

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>Practică</i>						
2.2 Titularul activităților de curs	-						
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Lect. univ. dr. GURITĂ Doina</i>						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tipul de evaluare	C.	2.7 Regimul disciplinei	OB.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	-	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar / laborator	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	90	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar / laborator	-
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Participare la orele de curs și seminar					-
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					74
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.8 Total ore studiu individual					90
3.9 Total ore pe semestru					90
3.10 Numărul de credite					3

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului	Fișe de lucru, portofoliu de practică Adeverință eliberată de conducerea unității, din care rezultă desfășurarea stagiului de practică

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C3.5 Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței C4.4 Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing
--------------------------------	---

Competențe transversale	CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei
--------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Dobândirea abilităților de aplicare în practică a cunoștințelor teoretice și formarea deprinderii generale de a observa, analiza, interpreta și oferi soluții problemelor de marketing.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: -Cunoască în profunzime activitățile desfășurate de unitatea la care se realizează stagiul de documentare; -Aplice cunoștințele teoretice dobândite la disciplinele de marketing la un domeniu particular al activității economice; -Identifice în practică elemente studiate în disciplinele de marketing.

8. Conținuturi

8. 1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie) – Nu este cazul	Metode de predare
Bibliografie: Nu este cazul	
8. 2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie) – 90 ore	Metode de predare
1. Instructaj de practică - 20 ore RAPORT STAGIU I.FIRMA - 2 ore 1. <i>Identificare (nume, adresă, tel/fax, mail, persoană de contact) - 2 ore</i> 2. <i>Obiect de activitate - 2 ore</i> 3. <i>Analiza mediului firmei - 2 ore</i> 4. <i>Analiza pieței firmei - 2 ore</i> 5. <i>Forța firmei (cota de piață absolută și relativă, numărul angajaților firmei și al leader-ului de piață, alți indicatori) - 2 ore</i> 6. <i>Analiza organizării firmei - 2 ore</i> 7. <i>Analiza mixului de marketing al firmei - 2 ore</i> 8. <i>Organigrama - 4 ore</i>	Prezentarea cerințelor privind documentarea de către cadrul didactic coordonator al stagiului de practică
2 II. JURNALUL DE BORD - 10 ORE 1. <i>Job description -2 ore</i> 2. <i>Desfășurător pe zile - 4 ore</i> 3. <i>Activități desfășurate în fiecare zi - 4 ore</i>	Prezentarea cerințelor privind documentarea de către cadrul didactic coordonator al stagiului de practică
3. III. REZULTATE CONCRETE ALE PRACTICII - 60 ore 1. <i>Argumentarea (cu probe) a elementelor de contribuție personală - 15 ore</i> 2. <i>Propuneri personale de îmbunătățire a elementelor mixului de marketing, respectiv a organizării de marketing - 15 ore</i> 3. <i>Abilități dobândite (prezentate în raport și la colocviu) - 15 ore</i> 4. <i>Formare / modificare de atitudine – 15 ore</i>	Evaluarea se desfășoară în cadrul Colocviului pe baza Portofoliului pregătit de student în perioada Stagiului de practică
ANEXE: <ul style="list-style-type: none"> • Adeverință practică (să se precizeze neapărat perioada) • Chestionarul completat de un reprezentant al firmei 	Explicație, problematizare Exemple, Studiu de caz
Bibliografie:	
1. Bălășescu M., Ghid pentru realizarea planului de marketing, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2013 2. Guriță, D., Marketing, editura Tipomoldova, Iași, 2022	

3. Rață Jana, *Studiu despre mixul de marketing la SC Albalact SA*, Motru, 2010
4. Tiron M., *Marketing. Studii de caz și aplicații*, Editura Solness, Timișoara, 2016

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

Conținutul disciplinei, de formare generală a economiștilor, corespunde cerințelor impuse de piața muncii fiind în concordanță cu cele mai recente evoluții legislative și practici naționale.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Curs	Nu este cazul	Nu este cazul	-
10.5 Seminar	Prezentarea Portofoliului de practică	Colocviu	100%
10.6 Standard minim de performanță			
Absolvirea disciplinei este condiționată de participarea la minimum 50%+1 din numărul de ore maxim stabilite prin planul de învățământ, respectiv Fișa disciplinei			

Data completării: 21.09.2023

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Departament: 28.09.2023

Semnătura Directorului de Departament