

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

|                                                    |                                       |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|
| 1.1 Instituția de învățământ superior              | UNIVERSITATEA “ARTIFEX” DIN BUCUREȘTI |
| 1.2 Facultatea                                     | MANAGEMENT-MARKETING                  |
| 1.3 Departamentul                                  | MANAGEMENT-MARKETING                  |
| 1.4 Domeniul de studii <sup>1</sup>                | MARKETING                             |
| 1.5 Ciclul de studii                               | LICENȚĂ                               |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea <sup>2</sup> | MARKETING                             |
| 1.7 Forma de învățământ                            | IF (Învățământ cu Frecvență)          |
| 1.8 Limba de studiu                                | Română                                |
| 1.9 Anul universitar                               | 2025-2026                             |

## 2. Date despre disciplină<sup>3</sup>

|                                        |   |               |                              |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
|----------------------------------------|---|---------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------|---|-----------------------------|---|
| 2.1 Denumirea disciplinei              |   |               | TEHNICI PROMOȚIONALE         |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.2 Codul disciplinei                  |   |               | 0231OS 2102                  |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.3 Titularul activităților de curs    |   |               | Lect. univ. dr. Zoica Nicola |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.4 Titularul activităților de seminar |   |               | Lect. univ. dr. Zoica Nicola |                                                                       |   |                                                                            |   |                             |   |
| 2.5 Anul de studiu                     | 2 | 2.6 Semestrul | 1                            | 2.7 Tipul de evaluare<br>(E - examen / V - verificare / C - colocviu) | E | 2.8 Regimul disciplinei<br>(O - obligatorie, A - opțională, F-facultativă) | O | 2.9 Numărul de credite ECTS | 4 |

## 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

|                                                                                                |    |                       |    |                         |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------|----|-------------------------|-----|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână                                                                  | 3  | din care:<br>3.2 curs | 2  | 3.3 seminar / laborator | 1   |
| 3.4 Numărul de săptămâni                                                                       | 14 |                       |    |                         |     |
| 3.5 Total ore didactice din planul de învățământ <sup>4</sup>                                  | 42 | din care:<br>3.6 curs | 28 | 3.7 seminar / laborator | 14  |
| 3.8 Studiu individual, din care <sup>5</sup> :                                                 |    |                       |    |                         | ore |
| Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată  |    |                       |    |                         | 12  |
| Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri                         |    |                       |    |                         | 12  |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren |    |                       |    |                         | 9   |
| Pregătire pentru prezentări sau verificări                                                     |    |                       |    |                         | 9   |
| Pregătire pentru examinarea finală                                                             |    |                       |    |                         | 6   |
| Examinări                                                                                      |    |                       |    |                         | 4   |
| Consultații                                                                                    |    |                       |    |                         | 6   |
| Alte activități: .....                                                                         |    |                       |    |                         | -   |

<sup>1</sup> Management/Marketing/Administrarea afacerilor/Finanțe/Contabilitate

<sup>2</sup> Management/Marketing/Economia comerțului, turismului și serviciilor/Finanțe și bănci/Contabilitate și informatică de gestiune/Management organizațional/Marketing și comunicare în afaceri/Administrarea afacerilor în comerț, turism și servicii/Management financiar-bancar și de asigurări/Managementul sistemului informațional financiar-contabil

<sup>3</sup> Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

<sup>4</sup> Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

<sup>5</sup> Distribuția fondului de timp este responsabilitatea cadrului didactic

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.9 Total ore studiu individual                                          | <b>58</b>  |
| 3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore) <sup>6</sup> | <b>100</b> |

#### 4. Precondiții<sup>7</sup> (acolo unde este cazul)

|                   |                  |
|-------------------|------------------|
| 4.1 de curriculum | <b>MARKETING</b> |
| 4.2 de competențe | -                |

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.1 De desfășurare a cursului                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă;</li> <li>• Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise;</li> <li>• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.</li> </ul>                                                                                |
| 5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet;</li> <li>• Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise;</li> <li>• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar;</li> <li>• Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.</li> </ul> |

#### 6. Competențele specifice acumulate<sup>8</sup>

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Competențe profesionale | <b>C5 UTILIZAREA TEHNICILOR DE VANZARE</b><br>C5.1 Definirea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare<br>C5.2 Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare<br>C5.3 Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare<br>C5.4 Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare<br><b>C6 ORGANIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE MARKETING ÎN CADRUL ORGANIZAȚIEI</b><br>C6.3 Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru organizarea activităților de marketing<br>C6.4 Analiza și evaluarea critică a activităților în cadrul departamentului de marketing<br>C6.5 Propunerea modalităților de creștere a eficienței organizării activităților de marketing |
| Competențe transversale |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

#### 7. Obiectivele disciplinei (în strânsă legătură cu competențele profesionale și transversale)

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei <sup>9</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea și înțelegerea mecanismelor de comunicare și promovare utilizate în organizații, aprofundarea cunoștințelor necesare pentru implementarea politicii de promovare a organizațiilor moderne și evidențierea caracterului integrator al conceptelor și instrumentelor de marketing care definesc politica de promovare a acestora.</li> </ul> |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

<sup>6</sup> Totalul orelor pe semestru trebuie să fie egal cu numărul total de ore didactice din planul de învățământ (3.5) la care se adaugă numărul de ore de studiu individual (3.9)

<sup>7</sup> Se menționează, acolo unde este cazul, disciplinele necesare a fi fost parcurse anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurări a procesului educațional în cadrul disciplinei, precum și competențele pe care studentul trebuie să și le fi însușit anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurări a procesului educațional în cadrul disciplinei de față

<sup>8</sup> Se vor prelua informațiile din Anexa nr. 2 la planul de învățământ - Corelarea disciplinelor cu competențele profesionale și transversale.

<sup>9</sup> Va fi derivat din obiectivele programului de studii în al cărui plan de învățământ se regăsește disciplina

|                                                                       |                               |                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.2 Rezultatele învățării (obiectivele specifice)<sup>10</sup></b> | Cunoștințe:                   | Studentul/ Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct și marketingul evenimentelor. |
|                                                                       | Aptitudini:                   | Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. |
|                                                                       | Responsabilitate și autonomie | Studentul/Absolventul manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing.                                 |

## 8. Conținuturi

| <b>8.1 Curs</b>                                                                                                                                                                    | <b>Metode de predare / lucru</b>                                   | <b>Fond de timp</b> | <b>Referințe bibliografice<sup>11</sup></b>                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tema 1. Tehnicile promoționale și comunicarea de marketing a organizației.</b><br>Comunicarea în marketing și procesul de comunicare                                            | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 12<br>4-Cap.8<br>5-Cap. 16<br>3-Cap. 1<br>6-Cap. 10 |
| <b>Tema 2. Etapele realizării unei comunicări eficiente.</b><br>Strategii promoționale.<br>Elaborarea mixului promoțional                                                          | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 3 ore               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 12<br>2-curs 2 și 3<br>4-Cap.8<br>6-Cap. 10         |
| <b>Tema 3. Structura și rolul activității promoționale</b><br>Publicitatea                                                                                                         | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore               | Bibliografie obligatorie<br>4-Cap.8<br>1-cap. 12<br>3-cap. 1                           |
| <b>Tema 4. Strategia creativă și strategia media în publicitate.</b><br>Stimularea creativității care vinde.<br>Etapele conceperii unei reclame.<br>Planificare și strategie media | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 3 ore               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 12<br>4-Cap.8<br>5-cap. 16<br>2-curs 6 și 7         |
| <b>Tema 5. Publicitatea directă. Marketingul direct</b><br>Definiția și caracteristicile marketingului direct.<br>Avantaje și limitări ale marketingului direct.                   | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 14<br>4-cap. 8<br>2-curs 8                          |
| <b>Tema 6. Promovarea vânzărilor.</b><br>Tehnici de promovare a vânzărilor.<br>Criterii de clasificare a tehnicilor de promovare vânzărilor                                        | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap.13<br>4-Cap.8<br>2-curs 9                            |
| <b>Tema 7. Relațiile publice.</b>                                                                                                                                                  | Curs interactiv                                                    | 2 ore               | Bibliografie                                                                           |

<sup>10</sup> Se preiau integral sau parțial (daca sunt mai multe discipline care răspund aceluiași rezultate ale învățării) din Anexa nr. 1 la planul de învățământ – Corelarea disciplinelor cu rezultatele învățării

<sup>11</sup> Pentru fiecare temă a cursului se vor indica capitolul/capitolele din lucrarea indicată în bibliografie unde se regăsește tema propusă

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                    |               |                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------|
| Scopul relațiilor publice.<br>Principalele instrumente ale marketingului relațiilor publice.<br>Principalele decizii adoptate în cadrul marketingului relațiilor publice                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Conversație euristică<br>Metoda problematizării                    |               | obligatorie<br>1-Cap. 12<br>4-Cap.8<br>5-cap. 16<br>2-curs 10  |
| <b>Tema 8. Utilizarea mărcilor</b><br>Definiția mărcii și importanța brandingului.<br>Identitatea și personalitatea mărcii.<br>Tipuri de mărci.<br>Strategii de branding: extinderea mărcii, co-branding, rebranding.<br>Rolul mărcilor în crearea avantajului competitiv.                                                                                                                                                                                                            | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore         | Bibliografie obligatorie<br>4-Cap.8<br>2-Curs 11<br>5-cap. 16  |
| <b>Tema 9. Marketingul Evenimentelor – planificare, organizare și promovare.</b><br>Tipuri de evenimente și obiectivele acestora<br>Etapile planificării și organizării unui eveniment.<br>Strategii de promovare a evenimentelor.<br>Evaluarea impactului și succesului evenimentului.                                                                                                                                                                                               | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore         | Bibliografie obligatorie<br>2-curs 12<br>4-cap. 8<br>5-cap.16  |
| <b>Tema 10. Participarea la manifestări cu caracter expozițional.</b><br>Etapile programului de participare a firmelor la târguri și expoziții                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore         | Bibliografie obligatorie<br>2-Curs 13<br>4-Cap.8<br>5-cap. 16  |
| <b>Tema 10. Sponsorizarea și mecenatul</b><br>Dimensiunile unei acțiuni de sponsorizare.<br>Criterii de diferențiere dintre sponsorizare și mecenat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore         | Bibliografie obligatorie<br>2-Curs 14<br>4-Cap.8<br>5-cap. 16  |
| <b>Tema 12. Utilizarea forței de vânzare</b><br>Forța de vânzare și rolul său în turism și comerț<br>Obiectivele și strategia forței de vânzare.<br>Criteriile de organizare a forței de vânzare.<br>Fixarea mărimii și structurii forțelor de vânzare                                                                                                                                                                                                                                | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore         | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 13<br>2-Curs 15<br>4-Cap.8  |
| <b>Tema 13. Marketing digital și tehnici promoționale online</b><br>Canale digitale: social media, Google Ads, SEO/SEM, influencer marketing.<br>Content marketing și storytelling digital.                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Curs interactiv<br>Conversație euristică<br>Metoda problematizării | 2 ore         | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 14<br>2-Curs 16<br>7-cap. 4 |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                    | <b>28 ore</b> |                                                                |
| <b>Bibliografie obligatorie<sup>12</sup>:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gary Armstrong;Philip Kotler, (2016), Introducere în marketing, Editura Pearson, ISBN-978-973-0-21243-3;</li> <li>2. Nicola Zoica – Tehnici promoționale. Suport de curs, Platforma ARTIFEX (<a href="https://catalog.artifex.org.ro/">https://catalog.artifex.org.ro/</a>)</li> <li>3. Mecu, D.G. (2015) – Tehnici promoționale pe înțelesul tuturor, Editura Artifex, București;</li> </ol> |                                                                    |               |                                                                |

<sup>12</sup> Toate lucrările indicate în bibliografie fac parte din fondul de carte al UAB sau se regăsesc în biblioteci virtuale ce pot fi accesate de către studenți/masteranzi, fără restricții. Bibliografia va conține cel puțin o lucrare de referință din domeniul disciplinei și o lucrare a titularului de curs (suport de curs cu ISBN).  
Se recomandă ca bibliografia să conțină lucrări științifice apărute, preponderent, în ultimii 5 ani. Se pot include și articole științifice ale titularului de curs/seminar, în domeniul disciplinelor predate.

4. Nicola, Z. (2018) – Marketing. Coordonate teoretice și aplicații practice, Editura Artifex, București, ISBN 978-606-8716-35-0;
5. Balaure, V. (2002) – Marketing, Editura Uranus, București;
6. Irina Nicolau (2019), Marketingul serviciilor -ISBN-978-606-26-1124-8, Editura Prouniversitaria;
7. Deatcu C. (2017) – „Marketing online”, Editura Artifex, București, ISBN 978-606-8716-31-2.

#### **Bibliografie suplimentară:**

1. Anghel, L. D., (2009) - Tehnici promoționale – note de curs. ASE București
2. Balaure, V., Popescu, I. C., Șerbănică D. Vegheș, C. (2000) – Tehnici promoționale – probleme, analize, studii de caz, Editura Uranus, București
3. Cruceru, A. F., (2009) - Tehnici promoționale. Editura Uranus, București
4. <https://dairyplanets.com/wp-content/uploads/2025/07/Marketing-Management-15th-Edition-by-Philip-Kotler-PDFDrive-.pdf>
5. [https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/466/Andreica-R\\_Popescu-L-M\\_Craus-D\\_conf\\_septembrie\\_2017\\_vol\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/466/Andreica-R_Popescu-L-M_Craus-D_conf_septembrie_2017_vol_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

| <b>8.2 Seminar / laborator</b>                                                                                                                                 | <b>Metode de predare / lucru</b>                                                        | <b>Fond de timp</b> | <b>Referințe bibliografice</b>                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Procesul de comunicare                                                                                                                                         | Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateri dirijată; realizarea de teme.       | 1 oră               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 12<br>4-Cap.8<br>5-Cap. 16<br>3-Cap. 1<br>6-Cap. 10 |
| Evaluarea impactului unui anunț publicitar                                                                                                                     | Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateri; aplicație practică.                | 1 oră               | Bibliografie obligatorie<br>4-Cap.8<br>1-cap. 12<br>3-cap. 1                           |
| Analiza unui anunț publicitar                                                                                                                                  | Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateri; realizarea de teme.                | 2 ore               | Bibliografie obligatorie<br>4-Cap.8<br>1-cap. 12<br>3-cap. 1<br>6-Cap. 10              |
| Reguli privind execuția unei operațiuni de promovare a vânzărilor                                                                                              | Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateri; realizarea de teme.                | 2 ore               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap.13<br>4-Cap.8<br>2-curs 9                            |
| Stabilirea etapelor unui program de relații publice în turism                                                                                                  | Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateri; studiu de caz.                     | 1 oră               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap. 12<br>4-Cap.8<br>5-cap. 16<br>2-curs 10             |
| Evaluarea reacției la o acțiune de promovare a vânzărilor                                                                                                      | Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateri; aplicație practică.                | 1 oră               | Bibliografie obligatorie<br>1-Cap.13<br>4-Cap.8<br>2-curs 9                            |
| Branding: alegerea numelui, sloganului și siglei<br>Identificarea elementelor de identitate vizuală și verbală.<br>Analiză comparativă -sloganuri și logo-uri. | Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateri; realizarea de teme, studiu de caz. | 1 oră               | Bibliografie obligatorie<br>4-Cap.8<br>2-Curs 11<br>5-cap. 16                          |
| Stabilirea mărimii forței de vânzare                                                                                                                           | Exercițiul, demonstrația,                                                               | 1 oră               | Bibliografie                                                                           |

|                                                                         |                                                |               |                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                                         | exemplificarea, dezbateri; realizarea de teme. |               | obligatorie<br>1-Cap. 13<br>2-Curs 15<br>4-Cap.8                      |
| Marketingul evenimentelor<br>Planificarea și promovarea unui eveniment. | Studiu de caz                                  | 1 oră         | Bibliografie obligatorie<br>2-Curs 12, 13, 14<br>4-Cap.8<br>5-cap. 16 |
| Analiza demersurilor promoționale realizate pentru produsul/serviciul X | Proiect pe echipe; prezentarea proiectelor.    | 3 ore         | Bibliografia obligatorie                                              |
| <b>TOTAL</b>                                                            |                                                | <b>14 ore</b> |                                                                       |

#### **Bibliografie obligatorie:**

1. Gary Armstrong; Philip Kotler, (2016), Introducere in marketing, Editura Pearson, ISBN-978-973-0-21243-3;
2. Nicola Zoica – Tehnici promoționale. Suport de curs, Platforma ARTIFEX (<https://catalog.artifex.org.ro/>)
3. Mecu, D.G. (2015) – Tehnici promoționale pe înțelesul tuturor, Editura Artifex, București;
4. Nicola, Z. (2018) – Marketing. Coordonate teoretice și aplicații practice, Editura Artifex, București, ISBN 978-606-8716-35-0;
5. Balaure, V. (2002) – Marketing, Editura Uranus, București;
6. Irina Nicolau (2019), Marketingul serviciilor -ISBN-978-606-26-1124-8, Editura Prouniversitaria;
7. Deatcu C. (2017) – „Marketing online”, Editura Artifex, București, ISBN 978-606-8716-31-2.

#### **Bibliografie suplimentară:**

1. Anghel, L. D., (2009) - Tehnici promoționale – note de curs. ASE București
2. Balaure, V., Popescu, I. C., Șerbănică D. Vegheș, C. (2000) – Tehnici promoționale – probleme, analize, studii de caz, Editura Uranus, București
3. Cruceru, A. F., (2009) - Tehnici promoționale. Editura Uranus, București
4. <https://dairyplanets.com/wp-content/uploads/2025/07/Marketing-Management-15th-Edition-by-Philip-Kotler-PDFDrive-.pdf>
5. [https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/466/Andreica-R\\_Popescu-L-M\\_Craus-D\\_conf\\_septembrie\\_2017\\_vol\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/466/Andreica-R_Popescu-L-M_Craus-D_conf_septembrie_2017_vol_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

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

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mestesugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

### **10. Evaluare**

|                |                           |                         |                              |
|----------------|---------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|----------------|---------------------------|-------------------------|------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 10.4 Curs <sup>13</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoașterea terminologiei și a sistemului conceptual al disciplinei.</li><li>• Utilizarea adecvată a conceptelor, principiilor, normelor și metodelor specifice.</li><li>• Capacitatea de analiză, sinteză și interpretare a situațiilor problematice.</li><li>• Înțelegerea principiilor privind dezvoltarea firmelor și a mediului economico-social.</li><li>• Însușirea și aplicarea tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice.</li><li>• Corelarea aspectelor teoretice cu cele practice.</li><li>• Coerența logică în argumentare.</li><li>• Gândire critică și evaluarea oportunităților și riscurilor.</li><li>• Seriozitate, interes pentru studiul individual și implicare în activitatea de cercetare.</li></ul> | Examen scris în sesiunea de examene.                                                                           | 60 % |
| 10.5 Seminar/laborator <sup>14</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Înțelegerea și aplicarea corectă a terminologiei de specialitate.</li><li>• Capacitatea de interpretare a rezultatelor analizelor și studiilor de caz.</li><li>• Rezolvarea de probleme și exerciții practice privind tehnicile promoționale.</li><li>• Elaborarea și prezentarea de proiecte aplicative.</li><li>• Corelarea situațiilor practice cu principiile teoretice studiate.</li><li>• Coerența în prezentarea soluțiilor.</li><li>• Gândire analitică și critică.</li><li>• Seriozitate, implicare activă la seminar, interes pentru studiul individual.</li></ul>                                                                                                                                                               | Testarea continuă pe parcursul semestrului                                                                     | 20 % |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte | 20%  |
| 10.6 Standard minim de performanță                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                |      |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• însușirea vocabularului și a conceptelor fundamentale din domeniul tehnicilor promoționale;</li><li>• înțelegerea și explicarea principiilor și metodelor utilizate în activitățile promoționale;</li><li>• capacitatea de a aplica noțiunile de bază în analiza unor campanii și în evaluarea oportunităților și riscurilor promoționale;</li><li>• realizarea parțială a lucrărilor practice (analize de anunțuri publicitare, prezentări, teme, proiecte pe echipe);</li><li>• participarea la cel puțin jumătate dintre activitățile de seminar;</li><li>• obținerea notei minime de promovare (5) la examenul final.</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                |      |

Data completării: **25.09.2025**

Semnătura titularului de curs,  
Lect.univ.dr. Zoica Nicola

Semnătura titularului de seminar,  
Lect.univ.dr. Zoica Nicola

.....

.....

<sup>13</sup>Criteriile de evaluare se vor formula ținând seama de specificul disciplinei și al tematicii, precum și de rezultatele învățării

<sup>14</sup> Criteriile de evaluare se vor formula ținând seama de specificul disciplinei și al tematicii

Data avizării în departament: **30.09.2025**

Avizat,

Semnătura directorului de departament,  
Conf.univ.dr. Aurelian DIACONU

Responsabil program de studii,  
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: **30.09.2025**

Semnătura Decan,  
Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....