



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU  
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE  
Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114  
Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345  
www.ub.ro; e-mail: stiintec@ub.ro



Domeniul: **Marketing**  
Programul de studii: **Marketing**  
Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență**

## REZUMATELE FIȘELOR DISCIPLINELOR

Anul de studiu: **II**  
Anul universitar: **2024/2025**

### I. Disciplina: *Tehnici promoționale*

II. Statutul disciplinei:  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Conceptul de comunicare în viziunea de marketing
2. Conținutul activității de comunicare promoțională
3. Procesul decizional de elaborare și operaționalizare a strategiei de comunicare promoțională
4. Modelarea procesului decizional privind comunicarea promoțională

### V. Bibliografia minimală obligatorie

1. K. Clow, D. Baack, *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*, 7th Edition, Always Learning, 2017.
2. Pelswacker P., Geunes M., Bergh J., *Marketing communication: a European perspective*, 5 ed, Always Learning, 2013.
3. Gh. Epuran, *Comunicarea în marketing*, Ed. Alma Mater 2002.

### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	2x14=28	2x14=28	-	-	5

### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examen* (test docimologic, rezolvarea unor studii de caz sau subiecte de tipul analizei de conținut) – 50%
- Prezență activă în cadrul orelor de seminar (acumulare de puncte prin participare la studiile de caz, dezbateri etc.) – 20%
- Prezentarea *proiectului de semestru* – 30%

## I. Disciplina: *Marketing direct*

II. Statutul disciplinei:  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Comunicarea directă – conținut și trăsături
2. Marketingul direct – concept, caracteristici, dezvoltare
3. Mixul de marketing direct - bazele de date, oferta, comunicarea și logistica
4. Managementul marketingului direct. Integrarea marketingului direct în organizație
5. Tehnicile și instrumentele marketingului direct
6. Utilizarea mediilor tradiționale de comunicare în sfera marketingului direct

### V. Bibliografia minimală obligatorie

Prihoancă, D., *Marketing direct. Note de curs*, Ed. Alma Mater, 2014.

### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	2x14=28	2x14=28	-	-	5

### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examen* (test docimologic, rezolvarea unor studii de caz sau subiecte tip analiză de conținut) - 50%
- Prezență activă în cadrul orelor de seminar (participare la studiile de caz, analizele de conținut, jocurile de rol etc.) – 20%
- Prezentarea *proiectului de semestru* – 30%

## I. Disciplina: *Econometrie*

II. Statutul disciplinei:  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Econometria – definiții și obiective
2. Analiza seriilor cronologice și estimarea tendinței indicatorilor economico-sociali
3. Analiza seriilor multidimensionale
4. Analiza seriilor teritoriale
5. Utilizarea metodei indicilor în analiza dinamicii fenomenelor complexe și descompunerea pe factori de influență
6. Indicele Prețurilor de Consum (IPC) și utilizarea acestuia în analiza dinamicii reale a fenomenelor măsurate valoric

### V. Bibliografia minimală obligatorie

Harja Eugenia, *Statistică și Econometrie*, Ed. Alma Mater, Bacău, 2009

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	2x14=28	2x14=28	-	-	6

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examen* (test docimologic/lucrare scrisă – rezolvarea unor aplicații concrete, calcul și interpretare) – 80%
- Participare activă la seminar – 10%
- *Proiect individual* (se vor evalua corectitudinea aplicării metodelor și tehnicilor econometrice, corectitudinea calculelor și interpretarea rezultatelor obținute) – 10%

## I. Disciplina: *Comportamentul consumatorului*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

## IV. Conținutul disciplinei:

1. Elemente conceptuale privind comportamentul consumatorului
2. Nevoi și dorințe
3. Personalitatea și imaginea de sine
4. Percepții și imagini
5. Atitudini și preferințe
6. Învățarea
7. Factorii personali care influențează comportamentul de cumpărare și consum
8. Stilul de viață
9. Grupurile sociale. Familia
10. Clasele sociale
11. Mediul cultural al formării comportamentului de cumpărare și consum
12. Procesul de cumpărare

## V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Cătoiu, I., Teodorescu, N., *Comportamentul consumatorului*, ediția a II-a, Editura Uranus, București, 2004.
2. Nichifor, B., *Comportamentul consumatorului*, suport de curs, Bacău, 2011.

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	2x14=28	2x14=28	-	-	5

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examen* scris: test grilă și sinteză cu caracter aplicativ – 60%
- Prezență activă în cadrul orelor de seminar (participare la studiile de caz, dezbateri etc.) – 10%
- Prezentarea *proiectului de semestru* – 30%

## I. Disciplina: *Etica în afaceri*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Scurtă introducere în etică
2. Morala – obiectul de studiu al eticii
3. Elemente de deontologie
4. Delimitări teoretice privind etica în afaceri
5. Dimensiunea etică a managementului

### V. Bibliografia minimală obligatorie

Nimineț, L., *Etică în afaceri. Note de curs în format electronic*

### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	1x14=14	-	-	-	2

### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- Participare activă (observarea sistematică; chestionare orală, prin conversații profesor-student) – 10%
- *Examen scris* (test grilă/test docimologic) – 50%
- Realizarea și prezentarea *temei de casă* conform tematicii disciplinei și cerințelor prezentate – 40%

## I. Disciplina: *Limba străină (3) – Limba engleză*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Expresii numerice / Numerical Expressions;
2. The Noun Phrase (structure, regular and irregular plural nouns, subject-verb concord)
3. The Noun Phrase (gender, case)
4. Articles (definite, indefinite, zero)
5. Numere complexe / More Complex Numbers
6. The Pronoun (Personal, Relative/-Interrogative, Indefinite)
7. The Pronoun (Negative, Reciprocal, Reflexive)
8. Frații / Vulgar and Decimal Fractions
9. The Pronoun (Possessive, Demonstrative)
10. The Numeral (cardinal and ordinal numbers)
11. Expresii matematice / Mathematical Expressions
12. Credit Cards / Cărți de credit; Bank Accounts / Conturi bancare etc.

## V. Bibliografia minimală obligatorie

Walker, Elaine, Elsworth, Steve, *Grammar Practice for Upper Intermediate Students*, Longman, Pearson Education Limited, Harlow, 2000 (PDF format)

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	-	1x14=14	-	-	2

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Test scris* (Să răspundă corect la peste 50% itemi din totalul de subiecte) – 50%
- Răspunsuri efective la ore, pregătirea unor *teme* (să fie prezent la majoritatea cursurilor de limbi străine prevăzute în programă; să facă dovada unei activități susținute în timpul seminarelor) – 50%

## I. Disciplina: *Limba străină (3) – Limba franceză*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

### III. Precondiții:

- Studierea limbii franceze în ciclurile de studii anterioare
- Competențe de comunicare scrisă și orală în limba franceză (noțiuni de bază)

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Se présenter lors d'une interview. Types de compétences (générales, professionnelles, linguistiques, managériales etc.)
2. Se présenter lors d'une interview. Jeu de rôle (préparation de la présentation, simulation d'interview)
3. Les réseaux sociaux et la vente en ligne. La formation du féminin des noms et des adjectifs
4. Le vocabulaire des affaires: comment décrire une entreprise. La formation du pluriel des noms et des adjectifs
5. Le vocabulaire des affaires: hiérarchie au travail. La phrase négative
6. Entreprises nationales et internationales. La phrase interrogative

## V. Bibliografia minimală obligatorie

Greco, Veronica, *Méthode de français technique et scientifique*, Bacău, Alma Mater, 2008.

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	-	1x14=14	-	-	2

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Evaluare orală* pe parcursul semestrului – 20%
- *Teme* – 30%
- *Lucrare scrisă* – 50%

## I. Disciplina: *Siguranța și protecția utilizatorilor în mediul digital*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Concepte fundamentale: siguranța, securitatea, protecția în mediul digital
2. Identitatea digitală
3. Protecția sistemelor de calcul
4. Protecția datelor
5. Norme pentru protecția datelor personale
6. Prevenirea și combaterea criminalității informatice

### V. Bibliografia minimală obligatorie

Pramanik, S., Samanta, D., Vinay, M., & Guha, A., *Cyber Security and Network Security*, 2022.

### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	1x14=14	-	-	-	1

### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- Realizarea și prezentarea unui *proiect de semestru*, din care să rezulte că studentul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice disciplinei – 100%

## I. Disciplina: *Opțional (1) – Comerț internațional*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Fluxurile de comerț internațional - liantul sistemului economiei mondiale
2. Teorii și modele privind schimburile internaționale
3. Metodologia și indicatorii de măsurare a comerțului internațional
4. Cadrul instituțional al comerțului internațional - de la GATT la OMC
5. Analiza comerțului internațional al României
6. Impactul crizei pandemice COVID asupra comerțului internațional

### V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Stângaciu O.A., *Convergența comerțului regional intra-industrie în România - o perspectivă empirică asupra modelelor de specializare*, Editura Alma Mater a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău, 2012.
  2. Stângaciu O.A., *Dinamica comerțului internațional și convergența economiilor regionale în România*, Editura Alma Mater a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău, 2012.
  3. Stângaciu O.A., *Comerț internațional – note de curs*, 2024.
- \*\*\*www.wto.org

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	2x14=28	1x14=14	-	-	4

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- Evaluarea *proiectului final* – 70%
- Rezolvarea unui *test* cu întrebări pe marginea proiectului – 15%
- Observarea sistematică (implicare în activități de seminar, chestionare orală) – 5%
- Chestionare orală (evaluare *lucrări practice*, prin conversații profesor-student) – 10%

### I. Disciplina: *Opțional (1) – Marketing și dezvoltare durabilă*

II. Statutul disciplinei       obligatoriu     opțional       facultativ

III. Precondiții: -

#### IV. Conținutul disciplinei:

1. Economia consumului sustenabil. Modificări structurale cu impact asupra activității de marketing
2. Secolul XXI: de la marketingul societal la marketingul responsabil
3. Responsabilitatea socială: locul și rolul acțiunilor CSR în secolul XXI
4. Stakeholderii: pilon în asimilarea conceptului de responsabilitate socială
5. Responsabilitatea socială în practica globală și europeană
6. Responsabilitatea socială în România
7. Dezvoltarea durabilă – delimitări conceptuale și operaționale
8. Dezvoltarea durabilă în România - direcții strategice de dezvoltare durabilă în România.
9. Strategii de marketing pentru dezvoltarea durabilă

#### V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Armstrong Gary, Kotler Philip, *Introducere în marketing*, ediția a 12-a, Editura Pearson, 2015;
2. Tița Ovidiu, Oprea Constantin, *Perspective actuale privind dezvoltarea durabilă*, Editura Pro Universitaria, București, 2015.

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	2x14=28	1x14=14	-	-	4

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Verificare* (test docimologic) – 70%
- Prezentarea unui *proiect* cu tema *Strategii de marketing pentru dezvoltarea durabilă la nivelul ....* (la alegere o organizație) – 30%

## I. Disciplina: *Relații publice*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Relațiile publice – aspecte definitorii
2. Principalele tehnici folosite în activitatea de relații publice
3. Programele de relații publice
4. Tehnici legate de evocarea unor evenimente speciale
5. Relațiile cu presa
6. Etică și deontologie în activitatea de relații publice

### V. Bibliografia minimală obligatorie

Epuran, Gh., *Relații publice*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.

### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	2x11=22	2x11=22	-	-	5

### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examen* scris: test grilă și sinteză cu caracter aplicativ – 60%
- Prezență activă în cadrul orelor de seminar (participare la studiile de caz, analizele de conținut, jocurile de rol etc.) – 10%
- Prezentarea *proiectului de semestru* – 30%

## I. Disciplina: *Marketingul serviciilor*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Marketingul serviciilor – domeniu specializat al marketingului
2. Mediul de marketing al firmei de servicii
3. Comportamentul consumatorului de servicii
4. Strategii de marketing în servicii
5. Politica de produs în domeniul serviciilor
6. Politica de preț în servicii
7. Politica de distribuție a firmei de servicii
8. Politica de promovare
9. Implicarea umană, dovezile fizice, procesul – componente ale mixului de marketing în servicii

### V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Danu M., *Marketingul serviciilor – note de curs*, Universitatea „Vasile Alecsandri”, Bacău, 2023
2. Kotler Ph., *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 2008



## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	2x11=22	2x11=22	-	-	5

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- Participarea activă la activitățile de curs (observarea sistematică; chestionare orală, prin conversații profesor-student) – 5%
- *Examen scris* – 60%
- Participarea activă la activitățile de seminar (observarea sistematică; chestionare orală, prin conversații profesor-student) – 5%
- Prezentarea *proiectului* la seminar – 30%

## I. Disciplina: *Business to business marketing*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

## IV. Conținutul disciplinei:

1. Fundamentele conceptului și demersului de business to business marketing
2. Cumpărătorii organizaționali și comportamentul de piață
3. Demersul de segmentare în cadrul piețelor de afaceri
4. Comportamentul de cumpărare industrial
5. Planificarea strategiei de marketing în cadrul piețelor de afaceri
6. Politica de produs în marketingul business to business
7. Politica de preț în marketingul business to business
8. Politica de distribuție în marketingul business to business
9. Politica promoțională în marketingul business to business

## V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Brennan Ross, *Business to business marketing*, Sage Publication Ltd, 2020.
2. Nichifor Bogdan, *Business to business marketing*, Editura Alma Mater, Bacău 2012.
3. Peter La Placa - *Industrial Marketing Management*, 2011.

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	3x11=33	3x11=33	-	-	7

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examen*: rezolvarea unor studii de caz sau subiecte de tipul analizei de conținut – 60%

- Prezență activă în cadrul orelor de seminar (acumulare de puncte prin participare la studiile de caz, dezbateri etc.) – 20%
- Prezentarea *proiectului de semestru* – 20%

## I. Disciplina: *Managementul resurselor umane*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Funcția de personal a întreprinderii – noțiuni fundamentale
2. Planificarea și previziunea necesarului de personal
3. Analiza și re-proiectarea posturilor
4. Recrutarea și selecția de personal
5. Salarizarea

### V. Bibliografia minimală obligatorie

Roxana Mironescu, Andreea Feraru, *Managementul resurselor umane*, Editura Alma Mater, Bacău, 2014

### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	2x11=22	1x11=11	-	-	4

### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Examen**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examinare scrisă* (evaluare cumulativă, prin testare docimologică) – 50%
- *Prezentare portofoliu individual* – 50%

## I. Disciplina: *Limba străină (4) – Limba engleză*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. The role of marketing
2. A marketing plan 1
3. A marketing plan 2
4. Writing a marketing strategy
5. Market research
6. New product development and branding

### V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Dignen, Bob, McMaster, Ian, *Effective International Business Communication*, HarperCollins, 2013.

2. Littlejohn, A., Company to Company- a New Approach to Business Correspondence in English, Cambridge University Press, Cambridge, 1993.
3. Sweeney, Simon, English for Business Communication, Cambridge UP, Cambridge, 1997.

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	-	1x11=11	-	-	2

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Evaluare orală și scrisă pe parcurs* (participare activă la activitatea de seminar din timpul semestrului) – 70%
- *Evaluare scrisă pe baza unei teme de casă*, pe un subiect dat – 30%

## I. Disciplina: *Limba străină (4) – Limba franceză*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

### III. Precondiții:

- Studierea limbii franceze în ciclurile de studii anterioare
- Competențe de comunicare scrisă și orală în limba franceză (noțiuni de bază)

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Discours dans les affaires. Si conditionnel 1
2. Navigation en ligne. Si conditionnel 2
3. Hommes d'affaires célèbres. L'expression des rapports temporels 1
4. Entreprises à succès. L'expression des rapports temporels 2

### V. Bibliografia minimală obligatorie

Greco, Veronica, *Méthode de français technique et scientifique*, Bacău, Alma Mater, 2008.

## VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	-	1x11=11	-	-	2

## VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Evaluare orală* pe parcursul semestrului – 20%
- *Teme* – 30%
- *Lucrare scrisă* – 50%

## I. Disciplina: *Opțional (2) – Marketing agroalimentar*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

### III. Precondiții: -

#### IV. Conținutul disciplinei:

1. Elemente fundamentale privind marketingul agroalimentar
2. Piața și comportamentul consumatorului de produse agroalimentare
3. Elemente specifice ale componentelor mixului de marketing pentru produsele agroalimentare

#### V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Constantin Marian, *Dicționar de agromarketing, ediția a II-a*, Editura Tribuna Economică București, 2016.
2. Țimiraș Laura Cătălina, *Marketing agroalimentar. Ediția a III-a, revizuită și adăugită*, Editura Alma Mater Bacău, 2022.

#### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	2x11=22	1x11=11	-	-	4

#### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Verificare* (test docimologic) – 70%
- Prezentarea unui *proiect* cu tema *Activitatea de marketing specifică produsului ...* (la alegere un produs agroalimentar) – 30%

### I. Disciplina: *Opțional (2) – Marketing turistic*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

### III. Precondiții: -

#### IV. Conținutul disciplinei:

1. Conținutul și funcțiile marketingului turistic
2. Mediul extern de marketing al firmei de turism
3. Piața turistică
4. Studiarea comportamentului consumatorului de produse și servicii turistice
5. Marketingul-mix al firmelor de turism

#### V. Bibliografia minimală obligatorie

Balaure, V., Cătoi, I., Vegheș, C., *Marketing turistic*, Ed. Uranus, București, 2005.

#### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	2x11=22	1x11=11	-	-	4

#### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Examen* (test docimologic / lucrare scrisă – rezolvarea unor studii de caz sau subiecte de tip analiză de conținut) – 60%
- Prezență activă în cadrul orelor de seminar (participare la studii de caz, analize de conținut, jocuri de rol etc.) – 10%
- Prezentarea *proiectului de semestru* – 30%

## I. Disciplina: *Practică*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

### IV. Conținutul disciplinei:

1. Descrierea generală a întreprinderii
2. Analiza mediului de marketing al întreprinderii
3. Piața întreprinderii
4. Concurența
5. Conjunctura pieței
6. Strategia de piață și mixul de marketing
7. Politica de produs
8. Politica de preț
9. Politica de distribuție
10. Politica promoțională
11. Analiza sistemului decizional de marketing
12. Organizarea activității de marketing

### V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Nedelea Alexandru-Mircea, Cioban Gabriela-Liliana, Cioban Costel-Ioan, *Marketingul firmei. Studii de caz*, Editura Economică, 2020.
2. Mihai Deju, Eugenia Harja, Ovidiu-Leonard Turcu, Marcela-Cornelia Danu, Laura Țimiraș, *Marketing. Concepte. Aplicații și studii de caz*, Ediție revăzută și actualizată, Editura Alma Mater, Bacău, 2011.

### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	-	-	-	-	3

### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Colocviu**

Criterii și metode de evaluare:

- Elaborarea și prezentare *proiectului* realizat în urma derulării *stagiului de practică* – 100%

## I. Disciplina: *Educație fizică*

II. Statutul disciplinei  obligatoriu  opțional  facultativ

III. Precondiții: -

#### IV. Conținutul disciplinei:

1. Dezvoltarea capacității coordonative
2. Inițiere în practicarea unui joc sportiv
3. Mijloace de practicare independentă a exercițiului fizic

#### V. Bibliografia minimală obligatorie

Ababei, R., *Teoria și metodologia antrenamentului sportiv*, Ed. Alma Mater, Bacău, 2019

#### VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
II	-	1x11=11	-	-	1

#### VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor

Forma de evaluare: **Verificare**

Criterii și metode de evaluare:

- *Verificare* practică/referat – 80%
- Prezență activă în cadrul orelor – 20%

DECAN,  
Semnătura

Prof.univ.dr. TURCU Ovidiu-Leonard

DIRECTOR DEPARTAMENT,  
Semnătura

Conf.univ.dr. STÂNGACIU Oana-Ancuța

Observații:

1. Documentul se numerotează începând cu 1 de la prima pagină și se semnează de decan, pagină cu pagină, în dreapta jos, cu excepția ultimei pagini, unde semnează pentru încheierea documentului, alături de directorul de departament.

Observația de mai sus este solicitarea ministerului pentru vizarea diplomei.

2. Rectoratul atașează o adeverință de autentificare a rezumatelor, în care se menționează cui și pentru ce scop i se eliberează.
3. Capul de tabel de la pct. VI se modifică corespunzător specificului facultății și rămâne același pentru toate disciplinele, ca și la foaia matricolă.
4. Rezumatele se întocmesc pe specializări/programe de studii și promoții, pe cât posibil în ordinea disciplinelor de pe foaia matricolă/suplimentul la diplomă.