

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2	Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE SOCIOLOGIE SI ASISTENTA SOCIALA
1.3	Catedra	DEPARTAMENTUL DE SOCIOLOGIE
1.4	Domeniul de studii	SOCIOLOGIE
1.5	Ciclul de studii	MASTER
1.6	Programul de studii/Calificarea	SOCIOLOGIA CONSUMULUI

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	MARKETING 5.0									
2.2	Titularul activităților de curs	Dr. Neagoie Iliuta Daniel									
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studiu	I	2.5	Semestrul	I	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	Obligatoriu

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

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	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				
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						30
Tutoriat						2
Examinări						3
Alte activități						2
3.7 Total ore studiu individual						97
3.9 Total ore pe semestru						125
3.10 Numărul de credite						5

4.1	de curriculum	-
4.2	de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prezenta la curs fizic sau online (din cauza contextului pandemic actual) prin intermediul platformelor agreate, stimulate de caracterul interactiv si punctarea participarii cu idei, puncta de vedere, opinii si initiative de valoare.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	-

6. Competențele specifice acumulate

--

Competente profesionale	Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația si mediul sau. Fundamentarea si elaborarea mix-ului de marketing respectand principiile marketingului de la produs la consumator și la spiritul uman.
Competente transversale	Formarea abilităților de lucru în echipă, de comunicare și de prezentare a rezultatelor. Realizarea de cercetări de birou, documentare, interpretarea datelor privitoare la piață. Realizarea unui program al mixului de marketing sau a unei componente a acestuia respectand principiile marketingului de la produs la consumator și la spiritul uman.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea capacității de înțelegere și explicare a conceptelor și termenilor specifici marketingului și de identificare a realităților practice reflectate de aceste categorii. Realizarea de analize privind mediul de afaceri din punct de vedere al activitatilor de marketing intreprinse de companii. Asistență în realizarea activităților specifice strategiilor de marketing, a evoluției acestora de la produs la consumator și la spiritul uman.
7.2 Obiectivele specifice	Dezvoltare a cunoștințelor dobândite prin studiu individual. Identificarea modalităților de înțelegere a realităților practicii cu ajutorul modului de gândire specific marketingului. Înțelegerea căilor de identificare a actorilor sociali implicați în activități de micro și macro marketing. Însușirea unor abilități practice în proiectarea unei strategii de marketing bazată pe conceptul valoric de la produs la consumator și la spiritul uman.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prezentarea conceptului de marketing. Definitie, functii, dezvoltare. Evolutia de la Marketingul centrat pe produs la cel centrat pe valoare. 2. Conceptul de Marketing 3.0. Diferenta între Marketingul 1.0, 2.0 și 3.0 – 2 cursuri 3. Elementele constructive ale Marketing 3.0 4. Inovatie și Marketing 3.0 5. Strategii de Marketing 3.0 6. Aplicatii 	Prelegerea se bazeaza pe utilizarea unui PowerPoint, pe resurse multimedia si pe studii de caz.	Se recomanda studierea bibliografiei.
Bibliografie: Kotler Ph., Kartejaya H., Setiawan I., Marketing 3.0 – de la produs la consumator si la spiritual uman, Editura Publica 2010. Kotler Ph., Kartejaya H., Setiawan I., Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Hoboken, 2017		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații

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

Metoda de predare, este orientata spre dobandirea unor abilitati practice de lucru cu metodele, tehnicile si intrumentele de cercetare din domeniul marketingului, în strânsă legătură cu cerințele comunității academice si cu cerintele angajatorilor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------

10.4 Curs	40% evaluare pe parcurs 60% Colocviu – prezentare proiect	Sustinere orala	100
10.5 Seminar/laborator			
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> Minim 50% (evaluare pe parcurs si colocviu) 			

Data completării

Semnatura titular curs

Semnatura titularului de seminar

ANEXĂ LA FIȘA DISCIPLINEI

b. Evaluare – mărire de notă

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezentare proiect	Oral	100
10.5 Seminar/laborator			
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea la 50% din activitățile didactice și însușirea conceptelor de bază.			
Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar	
	

c. Evaluare – restanță

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezentare proiect	Oral	100
10.5 Seminar/laborator			
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea la 50% din activitățile didactice și însușirea conceptelor de bază.			
Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar	
	