronic , Calculatoare i Inginerie Electric
1.4	Domeniul de studii	Inginerie Electric
1.5	Ciclul de studii	Licen
1.6	Programul de studiu / calificarea	Electromecanic / Inginer Electromecanic
1.7	Forma de înv mânt	Licenț

## 2. Date despre disciplin

2.1	Denumirea disciplinei					Management i Marketing					
2.2	Titularul disciplin (coordonator disciplin )					Prof.univ.dr Mihaela Diaconu					
2.3	Titularul activit ilor de seminar					Prof.univ.dr Mihaela Diaconu					
2.4	Anul de studii	IV	2.5	Semestrul	II	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

## 3. Timpul total estimat

3.1	Num r ore pe s pt mân	2	3.2	Din care curs	1	3.3	Seminar	1
3.4	Total ore din planul de înv.	28	3.5	Din care curs.	14	3.6	Seminar	14
<b>Distribu ia fondului de timp alocat studiului individual</b>								ore
Studiu dup manual, suport de curs, bibliografie i noti e								9
Documentare suplimentar în bibliotec , pe platformele electronice de specialitate i pe teren								-
Preg tire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								9
Tutorat								
Examin ri								2
Alte activit i (exemplu: comunicarea bidirec ional cu titularul de disciplin )								
3.7	Total ore studiu individual	20						
3.8	Total ore pe semestru	48						
3.9	Num r de credite	2						

## 4. Precondi ii (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cuno tinte de economie general ,statistic și prelucrare de date,legisla ie economico-industrial .
4.2	De competen e	Competen e legate de capacitatea de analiz , sintez , creativitate, lucru in echip

## 5. Condi ii (acolo unde este cazul)

5.1	De desf urare a cursului	Sala de curs dotat cu videoproiector
5.2	De desf urare a seminarului	Sala de seminar

## 6. Competen e specifice vizate

Competen e profesionale	
Competen e transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>CT1 Identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, condi iilor de finalizare a acestora, etapelor de lucru, timpilor de lucru, termenelor de realizare aferente si riscurilor aferente (0.5 p.c.)</li> <li>CT2 Identificarea rolurilor si responsabilitatilor într-o echipa pluridisciplinara si aplicarea de tehnici de relationare si munca eficienta în cadrul echipei (1 p.c.)</li> <li>CT3 Utilizarea eficienta a surselor informationale si a resurselor de comunicare si formare profesionala asistata (portaluri Internet, aplicatii software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.) atât in limba romana cat si intr-o limba de circulatie internationala (0.5 p.c.)</li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studen ilor cu conceptul de management i marketing
---------------------------------------	---

7.2 Obiectivele specifice	<u>A. Obiective cognitive</u>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Înșușirea și înțelegerea importanței culturii organizaționale în asigurarea unei dezvoltări durabile a activității organizației</li> <li>▪ Înșușirea cunoștințelor referitoare la modul de organizare și funcționare a unei organizații</li> <li>▪ Cunoașterea și înțelegerea particularităților tipurilor de manageri și a stilurilor manageriale</li> <li>▪ Cunoașterea și înțelegerea procesului decizional într-o organizație</li> <li>▪ Înțelegerea sistemului informațional managerial și a comunicării manageriale</li> <li>▪ Cunoașterea și înțelegerea rolului marketingului în cadrul organizației și a modului de operaționalizare într-o piață concurențială</li> </ul>
	<u>B. Obiective procedurale</u>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Înțelegerea modului de organizare și funcționare a unei structuri organizaționale de tip întreprindere</li> <li>▪ Identificarea și înțelegerea rolurilor și responsabilităților în cadrul echipei de lucru</li> <li>▪ Aplicarea tehnicilor de relaționare în cadrul echipei</li> <li>▪ Identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor și condițiilor de îndeplinire a acestora</li> <li>▪ Identificarea riscurilor aferente activităților necesare pentru îndeplinirea obiectivelor planificate</li> <li>▪ Identificarea și aplicarea instrumentelor de marketing pentru atingerea obiectivelor organizației</li> </ul>
	<u>C. Obiective atitudinale</u>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacitatea de a lucra în echipă</li> <li>▪ Capacitatea de a utiliza eficient sursele informaționale aferente culturii organizaționale</li> <li>▪ Capacitatea de a respecta termenele de realizare a obiectivelor, de a gestiona bine timpul de lucru</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. CURS		Nr. ore	Metode de lucru	Observații Resurse folosite
1.	Fundamentele managementului	4	Prelegere,dezbateri	videoproiector
2.	Metode de management	2	Prelegere,dezbateri	videoproiector
3.	Tipuri de organizații ;Structura organizatorică a întreprinderii	2	Prelegere,dezbateri	videoproiector
4.	Cultura organizațională -concept, caracteristici	2		
5.	Procesul decizional în întreprindere	2	Prelegere,dezbateri	videoproiector
6.	Marketing- concept și funcții	4	Prelegere,dezbateri	videoproiector
7.	Mediul de marketing al organizației	2	Prelegere,dezbateri	videoproiector
8.	Strategia de marketing, componentă a strategiei de dezvoltare organizațională	2		
9.	Studiul pieței;segmentare, poziționare	2	Prelegere,dezbateri	videoproiector
10.	Marketingul operațional:concept și componente	4	Prelegere,dezbateri	videoproiector
11.	Test verificare cunoștințe	2		
Bibliografie 1. Mihaela Diaconu -Note de curs 2. <b>Mihaela Diaconu</b> - <i>Strategii și politici comerciale în turism și industria ospitalității</i> , Editura Universității din Pitești,2015 e-ISBN: 978-606-560-446-9, 2015, 3. Gheorghe Meghian, Tudor Nistorescu, Liviu Craciun,Mihaela Diaconu - <i>Marketing</i> , Editura Universitaria, Craiova, 2009 4. Mihaela Diaconu, Cristina Micu- <i>Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii</i> , Editura Universității din Pitești, 2010 5. Mihaela Diaconu- Tehnici de diagnosticare și evaluare a afacerii, Editura Universitaria, Craiova,2013 6. Dumitru Constantinescu (coord)- Management, funcții, structuri, procese, Editura Universitaria Craiova,2008 7. Tanău, A.D. Managementul strategic – de la teorie la practică, Editura C.H. Beck,2012 8. Jim Blythe –Esențialul în marketing, RENTROP&Straton, 2001 9. Kotler, P., Managementul marketingului, Editura Teora, București, 2008				
8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Organigrama-concept, forme de prezentare, caracteristici	2	exercițiu	
2	Misiune, viziune, valori, sistemul de management al organizației	2	exercițiu, lucrul în echipă	

3	Instrumente manageriale in managementul organizational- studiu de caz	2	exercitiu, lucrul in echip	
4	Strategia organizației si intraprenoriat- studiu de caz	2	studiu de caz, lucrul in echip	
5	Strategia de marketing- studii de caz	4	studiu de caz, lucrul in echip	
6	Prezentarea portofoliului de lucrari aplicative	2	conversația	Portofoliul de lucrari aplicative

## Bibliografie

- 1.Gheorghe Meghi an, Tudor Nistorescu, Liviu Craciun, Mihaela Diaconu -Marketing, Editura Universitaria, Craiova, 2009
- 2.Mihaela Diaconu, Cristina Micu- Administrarea intreprinderii de comert, turism, servicii, Editura Universității din Pitești, 2010
- 3.Mihaela Diaconu- Tehnici de diagnosticare și evaluare a afacerii, Editura Universitaria, Craiova, 2013
- 4.Dumitru Constantinescu (coord)- Management, funcții, structuri, procese, Editura Universitaria Craiova, 2008
5. Tanu, A.D. Managementul strategic – de la teorie la practic , Editura C.H. Beck, 2012
- 6.Jim Blythe –Esențialul in marketing, RENTROP&Straton, 2001
- 7.Kotler, P., Managementul marketingului, Editura Teora, București, 2008

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

Conținutul disciplinei a fost stabilit pe baza consultării membrilor Asociației Oamenilor de Afaceri în cadrul workshop-urilor organizate în cadrul proiectelor derulate cu tematică legată de pregătirea practică de specialitate a studenților.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota final
10.4 Curs	Evaluare finală	test final	10%
10.5 Seminar	Rezolvarea studiilor de caz  Portofoliu de lucrari aplicative: organigrama, formularea viziunii, misiunii și valorilor unei organizații; strategia de marketing a organizației sau cercetarea pieței unui produs	Studii de caz rezolvate  Evaluarea concepției și prezentării portofoliului de lucrari aplicative	30%  60%
10.6 Standard minim de performanță	nota min 5 la testul final rezolvarea a min 1 studiu de caz realizarea a doua componente din portofoliul de lucrari aplicative		

Data completării  
17.09.2019

Titular disciplină,  
prof univ dr Mihaela Diaconu

Titular de seminar,  
prof univ dr Mihaela Diaconu

Data aprobării în Consiliul departamentului,  
19.09.2019

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

Director de departament,  
(beneficiar),  
Prof. dr.ing. Gheorghe SERBAN