



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](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Publicitate și planificare media				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Diana Magdalena Prihoancă				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Diana Magdalena Prihoancă				
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	54
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	54
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	50
Tutoriat	
Examinări	
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	158
3.8. Total ore pe semestru	200
3.9. Numărul de credite	8

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cursul se desfășoară în spațiile destinate acestui tip de activitate educațională dotate corespunzător cu tehnologie multimedia. Accesul și participarea la cursuri sunt realizate în conformitate cu prevederile regulamentului de organizare a studiilor postuniversitare</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seminarul se desfășoară în spațiile destinate acestui tip de activitate educațională dotate corespunzător. Accesul și participarea la cursuri sunt realizate în conformitate cu prevederile regulamentului de organizare a studiilor postuniversitare.</li> </ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p><b>C5 Comunicarea profesională în domeniul economic și al afacerilor</b></p> <p>C5.2 Explicarea tehnicilor și strategiilor de comunicare economică adaptate diferitelor domenii de afaceri</p> <p>C5.3 Aplicarea metodelor și tehnicilor de comunicare economică la un domeniu de afaceri</p> <p>C5.4 Evaluarea critic-constructivă a diferitelor metode de comunicare</p> <p>C5.5 Comunicarea de mesaje conținând analize și soluții la probleme de afaceri</p> <p><b>C6 Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri</b></p> <p>C6.4 Evaluarea critică a conținutului și semnificației unor proiecte/programe în comunicarea cu partenerii de afaceri</p> <p>C6.5 Comunicarea eficientă a proiectelor profesionale către partenerii de afaceri</p>
6.2. Competențe transversale	<p>CT2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau al unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale</p>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>dobândirea de către masteranzi a aptitudinilor, cunoștințelor și atitudinilor necesare conducerii și desfășurării eficiente și eficace a activității de comunicare cu scop persuasiv la nivelul organizațiilor.</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>să cunoască modalități concrete de elaborare a unei strategii publicitare și a manierei de cuantificare a efectelor generate;</li> <li>să cunoască tehnicile publicitate media;</li> <li>să cunoască etapele de urmat în demersul de realizare a media planului de comunicare.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Ce este publicitatea?	4	Prelegere și exemplificare	
• Strategia publicitară.	10	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	
• Publicitatea media: Creșterea publicitară, Campaniile de publicitate media, Copy strategy – definire și exemple, Copy strategy creativă, Alegerea axului publicitar, Conceptul de evocare	10	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	
• Media planning: audiența presei scrise, audiența radio, audiența TV, audiența afisaj/panotaj	4	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Balaban, Delia Cristina – <i>Publicitatea – de la planificare strategică la implementarea media</i>, Editura Polirom, București, 2021</li> <li>Chelcea, Spetimiu – <i>Psihosociologia publicității</i>, Editura Pro Universitaria, 2021</li> <li>Popescu, Ioana – <i>Comunicarea în marketing</i>, Editura Uranus, București, 2002.</li> <li>Kotler, Philip - <i>Principiile marketingului</i>, Ed. Teora, București, 1999</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Balaban, Delia Cristina – <i>Publicitatea – de la planificare strategică la implementarea media</i>, Editura Polirom, București, 2021</li> </ul>			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Publicitatea – definiție, forme, clasificări	2	Dezbateri și exemplificare	-
• Strategii publicitare	3	Dezbateri, exemplificare și studiu de caz	-
• Campanii de publicitate media	5	Dezbateri, exemplificare și studiu de caz	-
• Masurarea audienței diferitelor mijloace de comunicare	4	Dezbateri, exemplificare și studiu de caz	-
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Balaban, Delia Cristina – <i>Publicitatea – de la planificare strategică la implementarea media</i>, Editura Polirom, București, 2021</li> <li>Chelcea, Spetimiu – <i>Psihosociologia publicității</i>, Editura Pro Universitaria, 2021</li> <li>Popescu, Ioana – <i>Comunicarea în marketing</i>, Editura Uranus, București, 2002.</li> <li>Kotler, Philip - <i>Principiile marketingului</i>, Ed. Teora, București, 1999</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Balaban, Delia Cristina – <i>Publicitatea – de la planificare strategică la implementarea media</i>, Editura Polirom, București, 2021.</li> </ul>			

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

- La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe în domeniul publicității și planificării media pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii lor salariați în domeniul economic, dar și în general la viitorii economiști sau manageri de firme.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Rezolvarea unor cazuri practice la examen, din care să rezulte că masterandul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice disciplinei.	Examen: studii de caz sau analiză de conținut	<b>50 %</b>
10.5. Seminar/laborator/proiect	Realizarea și prezentarea unui proiect. Se va puncta originalitatea, creativitatea și relevanța răspunsurilor	Prezentare proiect	<b>50%</b>
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>dovedirea unor cunoștințe și competențe minimale în domeniu, cu îndeplinirea obligațiilor formale;</li> <li>nota obținută la evaluarea finală cu ocazia examenului să fie minim 5.</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
27.09.2021	Conf.univ.dr. Diana Magdalena Prihoancă	Conf.univ.dr. Diana Magdalena Prihoancă

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof.univ.dr. Eugenia Harja

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof.univ.dr. Ovidiu-Leonard Turcu



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](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Promovarea vânzărilor, relații publice și forțele de vânzare				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor				
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categorii formative a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categorii de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	14	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	28

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	33
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	55
Tutoriat	-
Examinări	-
Alte activități (precizați):	-

3.7. Total ore studiu individual	133
3.8. Total ore pe semestru	175
3.9. Numărul de credite	7

### 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	• Utilizarea unor mijloace moderne de predare (platforma Microsoft Teams)
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• Microsoft Teams • Termenul de predare a proiectului de semestru va fi stabilit de comun acord cu masteranzii

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p><b>C5 Comunicarea profesională în domeniul economic și al afacerilor</b>            C5.1. Definirea terminologiei și a strategiilor de comunicare economică în afaceri            C5.2 Explicarea tehnicilor și strategiilor de comunicare economică adaptate diferitelor domenii de afaceri            C5.3 Aplicarea metodelor și tehnicilor de comunicare economică la un domeniu de afaceri            C5.5 Comunicarea de mesaje conținând analize și soluții la probleme de afaceri</p> <p><b>C6 Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri</b>            C6.4 Evaluarea critică a conținutului și semnificației unor proiecte / programe în comunicarea cu partenerii de afaceri            C6.5 Comunicarea eficientă a proiectelor profesionale către partenerii de afaceri</p>
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă</li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	După parcurgerea acestei discipline se urmărește formarea abilităților profesionale în domeniul comunicării cu scop persuasiv și crearea premiselor de acțiune pe principii deontologice.
7.2. Obiectivele specifice	După parcurgerea acestei discipline, masteranzii trebuie să cunoască: <ul style="list-style-type: none"> <li>sa înțeleagă particularitățile pe care le au promovarea vanzarilor, relatiile publice și fortele de vanzare;</li> <li>sa cunoasca modul in care are loc procesul de creare a premiselor de operaționalizare a cunoștințelor.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<b>1. PROMOVAREA VÂNZĂRILOR (14 ore)</b> 1.1. Conținutul și obiectivele promovării vânzărilor 1.2. Promovarea vânzărilor și politica de marketing a întreprinderii 1.3. Principalele tehnici de promovare a vânzărilor	7	- Expunerea - Conversația - Problematizarea - Studiul de caz	
<b>2. RELAȚIILE PUBLICE (7 ore)</b> 2.1. Conținutul activității de relații publice 2.2. Factorii care influențează dezvoltarea activităților de relații publice 2.3. Tehnici de comunicare utilizate în activitatea de relații publice	4	- Expunerea - Conversația - Problematizarea - Studiul de caz	
<b>3. FORȚELE DE VÂNZARE (7 ore)</b> 3.1. Rolul forțelor de vânzare în procesul de comunicare promoțională. 3.2. Despre vânzarea personalizată	3	- Expunerea - Conversația - Problematizarea - Studiul de caz	
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Larry Percy - Strategic Integrated Marketing Communications, Third Edition, Routledge, 2018.</li> <li>K. Clow, D. Baack – Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication, 7th Edition, Always Learning, 2017.</li> <li>Smith, PR, Zook, Ze – Marketing Communications Integrating offline and online with social media, Kogan Page Limited, 2011</li> <li>Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens, Joeri Van den Bergh - Marketing Communications, Fifth Edition, Pearson 2013</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Larry Percy - Strategic Integrated Marketing Communications, Third Edition, Routledge, 2018.</li> <li>K. Clow, D. Baack – Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication, 7th Edition, Always Learning, 2017.</li> </ul>			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Seminarizarea temelor de curs ( <b>20 ore</b> )	20	- Conversația - Problematizarea	

		- Studiul de caz	
<p>2. Dezvoltarea de proiecte, teme, referate (vor fi evaluate în ultima întâlnire de seminar) (8 ore):</p> <p>3. Proiectul de semestru:  <i>Selectati un produs din categoria FMCG (fast moving consumer goods) si dezvoltati un program de promovare a vanzarilor cu durata de 1 an, care sa aiba ca principal tinta consumatorul individual. Acesta trebuie sa prevada:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Obiective;</i></li> <li>• <i>Buget;</i></li> <li>• <i>Tehnici utilizate;</i></li> <li>• <i>Termene.</i></li> </ul> <p><i>Asociati toate elementele componente cu specificul pietei produsului selectat: etapa din ciclul de viata, intensitatea concurenței, elemente utilizate in mixul de marketing, inclusiv cel promotional.</i></p> <p><i>La finalul programului, sintetizati programul sub forma unei diagrame Gantt.</i></p>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conversația</li> <li>- Problematizarea</li> <li>- Studiul de caz</li> </ul>	
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Larry Percy - Strategic Integrated Marketing Communications, Third Edition, Routledge, 2018.</li> <li>• K. Clow, D. Baack – Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication, 7th Edition, Always Learning, 2017.</li> <li>• Smith, PR, Zook, Ze – Marketing Communications Integrating offline and online with social media, Kogan Page Limited, 2011</li> <li>• Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens, Joeri Van den Bergh - Marketing Communications, Fifth Edition, Pearson 2013</li> </ul>			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Larry Percy - Strategic Integrated Marketing Communications, Third Edition, Routledge, 2018.</li> <li>• K. Clow, D. Baack – Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication, 7th Edition, Always Learning, 2017.</li> </ul>			

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

La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe de specialitate pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii lor salariați în domeniul marketing, dar și în general la viitorii economiști sau manageri de firme. De asemenea, în urma întâlnirilor cu mediul de afaceri, în cadrul diferitelor proiecte dezvoltate pe fonduri externe, s-a creat terenul propice identificării așteptărilor pe această zonă de interes, cu impact favorabil în demersul de adaptare a programei

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Rezolvarea unor cazuri practice la examen, din care să rezulte că masterandul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice disciplinei.	Examen: studii de caz sau analiză de conținut	<b>50 %</b>
10.5. Seminar/laborator/proiect	Evaluare proiect individual	Participarea activă la studiile de caz și aspectele supuse problematizării sau introspecției	<b>50%</b>
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dovedirea unor cunoștințe și competențe minimale în domeniu, cu îndeplinirea obligațiilor formale;</li> <li>• nota obținută la evaluarea finală cu ocazia examenului să fie minim 5.</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
28.09.2021	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor	Conf.univ.dr. Bogdan Vasile Nichifor

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof.univ.dr.Eugenia Harja

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof.univ.dr Ovidiu-Leonard Turcu



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](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul produselor și mărcilor				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Țimiraș Laura Cătălina				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Țimiraș Laura Cătălina				
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categoria de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	58
Tutoriat	
Examinări	
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	158
3.8. Total ore pe semestru	200
3.9. Numărul de credite	8

### 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	• Posibilitate utilizare laptop, videoproiector / acces platformă online Microsoft Teams
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	-

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p><b>C3. Fundamentarea și propunerea de soluții pentru problemele economice:</b>            C3.1. Definirea conceptelor, teoriilor și metodologiilor specifice activității economice            C3.4. Valorizarea datelor empirice și aplicarea metodelor standard de evaluare asociate activității profesionale;</p> <p><b>C4. Implementarea normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică</b>            C4.2. Explicarea politicilor și măsurilor la nivel micro și macroeconomic            C4.4. Evaluarea comparativă a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică la nivel micro și macroeconomic            C4.5. Proiectarea și implementarea setului de măsuri pentru problema economică identificată</p> <p><b>C5. Comunicarea profesională în domeniul economic și al afacerilor</b>            C5.1. Definirea terminologiei și a strategiilor de comunicare economică în afaceri            C5.3. Aplicarea metodelor și tehnicilor de comunicare economică la un domeniu de afaceri            C5.5. Comunicarea de mesaje conținând analize și soluții la probleme de afaceri</p>
6.2. Competențe transversale	-

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dobândirea de către masteranzi a aptitudinilor, cunoștințelor și atitudinilor necesare conducerii activităților de marketing la nivelul unei organizații.</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dobândirea de către masteranzi a aptitudinilor, cunoștințelor și atitudinilor necesare conducerii activităților specifice de produs și marcă la nivelul unei organizații.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Produsul în accepțiune de marketing	2	Prelegere	1 prelegere
• Obiectivele și conținutul politicii de produs	2	Prelegere	1 prelegere
• Elemente constitutive ale politicii de produs.	2	Prelegere	1 prelegere
• Marca	4	Prelegere	2 prelegeri
• Etapele ciclului de viață al produsului	2	Prelegere	1 prelegere
• Gama de produse și poziționarea produselor în cadrul gamei	4	Prelegere	2 prelegeri
• Definirea operațională a produsului	2	Prelegere	1 prelegere
• Procesul de concepere (și introducere în fabricație) a noilor produse.	4	Prelegere	2 prelegeri
• Difuzarea produsului nou pe piață. Poziționarea produselor. Relansarea produsului pe piață	2	Prelegere	1 prelegere
• Direcții strategice în politica de produs	4	Prelegere	2 prelegeri
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Armstrong Gary, Kotler Philip, <i>Introducere în marketing, ediția a 12-a</i>, Editura Pearson, 2015;</li> <li>Byron Sharp, <i>Cum cresc brandurile</i>. Editura ACT și Politon, 2018;</li> <li>Don Sexton, <i>Branding: cum se construiește bunul cel mai de preț al unei companii</i>, Curtea Veche Publishing House, 2012;</li> <li>Țimiraș Laura, <i>Managementul produselor și mărcilor – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri »</i>, 2021.</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Țimiraș Laura, <i>Managementul produselor și mărcilor – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri »</i>, 2021.</li> </ul>			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>Produsul în accepțiune de marketing</li> <li>Obiectivele și conținutul politicii de produs</li> </ul>	2	Dezbateri, studii de caz	1 seminar
<ul style="list-style-type: none"> <li>Elemente constitutive ale politicii de produs.</li> </ul>	2	Dezbateri, studii de caz	1 seminar
<ul style="list-style-type: none"> <li>Marca</li> </ul>	2	Dezbateri, studii de caz	1 seminar



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etapele ciclului de viață al produsului</li> <li>• Gama de produse și poziționarea produselor în cadrul gamei</li> </ul>	4	Dezbateri, studii de caz	2 seminare
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definierea operațională a produsului</li> <li>• Procesul de concepere (și introducere în fabricație) a noilor produse.</li> <li>• Difuzarea produsului nou pe piață. Poziționarea produselor. Relansarea produsului pe piață</li> </ul>	2	Dezbateri, studii de caz	1 seminar
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direcții strategice în politica de produs</li> </ul>	2	Dezbateri, studii de caz	1 seminar
În cadrul orelor de seminar, precum și a celor de studiu individual, studenții vor realiza un <b>proiect</b> cu titlul <i>Managementul produsului și mărcilor la..... (o organizație la alegere)</i> . Proiectul este individual.			
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armstrong Gary, Kotler Philip, <i>Introducere în marketing, ediția a 12-a</i>, Editura Pearson, 2015;</li> <li>• Byron Sharp, <i>Cum cresc brandurile</i>. Editura ACT și Politon, 2018;</li> <li>• Don Sexton, <i>Branding: cum se construiește bunul cel mai de preț al unei companii</i>, Curtea Veche Publishing House, 2012;</li> <li>• Țimiraș Laura, <i>Managementul produselor și mărcilor – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri »</i>, 2021.</li> </ul>			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Țimiraș Laura, <i>Managementul produselor și mărcilor – suport curs program master « Marketing și comunicare în afaceri »</i>, 2021.</li> </ul>			

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conținutul disciplinei a fost adaptat în funcție de așteptările angajatorilor cu privire la cunoștințele de specialitate ale viitorilor absolvenți / angajați, care au fost identificate în urma întâlnirilor cu mediul de afaceri din cadrul diferitelor proiecte implementate la nivelul facultății.</li> </ul>
--

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea informațiilor specifice referitoare la politica de produs și marcă a organizațiilor moderne	<b>Verificare</b> (realizare și prezentare proiect)	100%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Cunoașterea și utilizarea adecvată a informațiilor specifice cu privire la politica de produs și marcă a organizațiilor moderne		
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• demonstrarea însușirii și stăpânirii unui minim de noțiuni, cunoștințe teoretice și practice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor și seminariilor.</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2021	Conf. univ. dr. Laura Cătălina ȚIMIRAȘ	Conf. univ. dr. Laura Cătălina ȚIMIRAȘ

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof. univ. dr. Eugenia HARJA

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof. univ. dr. Ovidiu-Leonard TURCU



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](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Analiza datelor economice				
2.2. Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Eugenia Harja				
2.3. Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr. Eugenia Harja				
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DAP
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	43
Pregătire seminar/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	45
Tutoriat	
Examinări	
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	133
3.8. Total ore pe semestru	175
3.9. Numărul de credite	7

### 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	• Masteranzii nu se vor prezenta la cursuri cu telefoanele mobile deschise și vor păstra liniștea în sala de curs.
--------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>În cazul orelor online pe platforma Teams, studenții vor fi prezenți cu microfoanele închise și le vor deschide doar în cazul întrebărilor adresate cadrului didactic în vederea clarificării unor aspecte prezentate, sau pentru a răspunde la anumite întrebări puse de către profesor.</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Masteranzii nu se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile deschise și vor avea obligatoriu asupra lor un calculator de birou (de buzunar) sau un PC, precum și suportul de curs cu capitolele parcurse până la acel moment.</li> <li>Termenul de predare a proiectului este stabilit pe parcursul orelor de seminar, dar nu mai târziu de ultima zi din semestru. În cazul activităților online pe platforma Teams studenții vor încărca temele /proiectul final în "assignment".</li> </ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p><b>C2 Analiza datelor economice în întreprinderi și în alte organizații</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>C2.1 Definirea conceptelor și teoriilor economice folosite în comunicarea din cadrul organizațiilor</li> <li>C2.2 Explicarea conceptelor utilizate pentru prezentarea și interpretarea lor în situații economice concrete</li> <li>C2.3 Formularea de ipoteze și explicații privind comportamentul economic al firmei</li> <li>C2.4 Alegerea celor mai eficiente metode de analiză a datelor economice pe baza unor evaluări obiective și calitative</li> <li>C2.5 Elaborarea de rapoarte economice și de comunicare în organizații pe baza prelucrării informațiilor existente</li> </ul> <p><b>C3 Fundamentarea și propunerea de soluții pentru problemele economice</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>C3.1 Definirea conceptelor, teoriilor și metodologiilor specifice activității economice</li> <li>C3.2 Alocarea, ajustarea, colectarea, asistarea, procurarea datelor caracteristice pentru explicarea și interpretarea situațiilor asociate activității economice</li> <li>C3.3 Integrarea, extinderea, extrapolarea principiilor și metodelor de bază pentru rezolvarea de probleme specifice</li> <li>C3.4 Valorizarea datelor empirice și aplicarea metodelor standard de evaluare asociate activității profesionale.</li> </ul>
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Însusirea de către masteranzi a principalelor metode și tehnici de analiză a datelor utilizate în general în economie și în particular în activitatea de marketing, formarea deprinderilor de înțelegere a procedeele aplicate și de analiză a datelor, de prezentare și interpretare a rezultatelor unei cercetări de marketing</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>dezvoltarea deprinderilor în aplicarea principalelor metode și tehnici folosite în analiza datelor economice cu impact asupra studiilor de marketing, interpretarea corectă a rezultatelor unei cercetări de marketing;</li> <li>însușirea cunoștințelor de bază necesare explicării și interpretării economice a datelor brute și/sau prelucrate obținute în urma aplicării unei metode/tehnici de analiză a datelor;</li> <li>dezvoltarea abilităților de a analiza și sintetiza informațiile cu privire la fenomenele economice vizate, de a utiliza metode și tehnici statistice și econometrice, de a colabora cu alți specialiști din domeniul economiei generale și aplicate pentru realizarea celor mai bune studii de marketing la nivelul unei firme, pentru efectuarea unei corecte analize a evoluției activității acesteia și eventual o extrapolare a tendinței.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza în dinamică a datelor economice și metode de extrapolare a tendinței</li> </ul>	4	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	2 prelegeri
<ul style="list-style-type: none"> <li>Particularități ale analizei în dinamică a datelor economice exprimate valoric; utilizarea Indicelui Prețurilor de Consum în vederea realizării comparabilității datelor în timp</li> </ul>	4	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	2 prelegeri
<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea metodelor de descompunere pe factori de</li> </ul>	4	Prelegere și exemplificare	2 prelegeri

influență prin sistemul indicilor, în analiza dinamicii unor fenomene economice complexe		pe studii concrete de caz	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza univariată a datelor în cercetările de marketing: determinarea indicatorilor tendinței centrale; determinarea indicatorilor variației; studierea asimetriei; determinarea gradului de concentrare.</li> </ul>	4	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	2 prelegeri
<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode de studiere a legăturilor specifice variabilelor de marketing măsurate pe scală nominală: tabelul de contingență; coeficientul de asociere Yule, Cramer; coeficientul de contingență; testul neparametric pentru două variabile</li> </ul>	2	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	o prelegere
<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode de studiere a legăturilor specifice variabilelor de marketing măsurate pe scala ordinală: metoda seriilor paralele sau interdependente; metoda grafică; coeficientul de corelație a rangurilor Spearman; coeficientul de corelație a rangurilor Kendall</li> </ul>	4	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	2 prelegeri
<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode de studiere a legăturilor specifice variabilelor de marketing măsurate pe scală metrică: analiza de regresie și corelație; analiza dispersională; analiza discriminantului liniar</li> </ul>	4	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	2 prelegeri
<ul style="list-style-type: none"> <li>Alte metode de analiză a datelor</li> </ul>	2	Prelegere și exemplificare pe studii concrete de caz	o prelegere
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Badea Sorin, Topliceanu Valerică- Statistica pentru economiști-Ed.Pro Universitaria, 2017</li> <li>Harja Eugenia, Statistică și econometrie – Ed. Alma Mater, Bacău, 2009</li> <li>Harja Eugenia, Țimirăș Laura, Metode statistice utilizate în cercetarea de marketing, Ed. Alma Mater, Bacău, 2009</li> <li>Spircu Liliana, Analiza datelor – Aplicații economice, Editura A.S.E., București, 2005</li> </ul>			
<b>Bibliografie minimală</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Harja Eugenia, Țimirăș Laura, Metode statistice utilizate în cercetarea de marketing, Ed. Alma Mater, Bacău, 2009</li> <li>Harja Eugenia, Statistică și econometrie – Ed. Alma Mater, Bacău, 2009</li> </ul>			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cazuri practice de analiză în dinamică a datelor economice, utilizând baza de date Tempo online de pe <a href="http://www.insse.ro">www.insse.ro</a></li> </ul>	2	Dezbateri și exemplificare	2 seminarii
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cazuri practice de transformare a datelor valorice în prețurile comparabile ale perioadei dorite; utilizarea calculatorului automat IPC de pe site-ul <a href="http://www.insse.ro">www.insse.ro</a></li> </ul>	2	Dezbateri și exemplificare	2 seminarii
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cazuri practice de analiză în dinamică a unor fenomene economice complexe și descompunere pe factori de influență</li> </ul>	2	Dezbateri și exemplificare	2 seminarii
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cazuri practice privind analiza univariată a datelor de marketing.</li> </ul>	2	Dezbateri și exemplificare	2 seminarii
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cazuri practice de analiză a datelor de marketing aplicând metode de studiere a legăturilor specifice măsurate pe scală nominală.</li> </ul>	2	Lucrări practice pe exemple concrete	2 seminarii
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cazuri practice de analiză a datelor de marketing aplicând metode de studiere a legăturilor specifice măsurate pe scală ordinală.</li> </ul>	2	Lucrări practice utilizând atât date ipotetice cât și date reale din statistica oficială	2 seminarii
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cazuri practice de analiză a datelor de marketing aplicând metode de studiere a legăturilor specifice măsurate pe scală metrică.</li> <li>Masteranzii vor realiza un proiect în urma studiului individual, cu titlul „Analiza datelor și prezentarea rezultatelor unei cercetări de marketing”, proiect ce va fi prezentat la examen.</li> </ul>	2	Lucrări practice pe baza datelor statisticii oficiale ale I.N.S. și EUROSTAT	2 seminarii
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Badea Sorin, Topliceanu Valerică- Statistica pentru economiști-Ed.Pro Universitaria, 2017</li> <li>Harja Eugenia, Statistică și econometrie – Ed. Alma Mater, Bacău, 2009</li> <li>Harja Eugenia, Țimirăș Laura, Metode statistice utilizate în cercetarea de marketing, Ed. Alma Mater, Bacău, 2009</li> <li>Spircu Liliana, Analiza datelor – Aplicații economice, Editura A.S.E., București, 2005</li> </ul>			

**Bibliografie minimală**

- Harja Eugenia, Țimirăș Laura, Metode statistice utilizate în cercetarea de marketing, Ed. Alma Mater, Bacău, 2009
- Harja Eugenia, Țimirăș Laura, Metode statistice utilizate în cercetarea de marketing, Ed. Alma Mater, Bacău, 2009

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

- La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe statistico-econometrice și de analiză a datelor pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii lor salariați în domeniul economic, dar și în general la viitorii economiști sau manageri de firme. Fiind în același timp și practicant în instituție de profil, titularul cursului cunoaște bine nevoile și așteptările mediului economic în ceea ce privește necesarul de competențe în acest domeniu și, adaptează în permanență programa disciplinei la noile nevoi și la schimbările intervenite în practică. De asemenea, în urma întâlnirilor cu mediul de afaceri în cadrul grantului „Extinderea oportunităților de învățare prin inovare, cercetare și interacțiune cu mediul de afaceri”, s-a ținut cont de noile nevoi identificate, adaptând programa la cerințele și așteptările angajatorilor.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Rezolvarea unor cazuri practice la examen, din care să rezulte că studentul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice de analiză a datelor economice.	Examen	<b>50 %</b>
10.5. Seminar/laborator/proiect	Capacitatea de a selecta și aplica una (sau mai multe) dintre metodele și tehnicile de analiză a datelor economice, în particular a celor de marketing, de a le da o interpretare corectă. Realizarea și prezentarea unui proiect a cărei temă va fi dată (postată pe platforma Microsoft Teams) la începutul semestrului.	Discuții pe marginea proiectului; argumentare și interpretare	<b>50%</b>
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• demonstrarea însușirii și stăpânirii unui minim de noțiuni, cunoștințe teoretice și practice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor și seminariilor - prin intermediul proiectului prezentat pe parcursul seminariilor;</li> <li>• obținerea minim a notei 5 la examen.</li> </ul>			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2021	Prof.univ.dr. Eugenia Harja	Prof.univ.dr. Eugenia Harja

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof.univ.dr. Eugenia Harja

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof.univ.dr.Ovidiu-Leonard Turcu



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](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Didactica domeniului și dezvoltări în didactica specialității (înv. liceal, postliceal)				
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Voicu Roxana-Elena				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Voicu Roxana-Elena				
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	3	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DS
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DL

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	24
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	83
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	5

### 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/proiectului	• -

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adaptarea și aplicarea rezolutivă a principiilor și strategiilor didactice în proiectarea activităților instructiv – educative pentru a obține continuu progresul elevilor;</li><li>• Identificarea și utilizarea strategiilor didactice specifice disciplinelor predate și a resurselor care să asigure progresul elevilor;</li><li>• Aplicarea principiilor, funcțiilor și scopurilor evaluării, precum și a metodelor și instrumentelor de evaluare potrivite cu stadiul de dezvoltare a elevilor;</li></ul>
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue</li></ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Formarea competențelor specifice disciplinei
7.2. Obiectivele specifice	Să cunoască și să utilizeze corect noțiuni, concepte, principii, metode specifice didacticii domeniului

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Introducere în problematica Didacticii domeniului și dezvoltării în didactica specialității (înv. liceal, postliceal)	2	expunerea, explicația, conversația, demonstrația	
Obiectivele procesului de predare - învățare	4	expunerea, explicația, conversația, dezbateră	
Curriculum școlar și produse curriculare	4	expunerea, explicația, conversația, demonstrația	
Proiectarea demersului didactic	6	expunerea, explicația, conversația, studii de caz	
Metode și mijloace de învățământ	6	expunerea, explicația, conversația, tehnici de evocare a cunoștințelor anterioare/reflecție	
Evaluarea didactică și funcțiile evaluării	4	expunerea, explicația, conversația, demonstrația	
Standarde profesionale pentru profesia didactică	2	expunerea, explicația, conversația, dezbateră	

### Bibliografie

- Bocoș M., Jucan D., 2017. Fundamentele pedagogiei. Teoria și metodologia curriculumului, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2483-3;
- Bocoș M., Jucan D., 2017. Teoria și metodologia instruirii/ Teoria și metodologia evaluării/ Repere și instrumente didactice pentru formarea profesorilor, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2484-0;
- Miron I., Bocoș M. 2017. Tratat de didactică modernă, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2481-9;
- Ureche C., Ureche D. 2012. Didactica biologiei (pentru uzul studenților), Ed. Alma-Mater – Bacău, ISBN: 978-606-527-179-1.

### Bibliografie minimală

- Miron I., Bocoș M. 2017. Tratat de didactică modernă, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2481-9

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
---	---------	-------------------	------------

Cadrul didactic: rol, responsabilități, competente. Motivația pentru carieră în profesia didactică. Standarde profesionale privind profesia didactică.	2	dezbatere, conversație, brainstorming, explicația	
Analiza produselor curriculare: programe școlare, manuale școlare, planificări anuale/semestriale, proiecte didactice pentru unități de învățare/lecții semestriale	2	explicația, conversația, demonstrația, exercițiul	
Analiza și prelucrarea conținutului unor lecții. Realizarea schemei logice a conținuturilor.	2	explicația, conversația, demonstrația, exercițiul	
Proiectarea didactică a unei lecții după modelul tradițional: utilizarea programei; selecția competențelor specifice. Formularea obiectivelor operaționale ale lecției, identificarea activităților de predare-învățare, stabilirea metodelor de predare, a formelor de organizare; selecția mijloacelor de instruire necesare, stabilirea formelor și instrumentelor de evaluare. Redactarea finală a proiectului didactic..	2	explicația, conversația, demonstrația, exercițiul, învățarea pe bază de proiecte	
Simularea lecției proiectate. Analiza predării pe baza fișei de observație a lecției. Discuții și concluzii.	2	joc de rol, exercițiul, conversația, observarea sistematică	
Proiectarea conținuturilor unor lecții la alegere. Proiectarea lecțiilor după modele moderne.	2	explicația, conversația, demonstrația, exercițiul, învățarea pe bază de proiecte	
Simularea predării lecțiilor/Simularea predării lecțiilor proiectate după modele moderne	2	joc de rol, exercițiul, conversația, observarea sistematică	

#### **Bibliografie**

- Bocoș M., Jucan D., 2017. Fundamentele pedagogiei. Teoria și metodologia curriculumului, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2483-3;
- Bocoș M., Jucan D., 2017. Teoria și metodologia instruirii/ Teoria și metodologia evaluării/ Repere și instrumente didactice pentru formarea profesorilor, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2484-0;
- Miron I., Bocoș M. 2017. Tratat de didactică modernă, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2481-9;
- Ureche C., Ureche D. 2012. Didactica biologiei (pentru uzul studenților), Ed. Alma-Mater – Bacău, ISBN: 978-606-527-179-1.

#### **Bibliografie minimală**

- Miron I., Bocoș M. 2017. Tratat de didactică modernă, Ed. Paralela 45, ISBN: 978-973-47-2481-9
- <https://www.edu.ro/invatamant-gimnazial>

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

--

### **10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Înșușirea noțiunilor fundamentale	Examen scris, test grilă	70%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Realizarea portofoliului	Verificare pe parcurs	30%
10.6. Standard minim de performanță			
Operarea cu noțiuni, concepte, principii, metode specifice didacticii domeniului			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
28.09.2021	Lector univ. dr. Voicu Roxana-Elena	Lector univ. dr. Voicu Roxana-Elena

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
30.09.2021	Prof. univ. dr. Eugenia HARJA

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
30.09.2021	Prof. univ. dr. Ovidiu-Leonard TURCU





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](http://www.ub.ro); e-mail: [stiinteec@ub.ro](mailto:stiinteec@ub.ro)



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Marketing și Management
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Master universitar
1.6. Programul de studii/calificarea	Marketing și comunicare în afaceri
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Educație interculturală				
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Ioana Boghian				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Ioana Boghian				
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	3	2.6. Tipul de evaluare	EC
2.7. Regimul disciplinei	Categorii formative a disciplinei DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare				DS
	Categorii de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DL

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	14	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	28

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	34
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	22
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	23
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	-

3.7. Total ore studiu individual	83
3.8. Total ore pe semestru	125
3.9. Numărul de credite	5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disciplinele filologice și cele psihopedagogice de bază</li> </ul>
4.2. de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"><li>• Studenții se vor prezenta la prelegeri, seminarii/laboratoare cu telefoanele mobile închise.</li></ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"><li>• Termenele de predare/susținere a materialelor din portofoliu în cadrul seminarului sunt stabilite de titularul seminarului de comun acord cu studenții. Nu se vor accepta cererile de amânare a acestora pe alte motive decât cele obiectiv întemeiate.</li></ul>

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	C1. Formarea și dezvoltarea competențelor cognitive în domeniul psihopedagogiei educaționale. C2. Proiectarea procesului instructiv-educativ pentru diverse niveluri de vârstă / pregătire a elevilor. C3. Realizarea activităților specifice procesului instructiv-educativ din învățământul preuniversitar. C4. Evaluarea proceselor de învățare, a rezultatelor și a progreselor înregistrate de elevi.
6.2. Competențe transversale	CT1 Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specific specialistului în științele educației.

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formarea unei grile conceptuale aparținând domeniului educației interculturale în vederea analizei și intervenției corespunzătoare la nivelul realității educative;</li></ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Explicarea și interpretarea unor practici antidiscriminatorii cu privire la apartenențele culturale;</li><li>• Utilizarea cadrului conceptual specific Educației interculturale în vederea surprinderii și intervenției adecvate în cadrul unor situații educative concrete;</li><li>• Schimbarea atitudinală în sensul interogării asupra propriilor norme culturale și al acceptării alterității;</li><li>• Demonstrarea capacității de a aborda contextele didactice prin prisma unui set de valori specifice educației interculturale.</li></ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Interculturalitatea - mediator între globalizare și pluralizare. Tendințe ale societății contemporane - Identitate și globalizare. Interculturalitatea - ca perspectivă de abordare a pluralismului cultural. Interculturalitatea în România	1	expunere, prelegerea intensificată, problematizarea, conversația	
2. Paradigmele interculturalității – cadre teoretice pentru interpretarea diversității culturale. Concepte cheie: socializare, cultură, identitate culturală, enculturare, aculturație, șoc cultural, diversitate culturală, relativism cultural. Modele ale culturii: modelul iceberg-ului, diagrama frunzei de ceapa, modelul propus de G. Hofstede	1	prelegerea intensificată, conversația, descoperirea dirijată, metodele și tehnicile gândirii critice	
3. Determinări culturale la nivelul funcționării psihice individuale. Dimensiuni culturale implicite la nivelul cunoașterii. Diferențe culturale în exprimarea emoțiilor. Relativism cultural la nivelul normelor și valorilor	1	expunere dialogată, descoperirea dirijată, studiul de caz	
4. Culturi în contact – comunicarea interculturală. Modele ale comunicării interculturale. Comunicare verbală și comunicare nonverbală între culturi. Blocajele comunicării interculturale: stereotipurile și prejudecățile și discriminarea, etnocentrismul și xenophobia	2	prelegerea intensificată, conversația, problematizarea, studiul de caz	
5. Conflictul intercultural. Definiție. Cauze. Tipuri. Strategii de prevenire și rezolvare a conflictelor interculturale. Modalități de ameliorare a comunicării interculturale. Strategii de mediere și negociere interculturală	2	expunere, conversația, descoperirea dirijată, metodele și tehnicile	

		gândirii critice	
6. Educația interculturală. Modele culturale ale relațiilor educative. Construirea unui învățământ bazat pe principiile interculturalității. Educația interculturală în școală	1	expunere dialogată problematizarea, demonstrația, studiul de caz	
7. Curriculum intercultural. Principii de construcție a unui curriculum intercultural. Curriculum informal și curriculum ascuns în perspectivă interculturală	2	conversația, metodele și tehnicile gândirii critice, descoperirea dirijată	
8. Dimensiuni ale educației interculturale – aspecte metodologice. Dimensiunea experienței în formarea interculturală a elevilor. Strategii de formare a competenței interculturale a elevilor. Asimilatorul intercultural – principii de construcție și utilizare	2	demonstrația, asimilatoare interculturale, simulatoare interculturale	
9. Proiectarea, organizarea și desfășurarea activităților educative cu specific intercultural. Demersuri formale și nonformale pentru încurajarea atitudinilor, valorilor și comportamentelor interculturale	1	conversația, problematizarea, metodele și tehnicile gândirii critice	
10. Perspectivă sintetică asupra educației interculturale. Educație și relativism cultural - modele educative, modele de cercetare. Concluzii, studii de caz, propuneri.	1	conversația, problematizarea, studiul de caz	
<b>Bibliografie</b>			
Bourhis, R.Y.; Leyens, J.F. (1997), Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri, Editura Polirom, Iași Cozma T. (coord.) (2001), O nouă provocare pentru educație: interculturalitatea, Polirom, Iași. Cucoș, C. (2000), Educația Dimensiuni culturale și interculturale, Polirom, Iași. Dasen, P., Perregaux, C., Rey, M. (1999), Educația interculturală - experiențe, politici, strategii, Editura Polirom, Iași. Delors, J. (coord.) (2000), Comoara lăuntrică Raportul către UNESCO al comisiei internaționale pentru educație în secolul XXI, Polirom, Iași. Gavreliuc, A., (2011), Psihologie interculturală, Polirom, Iași. Neculau, A., (coord.), (2002), Noi și Europa, Polirom, Iași. Schipor, D.M., (2009), Strategii de formare a formatorilor în perspectivă interculturală, Editura Didactică și Pedagogică, RA, București. Stoica-Constantin, A., Neculau, A., (1998) Psihosociologia rezolvării conflictului, Polirom, Iași. Stoica-Constantin, A., Neculau, A., (2004) Conflictul interpersonal : prevenire, rezolvare si diminuarea efectelor, Polirom, Iasi.			
<b>Bibliografie minimală</b>			
Cozma T. (coord.) (2001), O nouă provocare pentru educație: interculturalitatea, Polirom, Iași. Cucoș, C. (2000), Educația Dimensiuni culturale și interculturale, Polirom, Iași. Gavreliuc, A., (2011), Psihologie interculturală, Polirom, Iași. Stoica-Constantin, A., Neculau, A., (2004) Conflictul interpersonal : prevenire, rezolvare si diminuarea efectelor, Polirom, Iasi. O'Sullivan, T. Hartley, J. Saunders, D. [et al.] (2001), Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale, Polirom, Iasi.			
<b>Aplicații (Seminar / laborator / proiect)</b>	<b>Nr. ore</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
1. Introducere în problematica educației interculturale. Delimitări conceptuale și teoretice. Analiză comparativă asupra interculturalismului: România, Australia, Belgia, Canada, Anglia, Olanda, Statele Unite ale Americii. Aplicații.	4	conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, brainstorming-ul, exercițiul etc.	
2. Educația interculturală din perspectiva pluralismului cultural european. Niveluri de abordare a interculturalității. Sarcinile educației interculturale. Modalități practice de realizare a educației interculturale la nivel formal, nonformal și informal. Cunoștințe și experiențe necesare în educația interculturală. Aplicații.	4	conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, brainstorming-ul, exercițiul etc.	
3. Problematizarea curriculum-ului intercultural în practica educațională. Școala interculturală – implicații pentru elevi, profesori, comunitate. Proiectarea curriculum-ului intercultural. Aplicații.	4	conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, brainstorming-ul, exercițiul etc.	

4. Comunicarea interculturală Modalități practice de realizare a enculturății și aculturației. Analiza raportului stabilitate – schimbare în materie de interculturalitate. Modalități de prevenire a blocajelor în comunicarea interculturală. Aplicații.	4	conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, brainstorming-ul, exercițiul etc.	
5. Educația pentru drepturile omului - modalitate de realizare a educației interculturale. Contradicții în analiza drepturilor omului. Finalitățile educației pentru drepturile omului. Modalități de realizare a educației pentru drepturile omului în învățământul preșcolar și primar. Aplicații.	4	conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, brainstorming-ul, exercițiul etc.	
6. Formarea formatorilor din perspectiva educației interculturale. Modalități de prevenire / depășire a obstacolelor în formarea inițială pentru educația interculturală. Cunoștințe de bază în formarea interculturală. Proiectarea activităților de formare continuă pentru interculturalitate. Aplicații.	4	conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, brainstorming-ul, exercițiul etc.	
7. Proiectarea, organizarea și desfășurarea activităților educative cu specific intercultural. Demersuri formale și nonformale pentru încurajarea atitudinilor, valorilor și comportamentelor interculturale.	4	conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, etc.	

#### **Bibliografie**

- Albu, G. & Cojocariu, V.-M. (2015). « Intercultural Education – Tensions and Prospects Case Study – The Approach of the 1<sup>st</sup>-year Students from the Pedagogy of Primary and Pre-school Education.” *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 209, pp. 53-60.
- Boghian, I. (2017). *Teaching for the Future. Tolerance Education*. Saarbrücken: LAP.
- Bourhis, R. Y., Leyens, J. P. (1998). Stereotipuri, discriminare și realții intergrupuri, Editura Polirom, Iași.
- Cara A., Guțu Vl. (2007). *Standarde de formare continuă a cadrelor didactice din învățământul secundar general*. Chișinău: Cartier.
- Cojocariu, V.-M. (2006). Educația interculturală, conceptualizare și contextualizare. *Învățământul primar, 1-3*, București: Miniped, pp. 42-49.
- Cojocariu, V.-M. (2004). Toleranța activă – valoare centrală a educației mileniului trei. *Buletin Științific, Seria Științele educației, 1*, Pitești: Editura Universității din Pitești, pp. 17-27.
- Cramarencu C. (2010). *Toleranță - Comunicare - Relaționare*. Sibiu: Astra.
- Cozma, T. coord. (2001). *O nouă provocare pentru educație: interculturalitatea*, Editura Polirom, Iași.
- Cucoș, C. (2000). *Educația. Dimensiuni culturale și interculturale*, Editura Polirom, Iași.
- Dasen, P; Perregaux, Ch; Rey, M. (1999). *Educația interculturală. Experiențe, politici, strategii*, Editura Polirom, Iași.
- Ferreol, G., Jacquois G., (coord.) (2005). *Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale*, Iași: Polirom.
- Țurcan, L. (2015). *Formarea cadrelor didactice prin valorile toleranței*. Chișinău: Tipogr. UPSC „Ion Creangă”.
- Voinea, M. (2014). *Educația interculturală ca întâlnire a celuilalt*. Brașov: Editura Universității Transilvania.
- Voltaire. (2010). *Tratat despre toleranță*. București: Antet Press.

#### **Bibliografie minimală**

- Cojocariu, V.-M. (2006). *Educația interculturală, conceptualizare și contextualizare. Învățământul primar, 1-3*, București: Miniped, pp. 42-49.
- Cozma, T. coord. (2001). *O nouă provocare pentru educație: interculturalitatea*, Editura Polirom, Iași.
- Cucoș, C. (2000). *Educația. Dimensiuni culturale și interculturale*, Editura Polirom, Iași.
- Dasen, P; Perregaux, Ch; Rey, M. (1999). *Educația interculturală. Experiențe, politici, strategii*, Editura Polirom, Iași.
- Ferreol, G., Jacquois G., (coord.) (2005). *Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale*, Iași: Polirom.
- Voinea, M. (2014). *Educația interculturală ca întâlnire a celuilalt*. Brașov: Editura Universității Transilvania.

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

În vederea schițării conținuturilor, alegerii metodelor de predare/învățare titularul disciplinei a participat la întâlniri cu: membri ai Inspectoratului școlar, specialiști în domeniul Științelor educației, cu reprezentanți ai instituțiilor publice precum și cu alte cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituții de învățământ superior sau învățământul preuniversitar, în vederea identificării nevoilor și așteptărilor angajatorilor din domeniu și coordonarea cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	<ul style="list-style-type: none"><li>demonstrarea stăpânirii preceptelor teoretice ale proiectării, predării și evaluării limbii și literaturii române prin rezolvarea unui subiect teoretic;</li><li>probarea competențelor în proiectarea actului instructiv-educativ prin realizarea unor documente personalizate;</li></ul>	Examen Analiza rezultatelor activității Probă scrisă - test	50%
10.5. Seminar/laborator/proiect	<ul style="list-style-type: none"><li>participarea activă la seminar;</li><li>prezentarea unor sarcini de proiectare a conținuturilor</li><li>elaborarea unui portofoliu care să cuantifice cunoștințele teoretice și de proiectare rezultat al activității de seminar</li></ul>	Metoda portofoliului Chestionare orală	50%

### 10.6. Standard minim de performanță

- stăpânirea a cel puțin o treime din preceptele teoretice ale cursului, reflectate prin rezolvarea a cel puțin un subiect din cele trei ale probei scrise;
- probarea competențelor în proiectarea actului instructiv-educativ prin redactarea a cel puțin un document personalizat;
- cel puțin două intervenții la seminar;
- elaborarea a cel puțin trei elemente de portofoliu.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
<b>20.09.2021</b>	Lect. univ. dr. Boghian Ioana	Lect. univ. dr. Boghian Ioana

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
<b>30.09.2021</b>	Prof.univ.dr. Eugenia Harja

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
<b>30.09.2021</b>	Prof.univ.dr. Ovidiu-Leonard Turcu