

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Strategii și Politici Manageriale

2. Date despre disciplină					
2.1 Denumirea disciplinei		Strategii de marketing			
2.2 Codul disciplinei		1176.1OB10D			
2.3 Titularul activităților de curs					
2.4 Titularul activităților de seminar					
2.5 Anul de studiu	I	2.6 Semestrul	II	2.7 Tipul de evaluare	E
2.8 Regimul disciplinei					Ob

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 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					5
Examinări					5
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	144				
3.8 Total ore pe semestru	200				
3.9 Numărul de credite	8				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	Marketing, Management, Cercetări de marketing, Marketing strategic, Sisteme informatice de marketing
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)	
5.1. de desfășurare a cursului	video-proiector si computer in sala de clasă
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	video-proiector si computer in sala de clasă



6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	<p>C1. Capacitatea de a cunoaște și înțelege: fundamentele teoretico-metodologice ale strategiilor de marketing</p> <p>C2. Capacitatea de a: dezvolta raționamente și conexiuni logice între cunoștințe din domenii conexe, pentru a putea formula obiective și acțiuni de dezvoltare a unei strategii de marketing</p> <p>C3. Capacitatea de a: folosi adecvat, fără echivoc limbajul de specialitate și termenii consacrați strategiilor de marketing</p> <p>C4. Capacitatea de a analiza și înțelege resorturile interne ale pieței și ale unei companii.</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Capacitatea de a dezvolta competențe de analiză, sinteză, interpretare și comunicare cu mediul de afaceri;</p> <p>CT2. Capacitatea de a se forma ca utilizatori exigenți de informații interne și externe firmei;</p> <p>CT3. Capacitatea de a lucra eficient în echipă.</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul principal al cursului este de a permite studenților să identifice și să evalueze oportunitățile implementării unei strategii de marketing
7.2 Obiectivele specifice	Cursul urmărește înțelegerea de către studenților a deciziilor de afaceri, a strategiilor de marketing și dezvoltarea capacității acestora de a analiza și selecta o strategie potrivită în vederea dezvoltării firmei. Scopul este de a-l încuraja să adopte o abordare strategică de marketing a firmei care să permită o abordare inovatoare a afacerilor. Cunoașterea descoperirilor teoretice și practice ale strategiilor de marketing. Cunoașterea abilităților legate de competențe și o serie de abilități de marketing și management al întreprinderii. Capacitatea de a crea un plan de marketing.

8. Conținuturi		
8. 1 Cursuri	Metode de predare	Observații
Bazele gândirii marketingului Bazele gândirii strategice	Prelegere. Explicație didactică. Dezbateri. Conversație euristică interactivă. Prezentare Power Point.	
Tipologia strategiilor de marketing	Prelegere. Exemplificare. Dezbateri. Conversație interactivă. Prezentare Power Point.	
Instrumente de planificare strategică de marketing	Prelegere. Exemplificare. Dezbateri. Conversație interactivă. Prezentare Power Point.	
Planul de marketing	Prelegere. Exemplificare. Dezbateri. Conversație interactivă. Prezentare Power Point.	
Implementarea strategiilor de marketing	Prelegere. Exemplificare. Dezbateri. Conversație interactivă. Prezentare Power Point.	
Strategii Scaleup	Prelegere. Exemplificare. Dezbateri. Conversație interactivă. Prezentare Power Point.	
Strategii de Inovare în marketing	Prelegere. Exemplificare. Dezbateri. Conversație interactivă. Prezentare Power Point.	



Stabilirea implementării unei noi strategii de marketing	Prelegere. Exemplificare. Dezbateri. Conversație interactivă. Prezentare Power Point.	
--	---	--

Bibliografie

- Micu Adrian (2023). Note de curs. Strategii de marketing.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dinu, V., Savoiu, G., & Dabija, D. C. (2016). A concepe, a redacta si a publica un articol stiintific. O abordare in contextul cercetarii economice, Ed. ASE, Bucuresti
- Sharma, P. N., & Kim, K. H. (2013). A comparison of PLS and ML bootstrapping techniques in SEM: A Monte Carlo study. In New perspectives in partial least squares and related methods (pp. 201-208). Springer, New York, NY.8.
- PORTER, MICHAEL E., Competitive Strategy
- Anderson, Chris. Coadă lungă, De ce viitorul afacerilor înseamnă să vinzi câte puțin din toate, Editura Curtea Veche, 2019
- Ries, Eric. The Lean Startup, Publica, 2013
- Fayard, Pierre. Cum să înțelegem și să aplicăm Sun Tzu: gândirea strategică chineză, Polirom, 2020
- Clausewitz, Carl von. Despre război, Antet XX Press, 2016

8. Conținuturi

8. 1 Seminar	Metode de predare	Observații
Studii de caz	Problematizare. Exemplificare. Analiză. Dezbateri. Studii de caz. Lucru în echipă.	
Exercițiu model de afacere	Problematizare. Exemplificare. Analiză. Dezbateri. Studii de caz. Lucru în echipă.	
Exercițiu inovație de valoare	Prezentare Power Point. Analiză. Dezbateri.	

Bibliografie

- <http://www.businessmodelgeneration.com>
- <http://www.blueoceanstrategy.com>
- MIT SLOAN MANAGEMENT REVIEW, Top 10 Lessons on Strategy, 2022
- MIT SLOAN MANAGEMENT REVIEW, Reboot Your Strategy, 2023
- HARVARD BUSINESS REVIEW - HBR's 10 Must Reads On Strategy-Harvard Business Review Press, 2021
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dinu, V., Savoiu, G., & Dabija, D. C. (2016). A concepe, a redacta si a publica un articol stiintific. O abordare in contextul cercetarii economice, Ed. ASE, Bucuresti
- Sharma, P. N., & Kim, K. H. (2013). A comparison of PLS and ML bootstrapping techniques in SEM: A Monte Carlo study. In New perspectives in partial least squares and related methods (pp. 201-208). Springer, New York, NY.8.
- PORTER, MICHAEL E., Competitive Strategy
- Anderson, Chris. Coadă lungă, De ce viitorul afacerilor înseamnă să vinzi câte puțin din toate, Editura Curtea Veche, 2019
- Ries, Eric. The Lean Startup, Publica, 2013
- Fayard, Pierre. Cum să înțelegem și să aplicăm Sun Tzu: gândirea strategică chineză, Polirom, 2020
- Clausewitz, Carl von. Despre război, Antet XX Press, 2016

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



Cursul este conceput în conformitate cu prevederile standardelor ocupaționale (vezi CNFPA-Standarde ocupaționale) elaborate de practicieni.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezența la activitatea didactică (curs) Nivelul de cunoștințe Capacitatea de analiză Argumentarea, expresivitatea Gradul de asimilare a limbajului de specialitate, capacitatea de comunicare	Observație sistemică, investigația	10%
		Evaluare scrisă	50%
10.5 Seminar/laborator	Prezența la activitatea didactică (seminar) Creativitatea Originalitatea Capacitatea de aplicare practică a cunoștințelor învățate Interesul pentru studiu individual	Observație sistemică, Proiect, Portofoliu de teme, Referate	20%
		Evaluare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță			
<input type="checkbox"/> Definirea conceptelor de bază din cadrul disciplinei și însușirea noțiunilor și cunoștințelor generale necesare aplicării metodelor/tehnichilor specifice marketingului micilor afaceri			

