

## 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	<b><i>Ingineria produselor alimentare</i></b>
1.5 Ciclu de studii	<b>Licență</b>
1.6 Programul de studii/Calificarea	<b><i>Tehnologie și control în alimentație publică</i></b>

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Proiectarea produselor noi</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	<b>Prof.dr.ing. ALEXE Petru</b>						
2.3 Titularul activităților de seminar	<b>S.l.dr.ing. GARNAI Maria</b>						
2.4 Anul de studiu	<b>IV</b>	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	<b>V</b>	2.7 Regimul disciplinei	<b>Op</b>

### 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 proiect/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 proiect/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					10
Examinări					19
Alte activități.....					0
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	<b>69</b>				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	<b>125</b>				
<b>3.10 Numărul de credite</b>	<b>5</b>				

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

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tehnologii generale în industria alimentară, Aditivi și ingrediente, Controlul și asigurarea calității produselor alimentare, Nutriție umană, Contabilitate, Management.</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoștințe generale de inginerie și economice.</li> </ul>

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

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sală de curs prevăzută cu mijloace moderne și complete de comunicare.</li> <li>Platforma electronica Microsoft Teams.</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laborator dotat cu videoproiector, conexiune la internet, planșe.</li> <li>Platforma electronica Microsoft Teams.</li> </ul>

### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p>C3. Supravegherea, conducerea, analiza și proiectarea tehnologiilor alimentare de la materii prime până la produs finit;</p> <p>C4. Proiectarea de produse alimentare noi, implementarea și managementul de proiecte;</p>
--------------------------------	--

<b>Competențe transversale</b>	CT3. Utilizarea eficientă a diverselor căi și tehnici de învățare – formare pentru achiziționarea informației de baze de date bibliografice și electronice atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională, precum și evaluarea necesității și utilității motivațiilor extrinseci și intrinseci ale educației continue..
--------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea conceptului de produs nou, însușirea termenilor specifici și a noțiunilor interdisciplinare.</li> <li>• Conceperea și conducerea unui compartiment de cercetare – dezvoltare.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea unui produs nou, stăpânirea tehnicilor de elaborare științifică a produselor noi.</li> <li>• Dezvoltarea disponibilităților de intersectare între compartimentele unei societăți (producție – cercetare – desfacere – contabilitate).</li> </ul>

### 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Conceptul de produs nou. Ciclul de viață al unui produs. Strategia de dezvoltare a produselor alimentare noi. Dezvoltarea departamentului de cercetare și dezvoltare	Prelegerea, explicația și conversația	
Etapele dezvoltării de produse alimentare noi. Identificarea necesității consumatorului, generarea de idei, evaluarea ideilor, dezvoltarea conceptului alimentar, dezvoltarea produselor și proceselor, marketing / lansare	Prelegerea, explicația și conversația	
Preferințele consumatorilor. Factorii care influențează decizia de cumpărare	Prelegerea, explicația și conversația	
Proprietatea intelectuală și industrială. Instituțiile de brevete din Europa	Prelegerea, explicația și conversația	
Elemente de psihologie în procesul de creație	Prelegerea, explicația și conversația	
Managementul inovației	Prelegerea, explicația și conversația	
Principii de lansare și promovare	Prelegerea, explicația și conversația	

#### Bibliografie

- Stoica M., Alexe P. 2016. Elemente de proiectare a produselor alimentare noi. Ed. Academica, Galați, ISBN 978-973-8937-98-7, 278 p.
- Alexe, P. – Note de curs „Cercetări de marketing” formă electronică
- Assael, H., 1987 – „Consumer Behavior and Marketing Action-Boston, Kent
- Bacali, L., ș.a., 2002 – „Manual de inginerie economică. Marketing” Editura Dacia, Cluj-Napoca Bennett. P.D., 1988 – *Dictionary of Marketing Terms* Chicago, American Marketing Association Blyth, J., 1998 – „Comportamentul consumatorului”, Editura Teora, București
- Catoiu, I., ș.a. 2002 – „Cercetări de marketing” Editura Uranus, București
- Czinkota, M.R., Dickson, R.P. 2000 – „Marketing. Best Practices” Dryden Press, Fort Worth Gherasim, T., Maxim, E., 2000 – „Marketing” Editura Economică, București
- Kotler, Ph., 1997 – „Managementul marketingului”, editura Teora, București
- Kotler, Ph., Armstrong, J., Saunders, J., Wong, V., 1998 – „Principiile marketingului” Editura Teora, București
- Levinson, J.C., 2002 – „Guerilla Selling”, Editura Business tech international press, București Levinson, J.C., 2002 – „Guerilla advertising”, Editura Business tech international press, București Malcomete, P., 1987 – „Strategii de marketing”, Editura Junimea, Iași
- Malcomete, P., 1993 – „Marketing”, Editura Academica, Iași
- Munteanu, V., 1992 – „Bazele marketingului”, Editura Graphix, Iași

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicolescu, O., (coordonator) 1996 – „Strategii manageriale de firmă”, Editura Economică, București</li> <li>• Nicolescu, O., 1993 – „Noutăți în managementul internațional”, Editura Zegnică, București</li> </ul> <p>Pop, N.AL., 1996 – „Marketing”, Editura Didactică și pedagogică, București</p> <p>Rohner, K., 1996, <i>Ciber-marketing</i>, Editura All Education, București</p> <p>Rotaru, G., 2001 – „Merceologie”, Editura Academica, Galați</p> <p>Rotaru, G., Stanciu, S., 2005 – „Studiul mărfurilor – mărfuri alimentare și nealimentare”, Editura Academica, Galați</p> <p>Rotaru, G., Stanciu, S., 2005 – „Studiul mărfurilor- noțiuni fundamentale”, Editura Academica, Galați</p> <p>Turtoi, M., 2000 – „Materiale de ambalaj si ambalaje pentru produsele alimentare”, Editura Alma, Galați</p> <p>Turtoi, M., 2004 – „Tehnici de ambalare a produselor alimentare”, Editura Academica, București.</p>		
8. 2 Seminar/laborator/proiect	Metode de predare	Observații
Importanța și necesitatea apariției produselor noi în domeniul industriei alimentare (definirea produselor și clasificarea lor; ciclul de viață al unui produs; definirea unui produs nou).	Conversația, demonstrația experimentală, explicația, problematizarea	
Proiectarea și promovarea produselor noi – etapele de realizare a proiectului.	Conversația, demonstrația experimentală, explicația, problematizarea	
Brainstorming – ședință de stimulare a ideilor noi.	Conversația, demonstrația experimentală, explicația, problematizarea	
Sondajul, întocmirea chestionarului și stabilirea eșantionului de respondenți.	Conversația, demonstrația experimentală, explicația, problematizarea	
Preferințele consumatorilor. Factorii care influențează decizia de cumpărare. Înregistrarea produselor alimentare noi la OSIM.	Conversația, demonstrația experimentală, explicația, problematizarea	
Publicitatea (tipuri de publicitate; elaborarea, generarea, evaluarea și execuția mesajului)	Conversația, demonstrația experimentală, explicația, problematizarea	
Prezentarea și predarea unui proiect de produs nou	Conversația, demonstrația experimentală, explicația, problematizarea	
<b>Bibliografie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gotteland, D., ș.a., 2005 – „<i>Developper un nouveau produit. Methodes et outils</i>”, Editura Campus press, Franta</li> <li>• Alexe, P. – Note de curs „Cercetări de marketing” formă electronica</li> <li>• Garnai M. – Note de seminar și proiect ”Proiectarea și promovarea produselor noi”, formă electronica.</li> <li>• Assael, H., 1987 – „<i>Consumer Behavior and Marketing Action</i>-Boston, Kent</li> <li>• Bacali, L., ș.a., 2002 – „Manual de inginerie economică. Marketing” Editura Dacia, Cluj-Napoca</li> <li>Nicolescu, O., (coordonator) 1996 – „Strategii manageriale de firmă”, Editura Economică, București</li> <li>Porter, M., 1980 – „<i>Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i>”, Free Press, New York</li> <li>• Turtoi, M., 2004 – „Tehnici de ambalare a produselor alimentare”, Editura Academica, București</li> <li>• Turtoi, M., 2000 – „Materiale de ambalaj si ambalaje pentru produsele alimentare”, Editura Alma, Galați</li> </ul>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conținutul disciplinei este în concordanță cu cererile asociațiilor profesionale naționale și internaționale specifice.</li> </ul>
---

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen final	Susținere proiect; dezbateri libere Microsoft Teams/Metodă alternativă	50%
10.5 Seminar/laborator	Evaluare pe parcurs	Oral	25%

		Microsoft Teams/Metodă alternativă	
	Evaluaire finală (proiect)	Prezentare proiect Microsoft Teams/Metodă alternativă	25%
10.6 Standard minim de performanță			
Se vor defini, interpreta și aplica, după caz, următoarele noțiuni:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prods nou;</li> <li>• Strategia dezvoltării produselor noi;</li> <li>• Etapele generale ale dezvoltării produselor noi;</li> <li>• Obiectul proprietății industriale și intelectuale;</li> <li>• Principii de lansare a produselor noi;</li> <li>• Organigrama compartimentului de cercetare dezvoltare.</li> </ul>			

Data completării  
26.09.2022

Semnătura titularului de curs  
Prof.dr.ing. Petru ALEXE

Semnătura titularului de seminar  
SL.dr.ing. Maria GARNAI

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