

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2023-2024

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Facultatea de Inginerie
1.3. Departament	Departamentul de Calculatoare și Inginerie Electrică
1.4. Domeniul de studiu	Calculatoare și Tehnologia Informației
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	TEHNOLOGIA INFORMAȚIEI

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing industrial	Cod	FING.CIE.TI.L.CA.6.2 000.C-2.9		
2.2. Titular activități de curs	ș.l. dr. ing. Gina-Maria MORARU				
2.3. Titular activități practice	Ș.l.dr.ing. Gina-Maria MORARU				
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	6	2.6. Tipul de evaluare ⁴	C
2.7. Regimul disciplinei ⁵	A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	C		

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	-	-	-	-	2
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	-	-	-	-	28
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. 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 și eseuri					2
Tutoriat ⁹					7
Examinări ¹⁰					2
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)					22
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					28
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)					50
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite¹³					2

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Teoria probabilităților și statistică matematică
4.2. Competențe	Competențe de operare pe calculator (minimal: Microsoft Office, browsere de Internet)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> • Existența conexiunii la internet, a unei săli cu videoproiector și a calculatoarelor conectate la classroom și meet • Lectura suportului de curs • Participare activă
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	Nu este cazul.

6. Competențe specifice acumulate¹⁷

		Număr de credite alocat disciplinei ¹⁸	2	Repartizare credite pe competențe ¹⁹
6.1. Competențe profesionale	CP1	Operarea cu fundamente științifice, ingineresti și ale informaticii		1
	CP2	Proiectarea componentelor hardware, software și de comunicații		
	CP3	Soluționarea problemelor folosind instrumentele științei și ingineriei calculatoarelor		0,25
	CP4	Proiectarea și integrarea sistemelor informatice utilizând tehnologii și medii de programare		
	CP5	Întreținerea și exploatarea sistemelor hardware, software și de comunicații		
	CP6	Utilizarea sistemelor inteligente		
6.2. Competențe transversale	CT1	Comportarea onorabilă, responsabilă, etică, în spiritul legii pentru a asigura reputația profesiei		0,25
	CT2	Identificarea, descrierea și derularea proceselor din managementul proiectelor, cu preluarea diferitelor roluri în echipa și descrierea clară și concisă, verbal și în scris, în limba română și într-o limbă de circulație internațională, a rezultatelor din domeniul de activitate		0,25
	CT3	Demonstrarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru actualizarea cunoștințelor profesionale, economice și de cultură organizațională		0,25

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Studentii trebuie să-și însușească elementele fundamentale ale marketingului general și industrial și să fie capabili să le aplice în domeniul lor de activitate.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Studentii trebuie să deprindă modalități concrete prin intermediul cărora pot analiza și urmări elementele mediului organizațional și comportamentul consumatorului. • Cursanții vor învăța etapele pe care trebuie să le parcurgă într-o cercetare de marketing și într-o planificare strategică. • Studentii vor deprinde liniile generale de elaborare a unui mix de marketing, ținând cont de cele patru elemente fundamentale ale acestuia (produs, preț, promovare, plasament). • Un obiectiv esențial este conștientizarea modului de creștere exponențială a creativității individuale și a rezultatelor de marketing ale unei organizații, prin adoptarea metodelor și tehnicilor specifice concepției în grup a produselor,

	reclamelor, brandurilor, strategiilor de preț etc.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs ²⁰		Metode de predare ²¹	Nr. ore
Curs 1	Marketingul industrial și conceptul de marketing	Prelegere, discuții, filme	2
Curs 2	Mediul marketingului	Prelegere, discuții	2
Curs 3	Motivație, percepție și luarea deciziei de cumpărare pe piața industrială	Philips 66	2
Curs 4	Cercetarea de marketing cantitativă și calitativă; chestionarul, interviul	Brainstorming, aplicații	2
Curs 5	Cercetarea de marketing – prelucrarea datelor	Prelegere, probleme	2
Curs 6	Planificarea strategică de marketing	Prelegere, discuții	2
Curs 7	Piața industrială – caracteristici și dimensiuni	Prelegere, probleme	2
Curs 8	Construirea matricii BCG, a grilei produs-piață	Probleme	2
Curs 9	Mixul de marketing	Brainstorming	2
Curs 10	Produsul	Brainstorming, focus grup	2
Curs 11	Prețul	Brainstorming, aplicații	2
Curs 12	Promovarea	Brainstorming, aplicații	2
Curs 13	Distribuția	Brainstorming, aplicații	2
Curs 14	Marketingul pe internet	Brainstorming, aplicații	2
Total ore curs:			28

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Moraru, G.M. – “Marketing. Studii de caz și aplicații” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2003
	Moraru, G.M. – “Marketing industrial” – materiale de curs și seminar distribuite studenților pe suport informatic
	Florescu, C. (coordonator) ș.a. – “Marketing” – Marketer, Grup Academic de Marketing și Management, București, 1992
	Moraru, G.M. – “Managementul marketingului – abordări moderne” – Editura Universității “Lucian Blaga” Sibiu, 2013
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Anghel, L. ș.a. – “Aplicații în marketing” – Editura Expert, București, 1999
	Bruhn, M. – “Marketing. Noțiuni de bază pentru studiu și practică” – Editura Economică, București, 1999
	Kotler, P. ș.a. – “Principiile marketingului” – Editura Teora, 1998
	Kotler, P. ș.a. – “Managementul marketingului” – Editura Teora, 1997

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²²

- Înțelegerea mediului de afaceri
- Dobândirea aptitudinilor de comunicare în mediul industrial
- Capacități înalte de relaționare cu clienții

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²³
11.4a Examen / Colocviu	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea) 	Teste pe parcurs ²⁴ :	0%	100%	CEF
		Teme de casă:	15%		
		Alte activități ²⁵ :	5%		
		Evaluare finală:	80%		
11.4b Seminar	<ul style="list-style-type: none"> Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor 	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		Nu este prevăzut seminar	N/A
11.4c Laborator	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate 	<ul style="list-style-type: none"> Chestionar scris Răspuns oral Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. Demonstrație practică 		Nu este prevăzut laborator	N/A
11.4d Proiect	<ul style="list-style-type: none"> Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese 	<ul style="list-style-type: none"> Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului Evaluarea critică a unui proiect 		Nu este prevăzut proiect	N/A
11.5 Standard minim de performanță ²⁶					50%

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: 14.09.2023

Data avizării în Departament: 15.09.2023

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	ș.l. dr. ing. Gina-Maria MORARU	
Responsabil program de studii	conf. dr. mat. Radu George CREȚULESCU	
Director Departament	prof. dr. ing. Daniel VOLOVICI	
Decan	prof. dr. ing. Maria VINȚAN	

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr. credite} = \frac{\text{NOCpSpD} \times C_C + \text{NOApSpD} \times C_A}{\text{TOCpSdP} \times C_C + \text{TOApSdP} \times C_A} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSdP = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSdP = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți	Curs	Aplicații (S/L/P)
Licență	2	1
Master	2,5	1,5
Licență lb. străină	2,5	1,25

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Competențele din Grilele aferente descrierii programului de studii, adaptate la specificul disciplinei

¹⁸ Din planul de învățământ

¹⁹ Creditele alocate disciplinei se distribuie pe competențe profesionale și transversale în funcție de specificul disciplinei

²⁰ Titluri de capitole și paragrafe

²¹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

²² Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²³ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁴ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁵ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁶ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.