

## FIȘA DISCIPLINEI

|                                       |                                           |
|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>1. Date despre program</b>         |                                           |
| 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                | Marketing                                 |
| 1.5 Ciclul de studii                  | Licență                                   |
| 1.6 Programul de studii               | Marketing                                 |

|                           |    |                         |    |                       |   |                         |    |
|---------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|---|-------------------------|----|
| 2. Date despre disciplină |    |                         |    |                       |   |                         |    |
| 2.1 Denumirea disciplinei |    | Marketingul serviciilor |    |                       |   |                         |    |
| 2.4 Anul de studiu        | II | 2.5 Semestrul           | IV | 2.6 Tipul de evaluare | E | 2.7 Regimul disciplinei | Ob |

|                                                                                                |            |                    |    |                       |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------|----|-----------------------|-----|
| <b>3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)</b>                    |            |                    |    |                       |     |
| 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                                                         | 44         | din care: 3.5 curs | 22 | 3.6 seminar/laborator | 22  |
| 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 |            |                    |    |                       | 20  |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                          |            |                    |    |                       | 21  |
| Tutoriat                                                                                       |            |                    |    |                       | 10  |
| Examinări                                                                                      |            |                    |    |                       | 10  |
| Alte activități.....                                                                           |            |                    |    |                       |     |
| <b>3.7 Total ore studiu individual</b>                                                         | <b>81</b>  |                    |    |                       |     |
| <b>3.8 Total ore pe semestru</b>                                                               | <b>125</b> |                    |    |                       |     |
| <b>3.9 Numărul de credite</b>                                                                  | <b>5</b>   |                    |    |                       |     |

|                                               |                                            |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>4. Precondiții (acolo unde este cazul)</b> |                                            |
| 4.1 de curriculum                             | <input type="checkbox"/> Marketing general |
| 4.2 de competențe                             |                                            |

|                                                 |                                                                    |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <b>5. Condiții (acolo unde este cazul)</b>      |                                                                    |
| 5.1. de desfășurare a cursului                  | <input type="checkbox"/> sală cu tablă, video-proiector/smartboard |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului | <input type="checkbox"/> sală cu tablă, video-proiector/smartboard |

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>6. Competențele specifice acumulate</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Competențe profesionale</b>             | <input type="checkbox"/> Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing;<br><input type="checkbox"/> Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing<br><input type="checkbox"/> Aplicarea cunoștințelor specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea unui program de marketing<br><input type="checkbox"/> Definirea conceptelor și descrierea politicilor mix-ului de marketing<br><input type="checkbox"/> Explicarea mix-ului de marketing<br><input type="checkbox"/> Proiectarea programelor de marketing |



|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Competențe transversale</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Aplicarea, în mod responsabil, a principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în realizarea sarcinilor profesionale și identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, a etapelor de lucru, a duratelor de execuție, a termenelor de realizare și a riscurilor aferente;</li> <li>□ Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei;</li> </ul> |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| <b>7. Obiectivele disciplinei</b> (reieșind din grila competențelor specifice acumulate) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei                                                    | Familiarizarea studenților cu limbajul specific marketingului și dezvoltarea abilităților studenților de a elabora planuri de marketing specifice domeniului serviciilor;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 7.2 Obiectivele specifice                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea instrumentarului de analiză specific domeniului marketingului serviciilor;</li> <li>- Evidențierea rolului și a importanței serviciilor, atât la nivelul organizației, cât și la nivelul societății în general, acest domeniu având cu precădere un puternic impact social;</li> <li>- Evidențierea problemelor specifice ariei serviciilor;</li> <li>- Evidențierea importanței deosebite a marketingului serviciilor ca un domeniu aparte studiat cu o mai mare atenție, mai sistematic și mai riguros;</li> <li>- Cunoașterea direcțiilor de dezvoltare și a particularităților serviciilor în contextul actual al dezvoltării economice;</li> <li>- Formarea unei concepții sistemice asupra sectorului serviciilor;</li> <li>- Cunoașterea, analiza, interpretarea și adaptarea politicilor și strategiilor de marketing învățate în anii anteriori la domeniul serviciilor;</li> <li>- Conștientizarea importanței metodelor, tehnicilor și tacticilor mixului de marketing în domeniul serviciilor.</li> </ul> |

| <b>8. Conținuturi</b>                                                                                  |                                     |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------|
| 8. 1 Curs                                                                                              | Metode de predare                   | Observații |
| 1.Serviciile domeniu specializat al marketingului (rol, particularități, concepte)                     | Prelegere, dezbatere                | 2 ore      |
| 2. Piața organizației din domeniul serviciilor                                                         | Prelegere, studii de caz            | 2 ore      |
| 3. Mixul de marketing specific organizațiilor din domeniul serviciilor                                 | Prelegere,                          | 2 ore      |
| 4. Politica de produs specifică organizațiilor din domeniul serviciilor - concepte, elemente specifice | Prelegere, dezbatere                | 2 ore      |
| 5. Strategii de produs specifice organizațiilor din domeniul serviciilor                               | Prelegere, Joc de rol, proiect      | 2 ore      |
| 6. Politica de preț specifică organizațiilor din domeniul serviciilor                                  | Prelegere, studiu de caz, dezbatere | 2 ore      |
| 7. Strategii de preț specifice organizațiilor din domeniul serviciilor                                 | Prelegere, Joc de rol, proiect      | 2 ore      |
| 8. Politica de distribuție specifică organizațiilor din domeniul serviciilor                           | Prelegere, proiect                  | 2 ore      |
| 9. Strategii de distribuție specifice organizațiilor din domeniul serviciilor                          | Prelegere, Joc de rol, proiect      | 2 ore      |
| 10. Politica de comunicare specifică organizațiilor din domeniul serviciilor                           | Prelegere, dezbatere                | 2 ore      |
| 11. Strategii de comunicare specifice organizațiilor din domeniul serviciilor                          | Prelegere, Joc de rol, proiect      | 2 ore      |
| Bibliografie                                                                                           |                                     |            |
| 1. Susanu I.O., <i>Marketingul serviciilor</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2009      |                                     |            |



|                                                                                                                                                                                                                                    |                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------|
| 2. Susanu I.O., <i>Marketing – busola organizației tale</i> , Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2005<br>3. Kotler Ph., Haider D., Rein, I. <i>Marketingul locurilor</i> , Editura Teora, București, 2001                     |                                          |            |
| 8. 2 Seminar/laborator                                                                                                                                                                                                             | Metode de predare                        | Observații |
| 1. Metode și tehnici de culegere a informațiilor în marketing: Proiectarea experimentelor de marketing. Experimentul în cercetările de marketing. Măsurarea și scalarea fenomenelor de Marketing.                                  | Dezbateri, studii de caz                 | 2 ore      |
| 2. Metode și tehnici de culegere a informațiilor în marketing: Scala cu sumă constantă. Metoda comparațiilor perechi. Scala lui Likert. Scalarea preferințelor cu ajutorul modelului FR. Testul $h^2$                              | Dezbateri, studii de caz                 | 2 ore      |
| 3. Analiza pieței: Calculul migrației cererii. Studiul cererii de servicii cu ajutorul datelor din bugetele de familie.                                                                                                            | Expunere                                 | 2 ore      |
| 4 Cercetarea cererii de servicii. Cercetarea ofertei de servicii. Segmentarea pieței cu algoritmul Belson.                                                                                                                         | Dezbateri, studii de caz                 | 2 ore      |
| 5. Mixul de marketing în servicii: Optimizarea mixului de marketing.                                                                                                                                                               | Atelier de creație, proiect              | 2 ore      |
| 6 Alegerea variantei de distribuție optime.                                                                                                                                                                                        | Dezbateri, studii de caz                 | 2 ore      |
| 7. Analiza pragului de rentabilitate în cadrul organizațiilor din servicii                                                                                                                                                         | Atelier de creație, proiect              | 2 ore      |
| 8. Prețul psihologic                                                                                                                                                                                                               | Dezbateri, studii de caz                 | 2 ore      |
| 9. Metode de stabilire a prețurilor în servicii                                                                                                                                                                                    | Dezbateri, studii de caz                 | 2 ore      |
| 10. Determinarea nivelului optim al cheltuielilor de promovare în servicii                                                                                                                                                         | Joc de rol, studiu de caz, brainstorming | 2 ore      |
| 11. Prevederea cheltuielilor promoționale în servicii                                                                                                                                                                              | Dezbateri, studii de caz                 | 2 ore      |
| Bibliografie<br>1. Susanu I.O., Cristache N., <i>Marketing - aplicații</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005<br>2. Susanu I.O., <i>Marketingul serviciilor</i> , Editura Didactică și Pedagogică, București, 2009 |                                          |            |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Competențele dobândite de către studenți la această disciplină le vor permite să execute cu succes sarcini profesionale complexe referitoare la marketingul organizațiilor din domeniul serviciilor, atât la nivel național, cât și internațional, în condiții de autonomie și de independență.</li> <li><input type="checkbox"/> Disciplina oferă baza de cunoștințe din domeniul marketingului serviciilor, necesare entităților/organizațiilor din acest domeniu</li> <li><input type="checkbox"/> Cursul este conceput în conformitate cu prevederile standardelor ocupaționale (vezi CNFPA-Standarde ocupaționale) elaborate de practicieni.</li> </ul> |



| <b>10. Evaluare</b>                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                            |                                                             |                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 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)<br>Nivelul de cunoștințe<br>Capacitatea de analiză<br>Argumentarea, expresivitatea<br>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)<br>Creativitatea<br>Originalitatea<br>Capacitatea de aplicare practică a cunoștințelor învățate<br>Interesul pentru studiu individual                          | Observație sistemică, Proiect, Portofoliu de teme, Referate | 20%                          |
|                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                            | Evaluare orală                                              | 20%                          |
| 10.6 Standard minim de performanță                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                            |                                                             |                              |
| Să fie capabil să proiecteze un mix de marketing în cadrul organizațiilor din domeniul serviciilor, un program de marketing și o strategie specifică acesteia |                                                                                                                                                                                                            |                                                             |                              |

