

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea <i>Dunărea de Jos</i> din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea <i>Știința și Ingineria Alimentelor</i>
1.3 Catedra	<i>Știința Alimentelor, Ingineria Alimentelor, Biotehnologii și Acvacultură</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Ingineria produselor alimentare</i>
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	<i>Controlul și expertiza produselor alimentare</i>

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing					
2.2 Titularul activităților de curs	Ș.I. dr. ing. Doina Georgeta Andronoiu					
2.3 Titularul activităților de seminar	Ș.I. dr. ing. Doina Georgeta Andronoiu					
2.4 Anul de studiu	IV	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	
					2.7 Regimul disciplinei	Ob

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					38
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • sală cu video-proiector / tablă inteligentă • Platforma Microsoft Teams
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • sală cu video-proiector / tablă inteligentă • Platforma Microsoft Teams

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C5. Managementul producției, controlul calității produselor alimentare și realizarea proceselor de marketing;
--------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarizarea studenților cu limbajul specific marketingului și dezvoltarea abilităților studenților de a elabora planuri de marketing
---------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Prezentarea principalelor noțiuni teoretice și aplicative specifice managementului unităților de industrie alimentară
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea instrumentarului de analiză specific domeniului marketingului • Înțelegerea rolului specialistului în marketing în cadrul firmelor din industria alimentară • Elaborarea planurilor de marketing în vederea creșterii notorietății produselor alimentare • Utilizarea corectă și eficientă a instrumentelor specifice acțiunilor de marketing pentru lansarea unor noi tehnologii și produse din domeniul industriei alimentare

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații*
1. Elemente introductive ()	Prelegere, dezbateri	2 ore
2. Mediul de marketing al produselor alimentare	Prelegere, dezbateri	2 ore
3. Piața produselor alimentare	Prelegere, dezbateri	2 ore
4. Strategia de piață și mix-ul de marketing	Prelegere, dezbateri	2 ore
5. Politica de produs în marketingul produselor alimentare	Prelegere, dezbateri	3 ore
6. Politica de preț în marketingul produselor alimentare	Prelegere, dezbateri	3 ore
7. Politica de distribuție în marketingul produselor alimentare	Prelegere, dezbateri	3 ore
8. Politica promoțională în marketingul produselor alimentare	Prelegere, dezbateri	3 ore
9. Cercetarea de marketing în domeniul produselor alimentare	Prelegere, dezbateri	3 ore
10. Organizarea activității de marketing	Prelegere, dezbateri	2 ore
11. Planificarea strategică și planul de marketing	Prelegere, dezbateri	3 ore
Bibliografie		
1. Andronoiu, D.G. 2022. Marketing. Notițe de curs în format electronic		
2. Balaure, V. 2002. Marketing. Ediția a II-a revăzută și adăugită. Editura Uranus, București		
3. Diaconescu, M. 2005. Marketing agroalimentar. Editura Universitară, București		
4. Susanu, I.O., Cristache, N. 2005. Marketing – aplicații. Editura didactică și Pedagogică, București		
8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
1. Analiza mediului de marketing al produselor alimentare	Dezbateri, studiu de caz	2 ore
2. Analiza pieței produselor alimentare	Dezbateri, studiu de caz	2 ore
3. Politica de produs în marketingul produselor alimentare	Dezbateri, studiu de caz	2 ore
4. Politica de preț în marketingul produselor alimentare	Dezbateri, studiu de caz	2 ore
5. Politica de distribuție în marketingul produselor alimentare	Dezbateri, studiu de caz	2 ore
6. Politica promoțională în marketingul produselor alimentare	Dezbateri, studiu de caz	2 ore
7. Proiectarea unei campanii de promovare a produselor alimentare	Dezbateri, studiu de caz	2 ore
Bibliografie		
1. Andronoiu, D.G. 2022. Marketing. Notițe de curs în format electronic		
2. Diaconescu, M. 2005. Marketing agroalimentar. Editura Universitară, București		
3. Nechita, F. 2022. Tehnici promoționale – studii de caz.		

*repartizarea numărului de ore pe conținuturi este orientativă, cu posibilitatea de adaptare în funcție de specificul anului/grupeii.

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

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu cererile asociațiilor profesionale naționale specifice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------

10.4 Curs	Nivel de cunoștințe	Evaluare scrisă	60%
	Gradul de asimilare a limbajului de specialitate		
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de aplicare a cunoștințelor dobândite la curs	Temă de casă	40%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea elementelor mix-ului de marketing 			

	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
Data completării		
20.09.2022	Ș.l. dr. ing. Doina-Georgeta Andronoiu	Ș.l. dr. ing. Doina-Georgeta Andronoiu
Data avizării în departament		Semnătura directorului de departament
		Prof.dr.ing. Camelia Vizireanu
Data aprobării în Consiliul Facultății		Semnătura decanului
		Prof.dr.ing. Gabriela Bahrim
HCF 24/7.10.2022		