

FIȘA DISCIPLINEI:  
“Managementul marketingului

**SPECIALIZAREA:**  
MANAGEMENT, MARKETING ȘI RESURSE UMANE

Anul de studii: 1  
Semestrul: 2

<b>Titularul cursului:</b> <i>Lector dr.ec. BENEĂ MARIUS CĂLIN</i>					
<b>Colaboratori:</b> <i>Lector dr.ec. BENEĂ MARIUS CĂLIN</i>					
<b>Numar de ore/saptamana/Verificarea/Credite</b>					
<b>Curs</b>	<b>Seminar</b>	<b>Laborator</b>	<b>Proiect</b>	<b>Examinare</b>	<b>Credite</b>
<b>10</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>E</b>	<b>4</b>

**A. OBIECTIVELE CURSULUI**

Cursul are ca obiectiv principal formarea unei culturi complexe în domeniul managementului marketingului. Se urmărește dezvoltarea capacității și aptitudinilor necesare analizelor strategice și managementului marketingului integrat și înțelegerea implicării lor în performanța organizației. Cursul își propune să asiste studenții în înțelegerea conceptelor, caracteristicilor și practicilor de bază din managementul marketingului și aplicarea lor pentru asigurarea eficacității și eficienței companiilor.

**B. SUBIECTELE CURSULUI**

1. Organizarea activității de marketing
2. Sistemul informațional de marketing
3. Procesul decizional de marketing
4. Planificarea și planul de marketing

**C. SUBIECTELE APLICAȚIILOR - SEMINAR**

1. Cadrul general de abordare a organizării activității de marketing.
2. Proiectarea sistemului informațional de marketing.
3. Fundamentarea deciziei de marketing.
4. Planul de marketing și organizarea planificării de marketing

**D. BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ**

1. [Kotler](#), Ph., Keller, K. L. - *Marketing Management*, Pearson Education Ltd, 2012
2. Kotler, Ph., *Principiile marketingului*, Editura Teora, București, 2008.
3. Kotler, Ph, *Marketing de la A la Z - 80 de concepte pe care trebuie să le cunoască orice manager*, Editura Codecs, București, 2004

**E. PROCEDURA DE EVALUARE**

Forma de examinare – E (scris)

Examenul se finalizează cu o notă ce reprezintă media ponderată a notelor de la activitatea pe parcurs (50%) și de la examen (50%). Nota de la activitatea pe parcurs este media (rotunjită la valoare întreagă prin adăugare) a notelor de la laborator și a temei de casă. Nota de la examen este media (rotunjită la valoare întreagă prin adăugare) notelor de la 2 subiecte teoretice și a unei aplicații.

## **F. COMPATIBILITATE INTERNACIONALA**

1. Université d'Angers: [www.univ-angers.fr](http://www.univ-angers.fr)
2. Université de Paris XII: [www.univ-paris12.fr](http://www.univ-paris12.fr)
3. Université de Nantes: [www.univ-nantes.fr](http://www.univ-nantes.fr)
4. Université Joseph Fourier Grenoble: [www.ujf-grenoble.fr](http://www.ujf-grenoble.fr)

Hunedoara, februarie, 2013

**DIRECTOR DE PROGRAM  
STUDII POSTUNIVERSITARE,**

**Conf. dr. ing. DEACONU Sorin**

**TITULAR DE DISCIPLINĂ,**

**Lect.dr.ec. BENEĂ Marius Călin**