

	ROMÂNIA MINISTERUL EDUCAȚIEI UNIVERSITATEA “DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI FACULTATEA DE INGINERIE ȘI AGRONOMIE DIN BRĂILA Calea Călărașilor nr. 29, 810017, Brăila, tel./fax.: 0374 652 572 web: www.fib.ugal.ro e- mail: decanat.braila@ugal.ro	
---	--	---

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Inginerie și Agronomie din Brăila / Departamentul de Mediu, Inginerie Aplicată și Agricultură
1.3 Catedra	-
1.4 Domeniul de studii	Agronomie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Agricultură/Inginer

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Marketing					1001.4OB10D	
2.2 Titularul activităților de curs		Prof. dr. Maria Magdalena Turek-Rahoveanu						
2.3 Titularul activităților de seminar		Prof. dr. Maria Magdalena Turek-Rahoveanu						
2.4 Anul de studiu	IV	2.5 Semestrul	VIII	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 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					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					28
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					9
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe operare PC
4.2 de competențe	Cunoștințe tehnici de studiu individual

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală prevăzută cu calculator, videoproiector, acces la internet
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală prevăzută cu calculator, acces la internet

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 – Cunoaștere, înțelegere și utilizare a limbajului specific: Cunoașterea înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională. 1 credit C5 – Creativitate și inovare: Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu. 1 credit
Competențe transversale	CT2 - Interacțiune socială: Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate. 2 credite CT3 - Dezvoltare personală și profesională: Conștientizarea nevoii de formare continuă, utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională. 1 credit

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul are în vedere fundamentarea teoretică a marketingului, dar și formarea unor deprinderi de marketing practice pentru viitoarea profesie.
7.2 Obiectivele specifice	Cursul are ca scop pregătirea studenților pentru: - înțelegerea importanței economice și sociale a marketingului, particularizat prin marketingul produselor agroalimentare; - cunoașterii și delimitării macro și micromediul întreprinderii, tipologia și structura pieței; - însușirii mixului de marketing: produs, preț, promovare și distribuție din prisma unei unități economice agroalimentare; - înțelegerii comportamentului consumatorului; - organizării funcției de marketing a întreprinderii; - elaborării strategiei și a planului de marketing.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Capitolul1. Cererea finală de produse agroalimentare si comportamentul consumatorului	prelegere	4 ore
Capitolul 2 Distribuția produselor agroalimentare	prelegere	4 ore
Capitolul 3 Stabilirea prețului produselor agroalimentare	prelegere	4 ore
Capitolul 4 Diferențierea produselor: marca	prelegere	6 ore
Capitolul 5 Studiul de piață	prelegere	6 ore
Capitolul 6 Organizarea funcției de marketing a întreprinderii agroalimentare	prelegere	4 ore
Bibliografie 1. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab.- <i>Organizarea filierei oleaginoaselor în România – decalaje față de Uniunea Europeană</i> , Editura Cartea Universitară, București 2007. 2. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab.- <i>Competitivitatea pe filiera cerealelor panificabile</i> , Editura Cartea Universitară, București 2007. 3. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Analiza filierei sectorului legume – fructe în România</i> , , Editura Cartea Universitară, București 2008. 4. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Analiza filierei sectorului lapte în România</i> , , Editura Cartea Universitară, București 2009. 5. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab <i>Analiza filierei sectorului</i>		

vitivinicol în România- Editura Cartea Universitară, București 2009		
6. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Analiza filierei sectorului zahăr în România. Decalaje față de Uniunea Europeană</i> , Editura Cartea Universitară, București 2010		
7. Manole Victor (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Piața produselor agroalimentare în România – tradiționale și ecologice</i> - Editura Tribuna Economică, București 2010		
8. Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Piața produselor tradiționale din România</i> - Editura Ars Academica, București 2009.		
9. Robert L.Heilbroner-Filozofii lucrurilor pamantesti,Ed.Humanitas,1994;		
10. P.Kotler-Marketing de A la Z,Ed.Codecs,2004;		
11. Alvin Toffler-Previziuni, Editura Antet, Bucuresti,1983;		
12. Alvin Toffler-Puterea in miscare,Editura Antet, Bucuresti, 1995;		
8. 2 Seminar		
1.De la teorie la practica Marketingul general, exemple de companii agroalimentare de succes. 2. De la teorie la practica Cercetarea cererii de marfuri agroalimentare. Studiu de impact pe o piata noua 3. De la teorie la practica Modalitatea conceperii unui buget de marketing. 4. De la teorie la practica Modalitatea elaborarii unei strategii de marketing 6. De la teorie la practica Promovarea produsului agroalimentar	Studii de caz	14 ore
Proiect - Elaborarea unei strategii de marketing		
Planificarea activitatilor de agromarketing	Studiul documentelor curriculare și al bibliografiei, dezbateri.	2 ore
Strategia de marketing aleasa		2 ore
Tipuri de strategii folosite în elaborarea proiectului - Piata tinta - Evaluarea cantitativa a principalelor actiuni		2 ore
Elaborarea si evaluarea obiectivelor de marketing		2 ore
Elaborarea planului de marketing - Tipologia planului de marketing - Continutul unui plan de marketing		4 ore
Concluzii si contributii asupra strategiei de marketing realizate		2 ore
Bibliografie		
1. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab.- <i>Organizarea filierei oleaginoaselor în România – decalaje față de Uniunea Europeană</i> , Editura Cartea Universitară, București 2007.		
2. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab.- <i>Competitivitatea pe filiera cerealelor panificabile</i> , Editura Cartea Universitară, București 2007.		
3. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Analiza filierei sectorului legume – fructe în România</i> , , Editura Cartea Universitară, București 2008.		
4. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Analiza filierei sectorului lapte în România</i> , , Editura Cartea Universitară, București 2009.		
5. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab <i>Analiza filierei sectorului vitivinicol în România</i> - Editura Cartea Universitară, București 2009		
6. Turek Rahoveanu Adrian (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Analiza filierei sectorului zahăr în România. Decalaje față de Uniunea Europeană</i> , Editura Cartea Universitară, București 2010		
7. Manole Victor (coordonator), Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Piața produselor agroalimentare în România – tradiționale și ecologice</i> - Editura Tribuna Economică, București 2010		
8. Magdalena Turek Rahoveanu si colab - <i>Piața produselor tradiționale din România</i> - Editura Ars Academica, București 2009.		
9. Robert L.Heilbroner-Filozofii lucrurilor pamantesti,Ed.Humanitas,1994;		
10. P.Kotler-Marketing de A la Z,Ed.Codecs,2004;		
11. Alvin Toffler-Previziuni. Editura Antet. București.1983;		

12. Alvin Toffler-Puterea in miscare,Editura Antet, Bucuresti, 1995;

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

- Cursul și aplicațiile de laborator oferă noțiunile teoretice specifice calificărilor (conform COR): * 213201 Consilier inginer agronom * 213202 Expert inginer agronom * 213203 Inspector de specialitate inginer agronom * 213204 Referent de specialitate inginer agronom * 213213 Subinginer agronom * 213225 Inginer agronom * 213227 Consultant tehnic in productia de cereale, plante tehnice si furaje* 213229 Agent agricol * 213232 Tehnician agronom – exploatare * 213240 Inginer de cercetare in agricultura * 213241 Asistent de cercetare in agricultură.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Examen scris	Grila	40%
	Examen oral	Orala	30%
10.5 Seminar/laborator	Verificare	Orală	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Aplicare, transfer și rezolvare de probleme			

Data completării
21.09.2024

Semnătura titularului de curs
**Prof.dr.habil.Maria Magdalena
TUREK-RAHOVEANU**

Semnătura titularului de seminar
**Prof.dr.habil.Maria Magdalena
TUREK-RAHOVEANU**

Data avizării în Consiliul Departamentului
30.09.2024

Semnătura directorului de departament,
Şef lucr. dr. ing. Gabriela Alina CIOROMELE

Data aprobării în Consiliul Facultății
04.10.2024

Semnătura decanului facultății,
Prof. ec. dr. ing. Adrian Mihai GOANȚĂ