

## 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                | Inginerie mecanica                                                       |
| 1.5 Ciclul de studii                  | Licență                                                                  |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | Masini si Instalatii pentru Agricultura si Industrie Alimentara /Inginer |
| 1.7 Forma de învățământ               | IF – învățământ cu frecvență                                             |
| 1.8 Codul disciplinei                 | 64.00                                                                    |

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

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

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

## 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.<br>Studii de caz. | Predare cursuri on-site |
| 2. Dimensiuni ale mixului de marketing în piață (I)                                          | 2       |                                          |                         |
| 3. Dimensiuni ale mixului de marketing în piață (II)                                         | 2       |                                          |                         |
| 4. Procesul de cercetare în marketingul firmelor din piață                                   | 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 si strategii de stabilire a pretului unui produs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2       |                                          |                 |
| 10.Alegerea amplasarii punctelor de vanzare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2       |                                          |                 |
| 11.Distributia produselor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 2       |                                          |                 |
| 12.Analiza comparativa a mai multor produse/modele                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2       |                                          |                 |
| 13.Politici si strategii de introducere in piata a unui nou produs/model                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2       |                                          |                 |
| 14.Recapitulare curs. Presentare conditii si cerinte examinare.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 2       |                                          |                 |
| Bibliografie<br>Miller Donald – Marketingul simplificat, Editura Act si Politon, 2023.<br>Kotler Philip – Principles of marketing, Pearson, 2019.<br>Mariasiu F. – Marketing aplicat in piata auto, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2012.<br>Branzas P. - Marketing, Editura Sincron, Cluj-Napoca, 2000.<br>Farris P.W. – Marketing metrics, Pearson Education, 2008.<br>Kotler P. – Managementul marketingului, Editura Teora, Bucuresti, 1997.<br>Naghiu M.O., Bacali L. – Implicatiile psihologiei in marketing, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2013 |         |                                          |                 |
| 8.2 Seminar / laborator / proiect                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Nr. ore | Metode de predare                        | Observatii      |
| 1.Utilizarea analizei SWOT in piata                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2       | Expunere si aplicatii.<br>Studii de caz. | Predare on-site |
| 2.Metoda Boston Consulting Group (BCG)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2       |                                          |                 |
| 3.Coeфициentul de concentrare Gini                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2       |                                          |                 |
| 4.Legea gravitatiei comerciale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2       |                                          |                 |
| 5.Diferentiala semantica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2       |                                          |                 |
| 6.Scala Likert                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2       |                                          |                 |
| 7.Recapitulare lucrari. Presentarea si evaluarea dosarului de laborator.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2       |                                          |                 |
| Bibliografie<br>Mariasiu F. – Marketing aplicat in piata 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 unitatilor ce functioneaza in sfera pietei si industriei auto, precum si in domeniile conexe cu acestea (marketing, vanzari, activitati de promovare, firme de consultanta, 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/aplicatiilor date.                                      | Verificare lucrari de laborator | 30%                          |
| 10.6 Standard minim de performanță<br>Efectuarea completa a lucrărilor de laborator și a aplicațiilor.<br>Rezolvarea corectă a cerințele itemilor de la proba scrisă/test grila, minim nota 5 (cinci) |                                                                            |                                 |                              |

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

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