

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca |
| 1.2 Facultatea | Autovehicule Rutiere, Mecatronică și Mecanică |
| 1.3 Departamentul | Autovehicule Rutiere și Transporturi |
| 1.4 Domeniul de studii | Ingineria autovehiculelor |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | Autovehicule rutiere /Inginer |
| 1.7 Forma de învățământ | IF – învățământ cu frecvență |
| 1.8 Codul disciplinei | 63.00 |

2. Date despre disciplină

| | | | | | |
|--|---|---------------|---|-----------------------|-----|
| 2.1 Denumirea disciplinei | Marketing | | | | |
| 2.2 Titularul de curs | S.L.dr.ec. Ioana SECHEL - ioana.sechel@auto.utcluj.ro | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect | S.L.dr.ec. Ioana SECHEL - ioana.sechel@auto.utcluj.ro | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | 4 | 2.5 Semestrul | 2 | 2.6 Tipul de evaluare | Ex |
| 2.7 Regimul disciplinei | Categoría formativă | | | | DID |
| | Opționalitate | | | | DI |

3. Timpul total estimate

| | | | | | | | | | | |
|--|----|-----------|----------|----|-------------|-----|---------------|----|-------------|----|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 3 | din care: | 3.2 Curs | 2 | 3.3 Seminar | 0 | 3.3 Laborator | 1 | 3.3 Proiect | 0 |
| 3.4 Număr de ore pe semestru | 42 | din care: | 3.5 Curs | 28 | 3.6 Seminar | 0 | 3.6 Laborator | 14 | 3.6 Proiect | 0 |
| 3.7 Distribuția fondului de timp (ore pe semestru) pentru: | | | | | | | | | | |
| (a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | | | | | | 21 |
| (b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren | | | | | | | | | | 10 |
| (c) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | | | | | | 15 |
| (d) Tutoriat | | | | | | | | | | 9 |
| (e) Examinări | | | | | | | | | | 3 |
| (f) Alte activități: | | | | | | | | | | 0 |
| 3.8 Total ore studiu individual (suma (3.7(a))...3.7(f))) | | | | | | 58 | | | | |
| 3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8) | | | | | | 100 | | | | |
| 3.10 Numărul de credite | | | | | | 4 | | | | |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|---------------|
| 4.1 de curriculum | Nu este cazul |
| 4.2 de competențe | Nu este cazul |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|---|---------------|
| 5.1. de desfășurare a cursului | Nu este cazul |
| 5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului / proiectului | Nu este cazul |

6. Competențele specifice acumulate

| | |
|-------------------------|---|
| Competențe profesionale | <p>Disciplina urmărește să asigure studenților:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cunoștințe de specialitate privind aplicarea elementelor de marketing în piața; • Utilizarea elementelor specifice marketingului în vederea optimizării activității unei firme; • Realizare de chestionare necesare procesului de cercetare în marketing; • Explicarea, interpretarea și aplicarea problemelor specifice activității de marketing; • Utilizarea calculatorului (și a soft-urilor aferente) în analiza statistică a fenomenelor de marketing; <p>După parcurgerea disciplinei studenții vor fi capabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> • să aplice metode și tehnici adecvate de marketing, ținând cont de particularitățile specifice ale industriei auto; • să coreleze alegerea metodelor de marketing în funcție de scopul urmărit; • să utilizeze principii și metode de bază privind procesele de cercetare și analiza în marketing; • să utilizeze adecvat criteriile și metodele standard de marketing în identificarea dinamicii pieței. |
| Competențe transversale | <ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea adecvată și eficientă a metodelor și tehnicilor de învățare moderne; • Dezvoltarea abilităților de analiză și decizie; • Dezvoltarea abilităților de utilizare a tehnologiei informaționale și de comunicare (TIC). |

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

| | |
|---------------------------------------|---|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Dezvoltarea de competențe în domeniul marketingului aplicat în piața și economie, în sprijinul formării și dezvoltării profesionale. |
| 7.2 Obiectivele specifice | <ol style="list-style-type: none"> 1. Asimilarea cunoștințelor teoretice privind marketingul în piața și economie 2. Obținerea deprinderilor pentru aplicarea în practică a unor metode de marketing specifice 3. Utilizarea metodelor analitice de analiză a procesului de marketing 4. Elaborarea de chestionare. |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Nr. ore | Metode de predare | Observații |
|--|---------|--|-------------------------|
| 1. Prezentare curs. Scop, obiective, cerințe. Definiția și evoluția conceptului de marketing | 2 | Expunere și aplicații. Studii de caz. | Predare cursuri on-site |
| 2. Dimensiuni ale mixului de marketing în piața (I) | 2 | | |
| 3. Dimensiuni ale mixului de marketing în piața (II) | 2 | | |
| 4. Procesul de cercetare în marketingul firmelor din piața | 2 | | |
| 5. Elemente de statistică descriptivă utilizate în marketing | 2 | | |
| 6. Segmentarea pieței | 2 | | |
| 7. Analiza mediului de marketing | 2 | | |
| 8. Optimizarea portofoliului de produse | 2 | | |
| 9. Politici și strategii de stabilire a pretului unui produs | 2 | | |
| 10. Alegerea amplasării punctelor de vânzare | 2 | | |
| 11. Distribuția produselor | 2 | | |

| | | | |
|--|---------|--|-----------------|
| 12. Analiza comparativa a mai multor produse/modele | 2 | | |
| 13. Politici și strategii de introducere în piața a unui nou produs/model | 2 | | |
| 14. Recapitulare curs. Prezentare condiții și cerințe examinare. | 2 | | |
| Bibliografie Miller Donald – Marketingul simplificat, Editura Act și Politon, 2023. Kotler Philip – Principles of marketing, Pearson, 2019. Mariasiu F. – Marketing aplicat în piața auto, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2012. Branzas P. - Marketing, Editura Sincron, Cluj-Napoca, 2000. Farris P.W. – Marketing metrics, Pearson Education, 2008. Kotler P. – Managementul marketingului, Editura Teora, București, 1997. Naghiu M.O., Bacali L. – Implicațiile psihologiei în marketing, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2013 | | | |
| 8.2 Seminar / laborator / proiect | Nr. ore | Metode de predare | Observații |
| 1. Utilizarea analizei SWOT în piața | 2 | Expunere și aplicații. Studii de caz. | Predare on-site |
| 2. Metoda Boston Consulting Group (BCG) | 2 | | |
| 3. Coeficientul de concentrare Gini | 2 | | |
| 4. Legea gravitației comerciale | 2 | | |
| 5. Diferențiala semantică | 2 | | |
| 6. Scala Likert | 2 | | |
| 7. Recapitulare lucrări. Prezentarea și evaluarea dosarului de laborator. | 2 | | |
| Bibliografie Mariasiu F. – Marketing aplicat în piața auto, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2012. | | | |

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

| |
|---|
| Competențele acumulate vor fi necesare angajaților care-și desfășoară activitatea în cadrul unităților ce funcționează în sfera pieței și industriei auto, precum și în domeniile conexe cu acestea (marketing, vânzări, activități de promovare, firme de consultanță, institute de cercetare sociologice) |
|---|

10. Evaluare

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|--|--|---------------------------------|------------------------------|
| 10.4 Curs | Rezolvarea subiectelor teoretice și a unei probleme specifice disciplinei. | Test grila | 70% |
| 10.5 Seminar/Laborator /Proiect | Rezolvarea temelor/aplicațiilor date. | Verificare lucrări de laborator | 30% |
| 10.6 Standard minim de performanță Efectuarea completă a lucrărilor de laborator și a aplicațiilor. Rezolvarea corectă a cerințelor itemilor de la proba scrisă/test grila, minim nota 5 (cinci) | | | |

| Data completării: | Titulari | Titlu Prenume NUME | Semnătura |
|--------------------------|-----------------|---------------------------|------------------|
| 23.06.2025 | Curs | S.L.dr.ec. Ioana SECHEL | |
| | Aplicații | S.L.dr.ec. Ioana SECHEL | |
| | | | |

| | |
|---|---|
| Data avizării în Consiliul Departamentului ART 24.06.2025 _____ | Director Departament Prof.dr.ing. Barabás István |
| Data aprobării în Consiliul Facultății ARMM 25.06.2025 _____ | Decan Prof.dr.ing. Filip Nicolae |