



**ROMÂNIA**

*Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului*

**Universitatea „ARTIFEX” din București**

**Str. Economu Cezarescu nr. 47, sector 6,**

Telefoane: 316.61.67; 316.61.68; 316.61.69 Fax: 316.61.68; 316.61.69

Website: [www.artifex.org.ro](http://www.artifex.org.ro)

---

**FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING  
SPECIALIZAREA MARKETING**

**GHID PRIVIND DESFĂȘURAREA PRACTICII DE  
SPECIALITATE ȘI ELABORAREA CAIETULUI DE PRACTICĂ  
2010-2011**

**I. OBIECTIVELE PRACTICII IN DOMENIUL MARKETING**

Studentii din anul II de studiu de la specializarea Marketing au obligația de a efectua, conform planurilor de învățământ, un stagiu de trei săptămâni de practică în unități economice, în semestrul al doilea, în perioada 09.05-27.05. 2011

Disciplina „Practica de specialitate” face parte din categoria disciplinelor de specialitate prevăzută în planurile de învățământ cu un număr de 90 de ore (3 săptămâni de practică cu câte 30 de ore pentru fiecare săptămână, respectiv 6 ore pe zi x 15 zile lucrătoare) și 3 puncte de credit, finalizată prin colocviu.

Obiectivele practicii de specialitate sunt :

- documentarea teoretică și practică la unitate patrimonială;
- îmbinarea cunoștințelor acumulate la orele de cursuri, seminarii, lucrări practice la disciplinele de specialitate;
- cunoașterea corectă a modulului de desfășurare a practicilor din domeniul Marketing în unitățile patrimoniale;
- formarea la studenți, prin efort direct, sistematic și dirijat a concepției proprii de înțelegere, judecare, utilizare și valorificare a modalitatilor practice de conducere a activitatilor de marketing din cadrul unităților patrimoniale din orice domeniu de activitate, adaptate mecanismelor și instrumentelor de gestiune a întreprinderii;
- concretizarea, prin efort propriu, pe răspunderea studentului, a lucrărilor practice specifice de prezentare, analiză și control, a proceselor de marketing;

- justificarea cu argumente a sistemului de înregistrări, calcule și operații;
- sesizarea unor aspecte privind activitatea de marketing și logistică și formularea de concluzii și propuneri .

## II. CONȚINUTUL PRACTICII

Practica se desfășoară prin studierea și efectuarea de lucrări, studenții având posibilitatea alegerii uneia din următoarele 7 teme:

### 1) Cunoașterea unității economice și a modului de desfășurare a proceselor de marketing la nivelul firmei:

- prezentarea întreprinderii, scurt istoric, domeniu de activitate, mediul de marketing, personalul, organizarea generală, principalii indicatori economico-financiari;
- prezentarea succintă a sistemului de marketing existent;
- mediul extern și mediul intern al întreprinderii;
- relațiile întreprinderii cu mediul extern;
- indicatorii capacității productive;
- indicatorii capacității financiare;
- indicatorii capacității comerciale;
- indicatorii capacității organizatorice;

### 2) Mixul de marketing al firmei:

- strategia de piață a întreprinderii;
- poziționarea produselor pe piață;
- strategii de înnoire a ofertei de produse la nivelul întreprinderii;
- calitatea, standardizarea și certificarea produselor;
- poziționarea produselor pe piață;
- strategii de înnoire a ofertei de produse la nivelul întreprinderii;
- distribuția mărfurilor;
- canale de distribuție;
- distribuția fizică;
- optimizarea proceselor de distribuție;
- strategii de distribuție.
- activitatea promoțională a întreprinderii,

- tehnici și mijloace publicitare;
- promovarea vânzărilor;
- forțele de vânzare;
- strategii promoționale.

### **3) Analiza SWOT și planul de marketing al firmei:**

- planificarea de marketing a firmei;
- analiza SWOT la firmei;
- planul și planificarea de marketing;
- metode de planificare și control.

### **4) Analiza modului de servire a clienților:**

- măsurarea nivelului de servire;
- durata ciclului comenzii;
- impactul asupra vânzărilor firmei,
- impactul asupra profitului firmei;

### **5) Analiza activităților de cumpărare a mărfurilor la nivelul firmei:**

- obiectivele cumpărării;
- cumpărarea – centru de profit;
- decizii strategice referitoare la sursele de cumpărare;
- identificarea, evoluția și selecția furnizorilor;
- managementul bazei de furnizori.

### **6) Analiza transportul de mărfuri.**

- cererea de transport;
- structura costurilor de transport;
- analiza comparată a modurilor de transport;
- transportul intermodal;
- decizii strategice și operaționale;
- evaluarea și selecția transportatorilor;
- programarea transporturilor și stabilirea rutelor.

### **7) Analiza stocurilor și a depozitelor mărfuri:**

- tipuri de stocuri;
- costuri generate de stocuri;
- planificarea în condiții de certitudine și incertitudine;
- controlul continuu și periodic;
- metode de control;
- controlul agregat al stocurilor;
- funcțiile depozitelor;
- variante și metode de amplasare a stocurilor;
- amplasarea depozitelor;
- aranjarea mărfurilor în depozit.

**Practica se finalizează** printr-un colocviu la care studenții vor prezenta **caietul de practică** în care se consemnează elementele semnificative privind activitățile și temele studiate, cuprinzând:

- **adeverință de la unitatea economică** la care a făcut practica, cu indicarea perioadei exacte de efectuare a stagiului;

- **o lucrare monografică**, elaborată la unitatea economică, care va cuprinde următoarele elemente:

- prezentarea, pe scurt, a elementelor teoretice;
- date despre unitatea economică: obiect de activitate, volum de activitate, profit realizat etc.;
- modul de organizare a activităților aferente temei alese;
- conținutul și analiza proceselor aferente temei alese, precum și modul de prelucrare și înregistrare a informațiilor, privind una din temele propuse.

### **III. FORMA, MODUL ȘI LOCUL DE DESFĂȘURARE A PRACTICII**

Practica se desfășoară pe propria răspundere a studentului, sub îndrumarea cadrului didactic desemnat de către Catedra de Management-Marketing.

Alegerea entității patrimoniale (întreprindere, instituție publică, unitate bancară, organizație non-profit, etc.) ca loc de desfășurare aparține, de asemenea, studentului. În măsura în care studentul nu reușește prin forțe proprii să-și rezolve problema locului de desfășurare a practicii, entitatea patrimonială va fi stabilită cu sprijinul cadrului didactic îndrumător de practică la una din unitățile economice cu care Facultatea de Management-Marketing a încheiat Convenții de practică.

În extremis, în măsura în care studentului nu i se poate asigura o bază de practică în una din entitățile patrimoniale, se poate folosi varianta practicii în universitate. În acest scop, prin studiul individual consemnat în caietul de practică, al normelor și reglementărilor din țara noastră, se va asigura cunoașterea tematicii ce formează obiectul programei analitice. Totodată în cadrul activităților de laborator sub îndrumarea directă a cadrului didactic se va elabora și prezenta lucrarea monografică solicitată.

#### **IV. EVALUARE**

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- a) conținutul și forma lucrării de practică în ceea ce privește prezentarea problemelor din programa de practică;
- b) modul de prezentare a lucrării;
- c) răspunsurile la întrebările legate de stagiul de practică efectuat;
- d) comportamentul studentului privind frecvența, responsabilitatea și seriozitatea în realizarea practicii.

#### **BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ**

1. Balaure Virgil (coordonator) – *Marketing*, Editura Uranus, București, 2006.
2. Bălan Carmen – *Logistica* – Editura Univers, București, 2006.
3. Cătoiu Iacob (coordonator) – *Cercetări de marketing*, Editura Univers, București, 2002.
4. Kotler Philip – *Principiile marketingului*, Editura Teora, București, 1998.
5. Năstase Dan – *Logistica mărfurilor* – Editura Arvin Press, București, 2009
6. Olaru, Silvia – *Marketing, teorie și aplicații*, Editura Lumina Lex, București, 2006.
7. Pop Nicolaie – *Marketing*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996.
8. Thomas J., Michael – *Manual de marketing*, Editura Codecs, București, 2008.
9. Udrescu Mircea, Coderie Constantin, *Managementul Marketingului*, Editura Artifex, București, 2010.
10. \*\*\* Colecția Monitorul Oficial al României, București, 2008-2010.

Nota: De asemenea, se va avea în vedere și legislația care reglementează tema aleasă pentru întocmirea dosarului de practică.

Opțiunea personală pentru efectuarea practicii economice

**DOMNULE DECAN,**

Subsemnatul(a).....  
student(ă) în anul....., grupa....., Facultatea de Management-Marketing, specializarea  
Marketing a-mi aproba efectuarea stagiului de practică economică pentru anul universitar 2010 - 2011  
în cadrul firmei „.....”

Practica se va desfășura sub îndrumarea specialiștilor firmei și a coordonatorului din partea  
Facultății.

Precizez că am luat la cunoștință de obiectivele didactice care trebuie realizate pe timpul  
efectuării stagiului de practică.

Data.....

Semnătura.....

**NOTĂ:** Opțiunea poate fi acceptată în întregime sau în parte. Ceea ce nu se acceptă se decide de către conducerea facultății, făcându-se  
precizările de rigoare. În final, se întocmește un tabel centralizator din care rezultă numele și prenumele studentului, organizația unde se execută  
practica și coordonatorul proiectului de practică. Acesta se afișează sub semnătura decanului de facultate, devenind obligatoriu.

# **A N U N Ţ**

## **În atenția studenților anul II și anul III de studiu specializarea Marketing**

### **Anul universitar 2009-2010**

- 1. În perioada 09.05-27.05. 2011 se desfășoară stagiul de practică economică.**
- 2. Durata practicii este de 3 săptămâni cu program zilnic de 6 ore; total 90 ore.**
- 3. Tematica practicii se afișează pe site-ul universității și la avizier.**
- 4. Rezultatele desfășurării practicii se consemnează într-un caiet de practică ce va sta la baza verificării de către cadrul (cadrele) didactic (e).**
- 5. Programarea colocviului de practică va avea loc în sesiunea de examene a semestrului II.**

UNIVERSITATEA “ARTIFEX” DIN BUCUREȘTI  
FACULTATEA MANAGEMENT-MARKETING  
SPECIALIZAREA MARKETING

# CAIET DE PRACTICĂ

Student.....

2010

*Model*

Unitate.....  
Localitate.....  
Tel/Fax.....

Nr...../Data

### **ADEVERINȚĂ**

Prin prezenta se adeverește că studentul(a).....din  
anul....., specializarea.....grupa....., Facultatea  
Management-Marketing, Universitatea „Artifex” din București a efectuat stagiul de practică  
în perioada....., în cadrul unității noastre.

Director

# STAGIUL DE PRACTICĂ

## Perioada de desfășurare:

De la .....până la.....

Program de lucru zilnic, între orele.....

## Îndrumător desemnat:

Numele și prenumele.....

Gradul didactic.....

Telefon, e-mail.....

## Societatea:

Denumire.....

Sediul social.....

Domeniul de activitate.....

*(se va menționa codul CAEN)*

## Cadrul de desfășurare a activității:

Locație.....

*(ex. Birou contabilitate, serviciul financiar, serviciul marketing....)*

## **ATENȚIE**

**Caietul de practică se completează cu lucrarea monografică conform temelor propuse.**

Cuprinsul orientativ al lucrării monografice:

Capitolul 1 – Prezentarea pe scurt a elementelor teoretice aferente temei alese conform bibliografiei (10 pag.).

Capitolul 2 – Prezentarea studiului de caz, a monografiei cu privire la tema aleasă, inclusiv prezentarea generală a entității economice în care s-a efectuat practica (obiect de activitate, clienți, furnizori, produse și servicii, structura organizatorică etc.).

Capitolul 3- Concluzii.

Bibliografie.

Numărul de pagini va fi cuprins între 30-40 (Times New Roman, cu caracter de 12 la un rând și jumătate) .

Elementele teoretice vor fi însoțite de trimiteri în note de subsol astfel:

Autor(i)....., carte....., editură....., an apariție....., loc apariție.....

# CHESTIONAR

Nr.crt.		<b>Punctaj</b> (min = 1; max = 5)
<b>1.</b>	<b>Relevanța stagiului de practică pentru formarea ca specialist</b>	
	a) Gradul de încadrare a activității desfășurate în tematica recomandată	
	b) În ce măsură sarcinile de lucru au fost trasate clar și s-a urmărit realizarea lor ?	
	c) Gradul de folosire a cunoștințelor dobândite în facultate	
	d) În ce măsură abilitățile practice dobândite vă sunt utile?	
<b>2.</b>	<b>Condițiile de desfășurare a activității de practică</b>	
	a) Condiții de lucru (spațiu, atmosfera, etc)	
	b) În ce măsură echipamentul pus la dispoziție a corespuns sarcinilor trasate ?	
	c) Nivelul de îndrumare acordat de specialistul desemnat de societate	
	d) Nivelul ajutorului colegial primit	
<b>3.</b>	<b>Perspective de colaborare</b>	
	a) În ce măsură vă doriți continuarea activității în aceeași firmă (eventual ca angajat) ?	
	b) În ce măsură poate fi recomandată această firmă unui coleg?	