



FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024-2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Business
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studiu / Calificarea	Administrarea Afacerilor în Servicii de Ospitalitate

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Simulări de marketing și management						
2.2. Codul disciplinei	ILR0091						
2.3. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.4. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cristina FLEȘERIU						
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare	C	2.8. Regimul disciplinei	Opțională

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	0	3.3. seminar	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	0	3.6. seminar	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					7
Examinări					7
Alte activități	Pregătire examen final				3
3.7. Total ore studiu individual					47
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	-
--------------------------------	---



5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs dotată cu calculator și videoproiector
---	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> C4.2. Analiza situației actuale, selectarea și propunerea unor alternative strategice de dezvoltare a activității firmei C4.3. Aplicarea unor acțiuni strategice și tactice în activitatea organizației în conformitate cu politica de bază a acesteia și dispozițiile factorilor decizionali
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> CT2-Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivele generale a disciplinei predate	<ul style="list-style-type: none"> permite studenților să aplice conceptele de marketing și management și să folosească variabilele de marketing într-un cadru realist
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> folosirea în practică a noțiunilor: mix-ul de marketing (preț, promovare, produs, distribuție); piețe ce oferă răspunsuri diferite și care au medii diferite de business; strategia de promovare push vs. pull; strategii pe termen scurt vs. pe termen lung; vânzări de tip business-to-business; cercetarea și ajutorul acesteia pentru luarea de decizii; răspunsul la acțiunile competitorilor; măsuri de performanță etc.

8. Conținuturi

8.2. Seminar/ Laborator		Metode de predare	Observații
1	Prezentarea disciplinei, a cerințelor pentru studenți la activitățile de laborator și crearea echipelor de lucru.	Expunere interactivă	Laborator 1
2	Partea 1: Aplicații recapitulative – lucrând cu mixul de marketing – grupul hotelier Hilton	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 2
3	Partea 1: Aplicații recapitulative – îmbunătățirea mixului de marketing	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 3
4	Partea 1: Aplicații recapitulative – dezvoltarea unor politici de marketing	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 4
5	Partea 1: Aplicații recapitulative – calendarul promoțional	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 5
6	Partea 2: Compania NewShoes – crearea misiunii companiei, a logo-ului și a tagline-ului	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 6
7	Partea 2: Compania NewShoes – schițarea unui produs nou și stabilirea numelui de marcă	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 7
8	Partea 2: Compania NewShoes – crearea ambalajului	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 8



9	Partea 2: Compania NewShoes – identificarea clientului potențial pe baza nevoilor clienților	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 9
10	Partea 2: Compania NewShoes – stabilirea prețului produsului	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 10
11	Partea 2: Compania NewShoes – stabilirea distribuției și promovarea produsului cu ajutorul unei reclame la radio	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 11
12	Partea 2: Compania NewShoes – crearea scenariului unei reclame folosind conceptul de storytelling	Expunere interactivă, Exercițiul	Laborator 12
13	Pregătirea prezentării	Expunere interactivă	Laborator 13
14	Evaluarea rezultatelor companiei NewShoes	Expunere interactivă	Laborator 14
Bibliografie		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, Ph. & Armstrong, G. (2017), <i>Principles of marketing</i>, Seventeenth edition, Pearson, London. 2. Kotler Ph. & Keller K.L. (2015), <i>Marketing management</i>, 15-th edition, Pearson, London. 3. Mathur U.C. (2008), <i>Business-to-Business Marketing</i>, New Age International (P) Ltd., New Delhi 4. Proctor T. (2005), <i>Essentials of marketing Research</i>, Forth Edition, Prentice Hall, London 5. Wilson R. M. S. & Gilligan C. (2005), <i>Strategic Marketing Management</i>, Third Edition, Elsevier, London 	

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și străinătate. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri.

10. Evaluare

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe;
- Pentru a se calcula nota finală însumând punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea a minim 50% din punctajul aferent examenului scris.

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs 10.5 Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitate de a aplica noțiunile învățate; • Interesul pentru studiu • Abilitatea de a lucra în echipă 	Portofoliu ce cuprinde deciziile și rezultatele companiei	80 %



	<ul style="list-style-type: none">• Creativitate		
	<ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de a explica deciziile și rezultatele• Abilitatea de a dobândi terminologia specifică	Examen final – oral – Evaluare rezultate ale companiei NewShoes + întrebări din teorie	20 %
10.6. Pentru perioada de restanțe, evaluarea rămâne aceeași.			
10.7. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Evaluarea noțiunilor de bază ale managementului și marketingului precum și punerea acestor noțiuni în practică			

Data completării

24.04.2024

Semnătura titularului de curs

Conf univ. dr. Cristina FLEȘERIU

Semnătura titularului de seminar

Conf univ. dr. Cristina FLEȘERIU

Data avizării în departament

22.05.2024

Semnătura directorului de departament

Conf. univ. dr. Marius BOTA