

**FIȘA DISCIPLINEI****1. Date despre program**

| | |
|---------------------------------------|--|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | UNIVERSITATEA TEHNICĂ DIN CLUJ-NAPOCA, CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIA MARE |
| 1.2 Facultatea | DE INGINERIE |
| 1.3 Departamentul | INGINERIE ȘI MANAGEMENTUL TEHNOLOGIEI |
| 1.4 Domeniul de studii | INGINERIE INDUSTRIALĂ |
| 1.5 Ciclul de studii | LICENȚĂ |
| 1.6 Programul de studii | TEHNOLOGIA CONSTRUCȚIILOR DE MAȘINI |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|---------------|---|------------------|---|----------|----|------------|----|
| 2.1 Denumirea disciplinei | Management industrial 2 | | | | | | | | |
| 2.2 Codul disciplinei | 50.00 | | | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de curs | Conf.dr.ing., ec. Gabriela Lobonțiu | | | | | | | | |
| 2.4 Titularul(ii) activităților de aplicații | Asist.dr.d. Raul Drența | | | | | | | | |
| 2.5 Anul de studii | 3 | 2.6 Semestrul | 2 | 2.7 Tip evaluare | C | 2.8 Tip* | DI | 2.9 Cat.** | DD |

* DI=Disciplină impusă; DO=Disciplină opțională; DFac=Disciplină facultativă

** DF=Disciplină fundamentală; DD=Disciplină de domeniu; DS=Disciplină de specialitate; DC=Disciplină complementară

3. Timpul total (ore pe semestru ale activității studentului)

| | | | | | |
|--|----|---------------------------|----|---------------|------------|
| 3.1 Număr de ore activități didactice/ săptămână | 2 | din care: 3.1.1 curs | 1 | 3.1.2 seminar | 1 |
| | | din care: 3.1.3 laborator | | 3.1.4 proiect | |
| 3.2 Număr de ore activități didactice/ semestru | 28 | din care: 3.2.1 curs | 14 | 3.2.2 seminar | 14 |
| | | din care: 3.2.3 laborator | | 3.2.3 proiect | |
| Distribuția fondului de timp pentru studiul individual | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 8 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 8 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 4 |
| Tutoriat | | | | | |
| Examinări | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | |
| 3.3 Total ore studiu individual | | | | | 22 |
| 3.4 Total ore din planul de învățământ (3.2+3.3) | | | | | 50 |
| 3.5 Numărul de credite | | | | | 2 |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|--|
| 4.1 de curriculum | <ul style="list-style-type: none">Promovarea examenului de Management industrial 1, din anul III, semestrul 1 |
| 4.2 de competențe | <ul style="list-style-type: none">Cunoștințe generale de management, cunoașterea funcțiilor de management și a activităților specifice acestora, înțelegerea modului de funcționare a unei organizații și a integrării ei în suprasistemele din care face parte, înțelegerea structurii organizaționale și a funcțiilor firmei |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-----------------------------------|---|
| 5.1. de desfășurare a cursului | <ul style="list-style-type: none">Sală de curs dotată cu tablă, laptop, videoproiectorPlatformă de învățare on-line (e-learning) - KB (Moodle LMS) |
| 5.2. de desfășurare a seminarului | <ul style="list-style-type: none">Sală de curs dotată cu tablă, laptop, videoproiectorPlatformă de învățare on-line (e-learning) - KB (Moodle LMS) |

**6. Descrierea calificării**

| | |
|----------------------------|---|
| Prin rezultatele învățării | CUNOȘTIINȚE: <ul style="list-style-type: none">C6.1 Definirea conceptelor, teoriilor, metodelor și principiilor de bază privind planificarea, gestionarea și exploatarea proceselor și sistemelor de fabricare, precum și asigurarea calității și inspecția produselorC6.2 Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea problemelor care apar în planificarea, gestionarea și exploatarea proceselor și sistemelor de fabricare pe mașini clasice și/sau CNC, precum și în asigurarea calității și în inspecția produselor |
| | APTITUDINI: <ul style="list-style-type: none">A6.1 Aplicarea de principii și metode de bază pentru planificarea, gestionarea și exploatarea proceselor și sistemelor de fabricare, precum și pentru asigurarea calității și inspecția produselor, în condiții de asistență calificatăA6.2 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele metodelor de planificare, gestionare și exploatare a proceselor și sistemelor de fabricare, precum și de asigurare a calității și de inspecție a produselor, inclusiv a programelor software dedicateA6.3 Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea principiilor și metodelor consacrate în domeniu de planificare, gestionare și exploatare a proceselor și sistemelor de fabricare, precum și de asigurarea calității și inspecția produselor |
| | RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE: <ul style="list-style-type: none">R.1 Aplicarea valorilor și eticii profesiei de inginer și executarea responsabilă a sarcinilor profesionale în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată. Promovarea raționamentului logic, convergent și divergent, a aplicabilității practice, a evaluării și autoevaluării în luarea deciziilorR.2 Realizarea activităților și exercitarea rolurilor specifice muncii în echipă pe diferite paliere ierarhice. Promovarea spiritului de inițiativă, dialogului, cooperării, atitudinii pozitive și respectului față de ceilalți, diversității și multiculturalității și îmbunătățirea continuă a propriei activitățiR.3 Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională continuă în scopul inserției pe piața muncii și al adaptării la dinamica cerințelor acesteia și pentru dezvoltarea personală și profesională. Utilizarea eficientă a abilităților lingvistice și a cunoștințelor de tehnologia informației și a comunicării |

7. Obiectivele disciplinei

| | |
|---------------------------------------|--|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <ul style="list-style-type: none">Înțelegerea fenomenului de marketing dintr-o organizație industrială și a rolului marketingului în dezvoltarea unor produse competitive, care să răspundă unei nevoi reale de pe piață |
| 7.2 Obiectivele specifice | <ul style="list-style-type: none">Aprofundarea conceptului de mix de marketingÎnțelegerea corelațiilor și dependențelor dintre organizație și mediul ei extern, respectiv internÎnțelegerea și interpretarea strategiilor specifice fiecărui element din mix-ul de marketingAprofundarea conceptului de ciclu de viață al produsului, ca și fundament al dezvoltării de noi produse |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Nr. ore | Metode de predare | Obs. |
|---|---------|---|-------------------------------|
| Cap. 1. Noțiuni introductive 1.1. Definirea marketingului 1.2. Conceptul de marketing 1.3. Funcțiile marketingului | 2 | Expunere, prezentarea logică, demonstrația prezentării multimedia, discuții | Calculatoare, Video-proiector |
| Cap. 2. Aspecte generale privind strategiile de marketing 2.1. Nevoi, dorințe și cereri 2.2. Valoare, cost și satisfacție 2.3. Implementarea conceptului de marketing 2.4. Strategia de marketing | 4 | | |



| | | | |
|--|---------|---|------|
| 2.5. Specializarea marketingului | | | |
| 2.6. Filozofia managementului activității de marketing | | | |
| Cap. 3. Mediul marketingului | | | |
| 3.1. Definirea mediului de marketing | | | |
| 3.2. Macro-mediul | 4 | | |
| 3.3. Micromediul | | | |
| 3.4. Analiza mediului de marketing | | | |
| Cap. 3. Produsul | | | |
| 3.1. Ce este un produs? | | | |
| 3.2. Conceptul de produs total | 4 | | |
| 3.3. Ciclul de viață al produsului | | | |
| Bibliografie: 1. Bacali, L. (coord.) - Marketing. Manual de inginerie economică. Cluj Napoca: Editura Dacia, 2002. 2. Hill, E. și O'Sullivan, T. - Marketing. București: Editura Antet, 1997. 3. Kotler, Ph. - Principiile marketingului. București: Editura Teora, 1998. 4. Kotler, Ph. - Managementul marketingului. Ediția a V-a. București: Editura Teora, 2008. 5. Rahau, L., Oroian, M., Neagu, Gh. - Marketing. Cluj-Napoca: Risoprint, 2005. 6. Zima, L. - Bazele marketingului. Cluj-Napoca: Risoprint, 2005. | | | |
| 8.2 Seminar | Nr. ore | Metode de predare | Obs. |
| 1. Analiza pieței. Stabilirea cotei de piață – aplicații | 2 | Analiză, dezbateri, interpretare, sinteză | |
| 2. Previziune pe termen scurt. Testul conjunctural – aplicații | 2 | | |
| 3. Analiză și dezbateri studii de caz privind: cei 4P și comportamentul consumatorilor; strategia generală de marketing a firmei | 2 | | |
| 4. Analiză și dezbateri studii de caz privind: influența mediului extern al firmei | 2 | | |
| 5. Analiză și dezbateri studii de caz privind: Produsul în mix-ul de marketing; Prețul în mix-ul de marketing | 2 | | |
| 6. Analiză și dezbateri studii de caz privind: Promovarea în mix-ul de marketing; Plasamentul în mix-ul de marketing | 2 | | |
| 7. Colocviu | 2 | | |
| Bibliografie: 1. Bacali, L. (coord.) - Marketing. Manual de inginerie economică. Cluj Napoca: Editura Dacia, 2002. 2. Hill, E. și O'Sullivan, T. - Marketing. București: Editura Antet, 1997. 3. Lobonțiu, G. - Marketing. Note de curs (suport electronic). Baia Mare: Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, Facultatea de Inginerie. 4. Lobonțiu, G., Barkoczi, N. (2014): Marketing. Caiet de seminarii. Cluj-Napoca: Editura UT Press. 5. Zima, L. - Bazele marketingului. Cluj-Napoca: Risoprint, 2005. | | | |

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

- Comunitatea angajatorilor recomandă dezvoltarea abilităților pe bază de cunoștințe, raționamente logice, convergente și divergente în domeniul marketingului organizațiilor industriale
- Comunitatea angajatorilor solicită formarea absolvenților cu capacitatea de a oferi soluții performante de poziționare a firmei în raport cu mediul ei
- Dezvoltarea comunicării interpersonale
- Capacitatea de a-și pune probleme și de a identifica probleme în procesele de marketing și de vânzări ale firmei
- Dezvoltarea responsabilității individuale și a spiritului de lucru în echipă, cu recunoașterea poziției ierarhice în cadrul echipei

**10. Evaluare**

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|----------------|---|--|------------------------------|
| 10.4 Curs | Capacitatea de a răspunde corect la un pachet de 30 de întrebări grilă bazate în totalitate pe notele de curs și pe cursul predat | Test grilă cu 30 de întrebări - 1 punct din oficiu + 0,3 puncte/întrebare cu răspuns(uri) corect(e) | 50% |
| 10.5 Seminar | a. Activitatea pe parcurs: se va urmări gradul de însușire a conceptelor de marketing stabilite pentru fiecare seminar b. Lucrări de verificare: se va urmări înțelegerea conceptelor de marketing abordate în fiecare seminar, a corelațiilor și dependențelor acestora, utilizarea lor corectă în funcție de problematica abordată c. Realizare referat: se va urmări înțelegerea fenomenului de marketing dintr-o organizație industrială, prin abordarea unor subiecte care pornesc de la un caz real (un articol de presă), care să dezbată problematicile abordate la curs și seminar | a. Evaluarea activității din timpul orelor de seminar - max. 2 puncte b. Evaluarea răspunsurilor la lucrările de verificare specifice tematicii abordate - max. 2 puncte c. Verificarea referatului (parte teoretică, contextul problemei abordate și soluțiile propuse de către studenți, concluzii) - max. 5 puncte d. din oficiu - 1 punct | 50% |

10.8 Standard minim de performanță

- Nota 5 se acordă dacă studentul a răspuns corect și complet la minimum 12 de întrebări din testul grilă, iar lucrarea scrisă de la seminar i-a fost notată cu minim 5
- Standardul minim de performanță pentru testul grilă constă din cunoașterea funcțiilor marketingului, a definiției nevoilor, dorințelor și cererii, cunoașterea conceptelor de valoare, cost și satisfacție, a componentelor macromediului, respectiv ale micromediului de marketing, înțelegerea conceptului de ciclu de viață al produsului
- Standardul minim de performanță pentru seminar presupune realizarea referatului de evaluare

Data completării

___/___/___

Titular de curs*Conf.dr.ing., ec. Gabriela Lobonțiu***Titular seminar***Asist.drd. Raul Drența***Data avizării în Consiliul Departamentului**

___/___/___

Director de Departament*Conf.dr.ing. Mihai Bănică***Data aprobării în Consiliul Facultății**

___/___/___

Decan*Conf.dr.ing., ec. Dinu Darabă*