

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

| | |
|--|---|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | Universitatea „Transilvania” din Brașov |
| 1.2 Facultatea | Alimentație și Turism |
| 1.3 Departamentul | Ingineria și Managementul Alimentației și Turismului |
| 1.4 Domeniul de studii de Masterat ¹⁾ | Ingineria Produselor Alimentare |
| 1.5 Ciclul de studii ²⁾ | Master |
| 1.6 Programul de studii/ Calificarea | Sisteme de Procesare și Controlul Calității Produselor Agroalimentare |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | | |
|--|--|---------------|----|-----------------------|---|-------------------------|------------------------------|-----|
| 2.1 Denumirea disciplinei | Politici și strategii în marketingul produselor alimentare | | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităților de curs | Conferențiar univ.dr. Cismaru Laura | | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect | Conferențiar univ.dr. Cismaru Laura | | | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | I | 2.5 Semestrul | II | 2.6 Tipul de evaluare | E | 2.7 Regimul disciplinei | Conținut ³⁾ | DSI |
| | | | | | 2 | | Obligativitate ³⁾ | DI |

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

| | | | | | |
|--|-----|--------------------|----|---------------------------------|---------|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 2 | din care: 3.2 curs | 2 | 3.3 seminar/ laborator/ proiect | 1/0/1 |
| 3.4 Total ore din planul de învățământ | 56 | din care: 3.5 curs | 28 | 3.6 seminar/ laborator/ proiect | 14/0/14 |
| Distribuția fondului de timp | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 8 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 39 |
| Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 39 |
| Tutoriat | | | | | |
| Examinări | | | | | 8 |
| Alte activități..... | | | | | |
| 3.7 Total ore de activitate a studentului | 94 | | | | |
| 3.8 Total ore pe semestru | 150 | | | | |
| 3.9 Numărul de credite ⁵⁾ | 6 | | | | |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|--|
| 4.1 de curriculum | <ul style="list-style-type: none"> Marketingul sistemelor agro-alimentare |
| 4.2 de competențe | <ul style="list-style-type: none"> |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--|--|
| 5.1 de desfășurare a cursului | <ul style="list-style-type: none"> Nu |
| 5.2 de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului | <ul style="list-style-type: none"> Nu |

6. Competențe specifice acumulate (conform grilei de competențe din planul de învățământ)

| | |
|-------------------------|--|
| Competențe profesionale | <ul style="list-style-type: none"> C6. Realizarea de activități de management și marketing pe lanțul agro-alimentar |
| Competențe transversale | <ul style="list-style-type: none"> |

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din competențele specifice acumulate)

| | |
|---------------------------------------|---|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <ul style="list-style-type: none"> Însușirea noțiunilor noi specifice politicilor și strategiilor de marketing și utilizarea acestora în activități caracteristice marketingului agro-alimentar |
| 7.2 Obiectivele specifice | <ul style="list-style-type: none"> Explicarea și și însușirea conceptelor specifice legate de noile trenduri existente în marketing și înțelegerea modului în care acestea afectează marketingul produselor alimentare (spre exemplu, dezvoltarea durabilă și economia experienței). Explicarea și însușirea conceptelor cheie specifice marketingului strategic și utilizarea acestora în testarea principalelor modele existente în domeniu, cu elaborarea de strategii de marketing pe elemente ale mixului sau combinate. Explicarea și însușirea conceptelor specifice politicilor de marketing pe cele patru elemente ale mixului clasic de marketing. |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Metode de predare | Număr de ore | Observații |
|--|------------------------|--------------|------------|
| Trenduri în marketingul produselor alimentare Diferențierea produselor alimentare. Ecomarketingul. Economia experienței Brandingul produselor alimentare. Inovarea în marketingul produselor alimentare. | Prelegere și dezbateri | 10 | |
| Comportamentul consumatorului de produse alimentare Profilul consumatorului modern de produse alimentare. Factori care influențează comportamentul consumatorului de produse alimentare. Segmentare pieței produselor agroalimentare. | Prelegere și dezbateri | 2 | |
| Politica de produs Conceptul de produs alimentar. | Prelegere și dezbateri | 2 | |

| | | | |
|--|------------------------|---|--|
| Definiție și clasificări. Submixul specific produsului alimentar. Ciclul de viață al produsului alimentar. Managementul produsului alimentar | | | |
| Politica de preț Particularitățile prețului produselor alimentare. Fundamentarea prețurilor produselor alimentare. Submixul specific prețului produsului alimentar. | Prelegere și dezbatere | 2 | |
| Politica de distribuție Conceptul de distribuție și rolul său în marketingul produselor alimentare. Sisteme și canale de distribuție utilizabile în marketingul produselor alimentare. Tipuri de intermediari. Submixul specific distribuției produsului alimentar. | Prelegere și dezbatere | 2 | |
| Politica de promovare Elemente generale privind comunicarea cu consumatorul de produse alimentare. Conceptul de promovare a produsului alimentar. Particularități și obiective. Submixul specific promovării produsului alimentar. | Prelegere și dezbatere | 2 | |
| Strategii în marketingul produselor alimentare Strategii pe etape ale ciclului de viață. Strategii pe variabile ale mixului de marketing. Strategii combinate (mix de marketing – piață). | Prelegere și dezbatere | 8 | |
| <p>Bibliografie</p> <p>Bibliografie</p> <p>Manole, V., Stoian, M. și Ion, R.A., Agromarketing, ed.a-II-a. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=153&idb=22</p> <p>Frăsineanu, C., Frăsineanu, I., Creativitatea și inovare. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=135&idb=22</p> <p>Stoian, M., Ecomarketing. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=171&idb=22</p> <p>Boboc, D. Managementul calității produselor agroalimentare. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=477&idb=22</p> <p>Dima, D., Diaconescu, I., Pamfilie, R., Procopie, R., Bobe, M., Păunescu, C., Popescu, D., Chiru, L. Fundamentele științei marfurilor. Marfuri alimentare. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=455&idb=9</p> <p>Pamfilie, R., Procopie, R., Bobe, M. Design și estetica mărfurilor. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=56&idb=9</p> <p>Savu, D. V.. Actiune sociala - Actiune manageriala. Dimensiuni psihologice. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=248&idb=24</p> <p>Anghel, L.D. Business to business marketing. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=248&idb=24</p> | | | |

| | | | |
|--|--|--------------|------------|
| digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=397&idb=24 Alpopi, C. Creativitatea și inovare. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=238&idb=24 | | | |
| 8.2 Seminar/ laborator/ proiect | Metode de predare-învățare | Număr de ore | Observații |
| Realizare de proiect care să vizeze aplicarea modelelor de strategii predate in cazul unei companii producatoare de produse alimentare la alegere | Temă de proiect pe echipe Minicercetare | 28 | |
| <p>Bibliografie</p> <p>Manole, V., Stoian, M. și Constantin, F., Caiet de lucrari aplicative – Marketing. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=146&idb=22</p> <p>Ion, R.A., Marketing. Studii de caz și lucrări applicative. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=377&idb=22</p> <p>Vasile, D. Aprecierea calitatii marfurilor alimentare si nealimentare - Caiet de lucrari practice. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=270&idb=9</p> <p>Frăsineanu, C., Frăsineanu, I., Creativitatea și inovare. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=135&idb=22</p> <p>Alpopi, C. Creativitatea și inovare. [online] Disponibila la: http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=238&idb=24</p> | | | |

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, ale asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

| |
|--|
| |
|--|

10. Evaluare

| Tip de activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|--|---|---|------------------------------|
| 10.4 Curs | Înșușirea corectă a conceptelor teoretice de marketing strategic al produselor alimentare și utilizarea adecvată a acestora în contexte specifice | Examen oral | 50% |
| 10.5 Seminar/ laborator/ proiect | Aplicarea corectă a conceptelor teoretice de marketing predate, creativitate și inovare în proiectul realizat | Suținerea și evaluarea proiectului realizat de echipe | 50% |
| 10.6 Standard minim de performanță | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Un numar de minim 7 prezente la orele de aplicatii (seminar/proiect) • Prezentă fizică obligatorie la prezentarea proiectului de echipa • Înșușirea corectă a conceptelor și modelelor de bază specifice marketingului strategic • Utilizarea corectă a termenilor specifici marketingului strategic • Propunerea unor strategii inovatoare de marketing pentru întreprinderea analizata | | | |

Prezenta Fișă de disciplină a fost avizată în ședința de Consiliu de departament din data de 28/09./2020 și aprobată în ședința de Consiliu al facultății din data de .28/09./2020

| | |
|--|--|
| <p>Profesor univ.dr.ing. Pădureanu Vasile Decan</p>  | <p>Conferențiar univ.dr.ing. Canja Cristina Director de departament</p>  |
| <p>Conferențiar univ.dr. Cismaru Laura Titular de curs</p>  | <p>Conferențiar univ.dr. Cismaru Laura Titular de seminar/ laborator/ proiect</p>  |

Notă:

- ¹⁾ Domeniul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat (se completează conform cu Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/ programelor de studii universitare în vigoare);
- ²⁾ Ciclul de studii - se alege una din variantele: Licență/ Masterat/ Doctorat;
- ³⁾ Regimul disciplinei (conținut) - se alege una din variantele: **DF** (disciplină fundamentală)/ **DD** (disciplină din domeniu)/ **DS** (disciplină de specialitate)/ **DC** (disciplină complementară) - pentru nivelul de licență; **DAP** (disciplină de aprofundare)/ **DSI** (disciplină de sinteză)/ **DCA** (disciplină de cunoaștere avansată) - pentru nivelul de masterat;
- ⁴⁾ Regimul disciplinei (obligativitate) - se alege una din variantele: **DI** (disciplină obligatorie)/ **DO** (disciplină opțională)/ **DFac** (disciplină facultativă);
- ⁵⁾ Un credit este echivalent cu 25 – 30 de ore de studiu (activități didactice și studiu individual).