



Nr. _____ din _____

Formular USAMV 0109020209

FIȘA DISCIPLINEI**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea de Științe Agricole și Medicina Veterinară din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea	Agricultură
1.3. Departamentul	Cultura plantelor
1.4. Domeniul de studii	Agronomie
1.5. Ciclul de studii¹⁾	Master
1.6. Specializarea/ Programul de studii	Managementul resurselor naturale și agroturistice
1.7. Forma de învățământ	IF

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketingul produselor locale montane							
2.2. Titularul activităților de curs	șef lucr. dr. Giorgiana Cătunescu							
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator/ proiect	șef lucr. dr. Giorgiana Cătunescu							
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	Continuă	2.7. Regimul disciplinei	Continut ²	DD
							Obligativitate ³	DO

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

3.1. Număr de ore pe săptămână- forma cu frecvență	2	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
3.4.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
3.4.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
3.4.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					45
3.4.4. Tutoriala					0
3.4.5. Examinări					2
3.4.6. Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual	122				
3.8. Total ore pe semestru	150				
3.9. Numărul de credite ⁴	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Economie politică, Management, Marketing, Antreprenoriat
4.2. de competente	Studentul trebuie să aibă cunoștințe de bază referitoare la economia de piață

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Cursul se va desfășura sub formă de prelegere și dezbateri, pentru transmiterea cunoștințelor, formarea vocabularului specific și consolidarea cunoștințelor. Disciplina academică se impune pe toată durata de desfășurare a lucrărilor.
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Seminariile se vor baza pe studii de caz și aplicații practice pentru formarea deprinderilor, recapitularea și consolidarea cunoștințelor. Se va elabora un plan (proiect) de marketing al produselor locale montane.
---	---

Notă: În cazul activității didactice desfășurate online metodele de predare se adaptează condițiilor și platformelor online utilizate

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Absolvenții acestui curs vor fi capabili: - să utilizeze corect vocabularul de specialitate în contextul produselor locale montane - să cunoască bazele teoretice ale marketingului produselor locale montane - să utilizeze corespunzător indicatorii și funcțiile de marketing - să planifice și să desfășoare o cercetare de marketing pe domeniul produselor locale montane - să-și dezvolte deprinderile de a recurge la noțiuni și principii teoretice în abordarea problemelor practice
Competențe transversale	Acești, vor putea, de asemenea: - să elaboreze și să respecte un program de lucru, atât individual, cât și în echipe, pentru realizarea atribuțiilor proprii cu profesionalism și rigoare - să deruleze activități specifice muncii în echipă și să-și asume un rol în cadrul echipei - să respecte principiile diviziunii muncii - să aplice tehnici eficiente de comunicare și de marketing - să cunoască nevoia de formare profesională continuă cu scopul de a se adapta și răspunde constant exigențelor dezvoltării economice - să utilizeze corect tehnicile de informare și comunicare în mediul de marketing

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cursul are în vedere fundamentarea teoretică a marketingului produselor locale montane, dar și formarea unor deprinderi de marketing practice pentru viitoarea profesie.
7.2. Obiectivele specifice	Cursul își propune pregătirea studenților în vederea: - înțelegerii importanței economice și sociale a marketingului, particularizat prin marketingul produselor locale montane - cunoașterii și delimitării macro și micromediul întreprinderii de obținere și procesare a produselor locale montane, tipologia și structura pieței produselor locale montane - însușirii mixului de marketing: produs, preț, promovare și distribuție din prisma unei unități economice de obținere și procesare a produselor locale montane - înțelegerii comportamentului consumatorului de produse locale montane - organizării funcției de marketing a întreprinderii de obținere și procesare a produselor locale montane - elaborării strategiei și a planului de marketing

8. Conținuturi

8.1. CURS Număr de ore - 14	Metode de predare	Observații
1. Conceptul de marketing al produselor locale montane	Prelegere	1 prelegere
2. Comportamentul consumatorului de produse locale montane	Prelegere	1 prelegere
3. Cererea de produse locale montane	Prelegere	1 prelegere
4. Mixul de marketing al produselor locale montane		
4.1. Produsul local montan	Prelegere și dezbateri	1 prelegere
4.2. Prețul produselor produselor locale montane	Prelegere și dezbateri	1 prelegere
4.3. Promovarea și comunicarea în marketingul produselor locale montane	Prelegere și dezbateri	1 prelegere
5. Distribuția produselor produselor locale montane	Prelegere și dezbateri	1 prelegere

8.2.LUCRĂRI PRACTICE Număr de ore - 14	Metode de predare	Observații
Cercetare de marketing pentru o societate comercială în domeniul produselor locale montane		

1. Descrierea și analiza mediului de marketing al unei societăți comerciale: descrierea și analiza macromediul și micromediului; analiza SWOT a întreprinderii.	Prezentare interactivă, dialog, muncă în echipe	2 seminarii
2. Identificare și definirea problemei de marketing a unei societăți comerciale; definirea obiectivelor cercetării de marketing; stabilirea activităților cercetării.	Prezentare interactivă, dialog, muncă în echipe	1 seminar
3. Elaborarea chestionarului cercetării de marketing.	Prezentare interactivă, dialog, muncă în echipe	1 seminar
4. Prezentarea, interpretarea și discuția rezultatelor cercetării de marketing. Concluziile cercetării și propunerea de soluții pentru problema identificată.	Prezentare interactivă, dialog, muncă în echipe	2 seminarii
5. Prezentarea raportului de cercetare	Prezentare orală	1 seminar
<p><i>Bibliografie Obligatorie:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CĂTUNESCU, Giorgiana, note de curs 2020-2021 2. Kotler, P. T., K. L. Keller, Marketing Management (15th Edition) 3. Manole, V., Mirela Stoian, Raluca Andreea Ion, Agromarketing - editia a II – a, curs în format digital http://www.biblioteca-digitala.ase.ro 		
<p><i>Bibliografie Facultativă:</i></p>		

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

Pentru ca materialul predat să fie de actualitate în ceea ce privește practicile sistemului informațional economic din domeniul agroturistic, se are în vedere participarea la simpozioane și reuniuni științifice de profil și la întâlniri ale Asociației Alunni UBB a Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea conceptului, a mediului și mixului de marketing particularizat pentru produsele locale montane. Distribuția produselor locale montane. Strategia și planul de marketing în societatea care acivează în sfera produselor locale montane. Prezența și participare la dezbaterile de la curs.	continuă	40% 10%
10.5. Seminar/Laborator	Prezentarea raportului de cercetare Prezența și participare la dezbaterile de la seminar.		40% 10%

10.6. Standard minim de performanță

Cunoașterea terminologiei specifice mediului de marketing al produselor locale montane, aplicarea noțiunilor și a indicatorilor în studii de caz la nivel acceptabil.
Nota finală, reprezintă media ponderată a verificărilor pe parcurs, prezenței și activității pe parcurs la curs și seminarii, și prezentarea raportului de cercetare a societăți comerciale și trebuie să fie egală sau mai mare de 5.
Cadrul didactic face prezența la cursuri și poate atribui bonificări sau aplica penalizări în funcție de cum stabilește el însuși la începutul semestrului.

Cadrul didactic anunță la prima oră de curs dacă pe parcursul semestrului vor fi cerute referate, proiecte, diferite lucrări sau dosare tematice pe care studenții să le pregătească individual sau în echipe și va preciza ponderea pe care acestea le vor avea la nota finală.

Plagiat se va considera orice lucrare care se constată a fi în proporție de cel puțin 25% copiată dintr-o altă sursă, iar utilizarea plagiatului va determina anularea lucrării, proiectului sau a referatului. Structura, conținutul și maniera de desfășurare a cursurilor nu pot fi contestate decât de studenții care le-au frecventat în proporție de cel puțin 50%.

Orice contestație a notei obținute la o formă de verificare va trebui însoțită de o cerere din partea studentului. Studentul va solicita reevaluarea lucrării, dar va prezenta în scris și o autoevaluare detaliată a propriei lucrări pentru a-și justifica solicitarea. În cerere va menționa dacă a luat la cunoștință reglementările generale și specifice din fișa disciplinei. Rezultatul acestei reevaluări va fi adus la cunoștința studentului, în decurs de 24 de ore de la data prezentării contestației.

Orice alte reglementări pe care le propune cadrul didactic pentru anul în curs pentru completarea celor de mai sus vor fi anunțate la începutul semestrului.

- 1 Ciclul de studii- se alege una din variantele- Licență/Master/Doctorat
- 2 Regimul disciplinei (conținut)- conform planului de învățământ
- 3 Regimul disciplinei (obligativitate)- se alege una din variantele – **DI** (disciplina obligatorie) **DO** (disciplina opțională) **DFac** (disciplina facultativa).
- 4 Un credit este echivalent cu 25-30 de ore de studiu (activitati didactice si studiu individual).

Data completării
11.09.2020

Titular curs
șef lucr. dr. Giorgiana Cătunescu

Titular lucrări laborator/seminarii
șef lucr. dr. Giorgiana Cătunescu

Data avizării în
departament
14.09.2020

Director de departament
conf. dr. Ovidiu Ranta