

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Economie</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Marketing</i>
1.5 Ciclul de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Marketing</i>

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Marketing strategic</i>						
2.2 Titularul activităților de curs	<i>Prof. univ. dr. Rodica Boier</i>						
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Prof. univ. dr. Rodica Boier</i>						
2.4 Anul de studiu	<b>III</b>	2.5 Semestrul	<b>VI</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>E.</b>	2.7 Regimul disciplinei	<b>OB.</b>

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	<b>4</b>	din care: 3.2 curs	<b>2</b>	3.3 seminar / laborator	<b>2</b>
3.4 Total ore din planul de învățământ	<b>48</b>	din care: 3.5 curs	<b>24</b>	3.6 seminar / laborator	<b>24</b>
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Participare la orele de curs și seminar					<b>48</b>
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					23
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.8 Total ore studiu individual					<b>77</b>
3.9 Total ore pe semestru					<b>125</b>
3.10 Numărul de credite					<b>5</b>

## 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Marketing. Cercetări de marketing
4.2 De competențe	Marketing. Cercetări de marketing

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prelegerile se desfășoară fizic și online
5.2. de desfășurare a seminarului	Prelegerile se desfășoară fizic, în sistem clasic utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs pentru cursul prezentat și online, folosindu-se fișiere de lucru elaborate în Word, Excel sau PowerPoint

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<b>C1.1</b> Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing <b>C2.1</b> Identificarea și descrierea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing
<b>Competențe transversale</b>	<b>CT1</b> Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă <b>CT3</b> Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de informații și cunoștințe, abilități și atitudini specifice activităților de concepere, implementare, monitorizare și control a strategiilor de marketing.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cunoașterea conceptelor fundamentale cu care se operează în marketingul strategic.</li> <li>▪ Dezvoltarea abilităților manageriale de sesizare a oportunităților pieței, de evaluare a acestora, identificarea ideilor de afacere și evaluare a lor.</li> <li>▪ Dezvoltarea abilităților de evaluare a portofoliului de afaceri al firmei și găsirea căilor de dezvoltare sănătoasă a acestuia.</li> <li>▪ Formarea atitudinii adecvate unui viitor marketer performant de a lua decizii numai în baza informațiilor relevante și corecte privind piața.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

<b>8.1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie) – 24 ore</b>	Metode de predare
Marketing strategic – înțelegerea tabloului de ansamblu ..... 2 ore	Prelegere interactivă Exemplificări Studii de caz Dezbateri
Antreprenoriat, inovare și marketing strategic ..... 2 ore	
Planificarea strategică a organizației ..... 2 ore	
Analiza portofoliului de afaceri al organizației. Modele BCG, GE, PIMS ..... 3 ore	
Competitivitatea organizației. Analiza benchmarking ..... 3 ore	
Atractivitatea pieței. Model Porter ..... 4 ore	
Avantajul strategic (comparativ) ..... 2 ore	
Strategii de dezvoltare a pieței. Grila produs-piață (Ansoff) ..... 2 ore	
Planificarea de marketing. Planul de marketing ..... 4 ore - online	
<b>Bibliografie:</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Boier Rodica</b> (2023), <i>Marketing strategic</i>, Suport de curs.</li> <li>2. <b>Boier Rodica</b> (2016), „Co-creare în inovare”, în S. Avasilcăi, CA. Huțu (editori), <i>Inovare prin co-creare în era online</i>, Editura Performantica, Iași.</li> <li>3. <b>Boier Rodica</b> (1997), <i>Inovare și succes. Strategii de marketing pentru produse noi</i>, Editura Sedcom Libris, Iași.</li> <li>4. <b>Datculescu Petre</b> (2013), <i>Cercetarea practică de marketing</i>, editia a II-a, Editura Brandbuilders, București.</li> </ol>	
<b>8.2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie) – 24 ore</b>	Metode de predare
<b>Analiza strategică de evaluare a atractivității pieței produsului ..... (la alegere).</b>	Prezentări PowerPoint Studii de caz Jocuri strategice Ghid pentru proiect
Analiza portofoliului de afaceri al organizației (Model GE) ..... 4 ore	
Evaluarea atractivității pieței unui produs (Model Porter) ..... 6 ore	
Identificarea avantajului diferențial ..... 4 ore	
Evaluarea ideilor campion pentru o afacere. Studiu de caz ..... 8 ore	
Găsirea căilor de creștere a afacerii cu produsul (la alegere) ..... 4 ore - online	

**Bibliografie:**

1. Boier Rodica (2023), *Marketing strategic*, Suport de curs.
2. Boier Rodica (2016), „Co-creare în inovare”, în S. Avasilcăi, CA. Huțu (editori), *Inovare prin co-creare în era online*, Editura Performantica, Iași.

**9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului**

Proiectarea acestui conținut s-a bazat pe corelarea cu opiniile unor specialiști din economia reală, dispunând de competențe similare obiectivelor urmărite prin disciplina predată – cercetători în marketing, manageri de marketing, manageri în dezvoltarea de produse noi, manageri de proiect, consultanți în managementul marketingului etc. Conținutul disciplinei a fost dezvoltat prin corelare cu materiale educaționale realizate de organisme profesionale din domeniu – *Asociația Română de Marketing (AROMAR)*, *American Marketing Association (AMA)*, *The Association of Strategic Marketing (ASM)*.

**10. Evaluare**

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ participarea activă la curs (prezență, interactivitate, întrebări adresate, exemplificări aduse, implicare în dezbateri, logica argumentărilor etc.)</li><li>▪ însușirea adecvată a cunoștințelor transmise</li><li>▪ coerența logică</li><li>▪ asimilarea și utilizarea adecvată a limbajului de specialitate</li></ul>	Prezentări Exemplificări Dialoguri Dezbateri	40%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ participarea activă la seminar (interactivitate, întrebări adresate, exemplificări aduse, implicare în dezbateri, realizarea temelor pentru acasă, lucrul sistematic la proiectul de echipă, prezentarea adecvată a proiectului etc.)</li><li>▪ ușurința în utilizarea vocabularului de specialitate</li><li>▪ utilizarea corectă a metodelor de analiză strategică</li><li>▪ interpretarea adecvată a rezultatelor obținute</li><li>▪ prezentarea adecvată a proiectului de echipă</li></ul> <i>„Analiza strategică de evaluare a atractivității pieței produsului ..... (la alegere).</i>	Teste rapide Exemplificări Teme pentru acasă Dialoguri Dezbateri Prezentări	60%

**10.6 Standard minim de performanță**

Obținerea **notei de minim 5 (cinci)** la proiectul final prezentat și a **mediei finale de minim 5 (cinci)** care rezultă prin adunarea notei de performanță la curs (ponderată cu 40%) cu nota de performanță la seminar (ponderată cu 60%).

Data completării: 22.09.2023

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Departament: 28.09.2023

Semnătura Directorului de Departament