

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

|                                       |                                                            |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | <i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>               |
| 1.2 Facultatea                        | <i>Drept, Economie, Științe Politice și Administrative</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 agroalimentar</i>      |               |           |                         |           |                            |            |
| 2.2 Titularul activităților de curs    | <i>Lect. univ. dr. GURIȚĂ Doina</i> |               |           |                         |           |                            |            |
| 2.3 Titularul activităților de seminar | <i>Lect. univ. dr. GURIȚĂ Doina</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> |

\* Examen / Colocviu / Proiect

\*\* Obligatoriu / Opțional / Facultativ

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

|                                                                                                       |           |                    |           |                       |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------|-----------|-----------------------|------------|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână                                                                         | <b>3</b>  | din care: 3.2 curs | <b>2</b>  | 3.3 seminar/laborator | <b>1</b>   |
| 3.4 Total ore din planul de învățământ                                                                | <b>36</b> | din care: 3.5 curs | <b>24</b> | 3.6 seminar/laborator | <b>12</b>  |
| 3.7 Distribuția fondului de timp                                                                      |           |                    |           |                       | ore        |
| 3.7.1. Participare la orele de curs și seminar / lucrări practice / practică de specialitate *        |           |                    |           |                       | <b>36</b>  |
| 3.7.2. Examinări *                                                                                    |           |                    |           |                       | <b>2</b>   |
| 3.7.3. Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe                                   |           |                    |           |                       | 33         |
| 3.7.4. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |           |                    |           |                       | 17         |
| 3.7.5. Pregătire seminar / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                          |           |                    |           |                       | 10         |
| 3.7.6. Consultații                                                                                    |           |                    |           |                       | 2          |
| 3.8 Total ore studiu individual **                                                                    |           |                    |           |                       | <b>62</b>  |
| 3.9 Total ore pe semestru ***                                                                         |           |                    |           |                       | <b>100</b> |
| 3.10 Numărul de credite                                                                               |           |                    |           |                       | <b>4</b>   |

\* Activitățile din categoriile 3.7.1. și 3.7.2. fac parte din orele didactice.

\*\* Ore de studiu individual cuprind activitățile din categoriile: 3.7.3., 3.7.4., 3.7.5. și 3.7.6.

Notă: Se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice.

\*\*\* Totalul orelor pe semestru rezultă din înmulțirea numărului de credite alocate disciplinei cu 25 ore / credit.

## 4. Precondiții (dacă este cazul)

|                                |               |
|--------------------------------|---------------|
| 4.1 De curriculum              | Marketing     |
| 4.2 De rezultate ale învățării | Nu este cazul |

## 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 în sistem fizic, 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. Obiectivul general al disciplinei

|                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Disciplina urmărește asimilarea cunoștințelor specifice privind marketingul agro-alimentar și înțelegerea funcționării mixului de marketing în acest caz. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 7. Rezultatele învățării

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cunoștințe                    | <p>Studentul:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- demonstrează cunoștințe referitoare la: înțelegerea modului de formare a cererii, ofertei și mecanismelor de funcționare a piețelor; conceptele de bază specifice managementului lanțurilor de aprovizionare/desfacere a produselor agroalimentare; strategiile de marketing aplicabile în sectorul agroalimentar; conceptele și principiile marketingului sustenabil, inclusiv integrarea durabilității în strategiile de promovare și distribuție; procesele logistice specifice lanțurilor de aprovizionare agroalimentare;</li> <li>- asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing;</li> <li>- descrie logic conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare identificării factorilor care influențează funcționarea organizației, analizei mediului de marketing, studierii pieței, înțelegerii comportamentului consumatorilor și analizei datelor semnificative pentru activitatea de marketing;</li> </ul> |
| Aptitudini                    | <p>Studentul:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dezvoltă aptitudini/abilități: de aplicare a metodelor de cercetare directă și indirectă a piețelor; privind organizarea și gestionarea lanțurilor de aprovizionare/desfacere a produselor agroalimentare;</li> <li>- analizează piețele agroalimentare, identifică nevoile consumatorilor și proiectează strategii de marketing adaptate cerințelor acestora;</li> <li>- poate crea campanii de marketing sustenabil;</li> <li>- identifică strategii de planificare și optimizare a fluxurilor logistice, inclusiv transportul, depozitarea și distribuția produselor agroalimentare;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Responsabilitate și autonomie | <p>Studentul:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- are capacitatea de: a realiza studii de piață; a fundamenta și aplica un management performant al lanțurilor de aprovizionare/ desfacere a produselor agroalimentare;</li> <li>- pregătește practicile de marketing și logistică care susțin dezvoltarea durabilă; crează și gestionează strategii de marketing și logistică pentru organizațiile agroalimentare;</li> <li>- demonstrează propriile cunoștințe pentru a rămâne competitiv în domeniile agromarketingului, marketingului sustenabil și logisticii.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## 8. Metode de predare

Prelegere intensificată, consultare reglementări naționale și internaționale, dezbateri, problematizare, exercițiu și problematizare bazate pe aplicații practice.

## 9. Conținuturi

| 9. 1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Metode de predare                                                                                                                               | Timp alocat (24 ore)                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Marketing agroalimentar-abordări teoretice generale (definiții, delimitări, recunoaștere și evaluare).</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Clienții Particularitățile marketingului agroalimentar</li> <li>1.2. Resursele agroalimentare și provocările actuale</li> <li>1.3. Resursele agroalimentare și importul-exportul</li> <li>1.4. Politica de preț</li> <li>1.5. Importanța depozitării produselor agroalimentare</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prelegere</li> <li>• Consultare reglementări naționale și internaționale</li> <li>• Exemple</li> </ul> | <b>7 ore, din care:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2 ore</li> <li>1 ore</li> <li>1 ore</li> <li>1 ore</li> <li>2 ore</li> </ul> |
| <b>2. Mixul de marketing agroalimentar (definiții, delimitări, recunoaștere și evaluare, strategii)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Politica de preț</li> <li>2.2. Politica de produse agroalimentare</li> <li>2.3. Plasarea produselor agroalimentare</li> <li>2.4. Politica de promovare a produselor agroalimentare</li> </ul>                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prelegere</li> <li>• Consultare reglementări naționale și internaționale</li> <li>• Exemple</li> </ul> | <b>9 ore, din care:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2 ore</li> <li>2 ore</li> <li>4 ore</li> <li>1 ore</li> </ul>                |
| <b>3. Forțele de vânzare și mediul de business (definiții, delimitări)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prelegere</li> </ul>                                                                                   | <b>8 ore, din care:</b>                                                                                                                     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                       |                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------|
| tări, recunoaștere și evaluare de teren)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | • Consultare reglementări naționale și internaționale | 4 ore                       |
| 3.1. Comunicarea în marketingul agroalimentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | • Exemple                                             | 4 ore                       |
| 3.2. Marca și noi tendințe în comerțul agroalimentar (online)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                       |                             |
| <b>Bibliografie:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Guriță Doina, <i>Marketing agroalimentar</i> - suport de curs, 2026</li> <li>2. Guriță Doina, <i>Marketing</i>, Editura TipoMoldova, Iași, 2021</li> <li>3. Zaltman G., <i>Cum gândesc consumatorii. Aspecte esențiale pentru studiile de piață</i>, Editura Polirom, Iași, 2007</li> <li>4. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., <i>Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman</i>, Editura Publica, București, 2010</li> <li>5. Kotler P., <i>Kotler despre marketing. Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele</i>. Editura Brandbuilders, București, 2003</li> <li>6. Kotler P., <i>10 păcate capitale de marketing. Semne și soluții</i>, Editura Codecs, București, 2004</li> </ol> |                                                       |                             |
| <b>9.2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Metode de predare</b>                              | <b>Timp alocat (12 ore)</b> |
| 1. Exemplificări și delimitări practice dintre marketingul tradițional și marketingului agroalimentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 2. Exemplificarea importanței celor 4 P în marketingul agroalimentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 3. Aplicații privind produsele agroalimentare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 4. Aplicații privind prețul produselor agroalimentare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 5. Aplicații privind distribuția mărfurilor agroalimentare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 6. Strategii de promovare în marketingul agroalimentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 7. Politici de poziționare a produselor agroalimentare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 8. Piața produselor agroalimentare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 9. Tendințe în domeniul agroalimentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 10. Cercetare de marketing pe o firmă                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 1 ore                       |
| 11. Prezentarea proiectului (online)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | • Exemple<br>• Studiu de caz                          | 2 ore                       |
| <b>Bibliografie:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Guriță Doina, <i>Marketing agroalimentar</i> - suport de curs, 2026</li> <li>2. Guriță Doina, <i>Marketing</i>, Editura TipoMoldova, Iași, 2021</li> <li>3. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., <i>Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman</i>, Editura Publica, București, 2010</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                       |                             |

## 10. Evaluare

|                                                      |                                                                                                      |                                                                                                     |                             |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Tip de activitate                                    | 10.1 Criterii de evaluare                                                                            | 10.2 Metode de evaluare                                                                             | 10.3 Pondere în nota finală |
| 10.4 Evaluare sumativă (Examen / Colocviu / Proiect) | • Înțelegerea și utilizarea corect a metodelor, procedeele și instrumentelor specifice marketingului | - Examen constând în răspunsuri la întrebări din teoria predată și rezolvări de aplicații practice. | 60%                         |

|                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 10.5<br>Evaluare continuă<br>(pe parcursul seminarelor / laboratoarelor etc.)                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implicarea în pregătirea și desfășurarea activităților de seminar.</li> <li>• Înțelegerea problematicei specifice domeniului tratate la cursuri și seminarii;</li> <li>• Înțelegerea modului de rezolvare studiilor de caz propuse.</li> <li>• Capacitatea de susținere a raționamentului specific disciplinei și a argumentelor proprii.</li> </ul> | - Frecvență, calitatea interacțiunii, studiu de caz<br>- Teste de verificare, teste grilă derulate la seminarii precedente.<br>- Teme/studii de caz propuse ca activitate individuală cu precizarea cerințelor impuse. | 40% |
| 10.6 Condiții de promovare                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                        |     |
| Obținerea <b>notei finale de minim 5 (cinci)</b> care rezultă prin adunarea notei de la examen (ponderată cu 60%) cu nota de la seminar (ponderată cu 40%). Comunicarea informațiilor utilizând corect limbajul de specialitate. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                        |     |

Data completării: 24.09.2026

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament: 29.09.2026

Semnătura Directorului de Departament