

FIȘA DISCIPLINEI Marketing

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” Galați
1.2 Facultatea	Știința și Ingineria Alimentelor
1.3 Departamentul	Știința Alimentelor, Ingineria Alimentelor, Biotehnologii și Acvacultură
1.4 Domeniul de studii	Ingineria Produselor Alimentare
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Controlul și expertiza produselor alimentare

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	IV	2.5 Semestrul	1	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/proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator/proiect	14
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					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					-
Examinări					8
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual					58
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul de credite					4

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

6. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	<ul style="list-style-type: none"> ○ Studentul/absolventul explică importanța economiei circulare și identifică măsuri pentru gestionarea corectă a factorilor de producție și reducerea risipei alimentare.
Aptitudini	<ul style="list-style-type: none"> ○ Studentul/absolventul estimează performanțele sistemelor alimentare prin analiza parametrilor limită care apar în desfășurarea proceselor de producție. ○ Studentul/absolventul aplică principiile și metodele de control, execuție și producție în sisteme alimentare integrate.



Responsabilitate și autonomie	○ Studentul/absolventul ia decizii în situații bine definite și își asumă responsabilitatea pentru deciziile luate.
-------------------------------	---

6. b) Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C4. Optimizează producția
Competențe transversale	CT2. Dă dovadă de expertiză disciplinară

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 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. 2025. 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/laborator	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.

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	Lucrare scrisă	60%
	Gradul de asimilare a limbajului de specialitate		
10.5 Seminar/laborator/proiect	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 			

