

## FIȘA DISCIPLINEI <sup>1</sup>

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Politehnica” din Timișoara
1.2 Facultatea / Departamentul)	Științe ale Comunicării / Management
1.3 Catedra	
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării (40 30 10 60)
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și Relații Publice (40 30 10 60 20)

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Noțiuni de management și marketing</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.ing. ec. Matei Tămășilă						
2.3 Titularul activităților de seminar	As. dr. ec. Andra Diaconescu						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei	DC

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:3.2 curs	2	3.3 seminar/ laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care:3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
3.7. Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					2
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					0
Examinări					3
Alte activități					-
Total ore studiu individual					19
3.8 Total ore pe semestru	75				
3.9 Numărul de credite	3				

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

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

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

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală mare, Materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Sala seminar, tablă

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale <sup>4</sup>	CPI: Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării CP 3: Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice CP4: Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
Competențe transversale	CT 2: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice CT 3: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demonstrarea/ Dezvoltarea spiritului de inițiativă și acțiune pentru actualizarea :cunoștințelor de management și pentru actualizarea/sincronizarea comportamentului organizational /individual cu cerintele pietei/mediului de marketing</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	Se vor acumula deprinderi de aplicare eficientă a metodelor și tehnicilor de: planificare strategică, organizare, conducere, evaluare a organizațiilor, de concepere a noilor produse si servicii, de stabilire a pretului, plasare si comunicare. Însușirea de către studenți a noțiunilor, principiilor, tehnicilor și modelelor specifice managementului și marketingului, atât la nivel de concepte cât și la nivel de aplicare în cadrul organizațiilor în condițiile reale de piață. Studenții vor cunoaște contextul economic, social, legal care influențează mediile de marketing și management ale organizațiilor.

#### 8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
Introducere în management 1.1. Definiții 1.2. Funcțiile managementului. Roluri manageriale	2	Prelegere susținută de prezentări PPT, conversații, explicații,
1.3. Niveluri de management 1.4. Cariere în management		exemplificări, studii de caz
2. Decizia și leadership 2.1. Definiții 2.2. Clasificare decizii 2.3. Comunicarea și bariere ale comunicării 2.4. Leadership. Stiluri	4	
3. Planificarea 3.1. Procesul de planificare 3.3. Managementul timpului	2	
4. Organizarea 4.1. Structura organizatorică. Formarea ei 4.2. Elementele și documentele de exprimare a structurii organizatorice	2	
5. Coordonarea 5.1. Comportamentul individual. Motivarea 5.2. Teorii procesuale ale motivației 5.3. Teorii care pun accentul pe caracteristicile interne ale oamenilor	2	

6. Controlul 6.1. Definiere. Clasificarea controlului 6.2. Etapele procesului de control 6.3. Atributele unui sistem de control eficient 6.4. Rezistența angajaților la control	2	
7. Marketing - elemente introductive 7.1. Definiții, concepte și evoluție 7.2. Mediile de marketing ale firmei	2	
8. Piața. Studiul pieței 8.1. Definiții și tipologie; 8.2. Segmentarea pieței. Procedură. Criterii. 8.3. Metode și instrumente de cercetarea pieței 8.4. Studiul comportamentului consumatorului. Nevoi-Dorințe Cerere. Factori de influență. 8.5. Valoarea la consumator. Definiere. Asigurarea satisfacției clientului.	4	
9. Mix-ul de marketing 9.1. Produsul 9.2. pretul 9.3. Promovarea 9.4. Distribuția	8	
Bibliografie 1. Tăroată A., Tămășilă M., Staicu F., Rușeț V., Tăucean I., Marketing Management; Politehnica; Timișoara, 2010. 2. Tămășilă M., Potra S., Marketing în societatea bazată pe cunoaștere; Editura Solness; Timișoara, 2016.		
3. Tăroată A., Tămășilă M., Tăucean I., Leadership; Politehnica; Timișoara, 2011. 4. O. Nicolescu, N. Verboncu, Management, Editura Economică; București, 1999 5. Kotler Ph., Managementul Marketingului, Teora, București, 2002		
8.2 Seminar/ laborator	Număr de ore	Metode de predare
1. Stiluri de management/ leadership	2	Expunere temă, discuții, studii de caz, întrebări, rezolvare aplicații specifice.
2. Decizia. Metode de optimizare a deciziei în condiții de certitudine	4	
3. Decizia. Metode de optimizare a deciziei în condiții de incertitudine	4	
4. Programarea activității proiecte. Metoda drumului critic	2	
5. Coordonare și lucrul în echipă	2	
6. Analiza și înțelegerea mediilor de marketing	2	
7. Determinarea indicatorilor de piață:cota de piață, rată de saturație, rată de penetrare	4	
8. Metode de stabilire a prețului de vânzare	2	
9. Metode de alegere a canalelor de distribuție	2	
10. Modele de alegere a mijloacelor de comunicare/ promovare	4	
Bibliografie 1. Tămășilă M., Potra S., Marketing în societatea bazată pe cunoaștere; Editura Solness; Timișoara, 2016. 2. Tăroată A., Tămășilă M., Staicu F., Rușeț V., Tăucean I., Marketing Management; Politehnica; Timișoara, 2010. 3. I. Tăucean, Managementul producției. Îndrumător pentru lucrări de laborator, Editura Solness; Timișoara, 2004		

4. Tăroată A., Tămășilă M. , Tăucean I., Leadership; Politehnica; Timișoara, 2010.

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

Cunoștințele de management și marketing sunt importante pentru planul de învățământ al specializării pentru dezvoltarea capacității de înțelegere a: spiritului de inițiativă, a muncii în echipă, conducerii echipelor din domeniu și/sau interdisciplinare în scopul actualizării/sincronizării comportamentului organizațional / individual cu cerințele pieței/mediului.

Majoritatea angajatorilor din domeniul aferent programului solicită cunoștințe și competențe în management și marketing pentru dezvoltarea carierei unor viitori manageri/ directori/ team lideri în: vânzări/ marketing/ comunicare necesari în structura ierarhică a organizațiilor pentru a modela

- comportamentul organizațional/ individual în contextul: economic, social, legal etc. actual

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Rezolvarea unor subiecte teoretice aferente cursurilor	Examinare scrisă	50%
10.5 Activități aplicative	S: Rezolvarea problemelor corespunzătoare seminariilor	Examinare scrisă: aplicații.	50%
		Evaluare orală: studii de caz	
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
Utilizarea și exprimarea corectă a noțiunilor și conceptelor definite . Efectuarea de aplicații și sarcini specifice, interpretarea unor rezultate, participarea activă: individual sau la lucrul în echipă			

Data completării

Titular de curs  
Semnătura

Titular activități aplicative  
Semnătura

Director de departament

Data avizării în  
Consiliul Facultății

Decan

<sup>1</sup> Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3);

<sup>2</sup>Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina;

<sup>2</sup>Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului;

<sup>4</sup>Aspectul competențelor profesionale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/ 18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS

([http://www.rncis.ro/portal/page?\\_pageId=117,70218&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.rncis.ro/portal/page?_pageId=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL)) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă.