

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Facultatea de Construcții / Departamentul Management
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Inginerie Geodezică/30
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Măsurători Terestre și Cadastru/10/Inginer geodez

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING ȘI LEGISLAȚIE						
2.2 Titularul activităților de curs	Ș. L. Dr. Ing. Ana-Andreea MIHĂRTEȘCU						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Ș. L. Dr. Ing. Ana-Andreea MIHĂRTEȘCU						
2.4 Anul de studiu ⁶	III	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei	DCA

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/proiect/practică	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28, din care:	3.5 curs	14	3.6 activități aplicative	14
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					
Examinări					3
Alte activități					
Total ore activități individuale					23
3.8 Total ore pe semestru ⁷					51
3.9 Numărul de credite					2

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Microeconomie; Matematici speciale.
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Dotare sală: videoproiector, calculator
5.2 de desfășurare a activităților practice	•

Notă:

2.7) Regimul disciplinei - pentru nivelul de licență se alege una din variantele: DFI (disciplină fundamentală), DDO (discipline ingineresti în domeniu obligatorii), DDA (discipline ingineresti în domeniu opționale), DSO (disciplină de specialitate obligatorii), DSA (discipline de specialitate opționale), DCO (discipline complementare obligatorii), DCA (discipline complementare opționale), DF (discipline complementare facultative);

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studii căruia îi aparține disciplina.

³ Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

⁴ Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

⁵ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁶ Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁷ Se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.4 și 3.7.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁸	•
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea eficientă a tehnicilor de comunicare și de relaționare la nivel organizațional sau de grup profesional în condițiile asumării de roluri specifice diferitelor niveluri ierarhice. • Autoevaluarea nevoii de formare profesională, de evoluție în /profesie, de dezvoltare a competențelor dobândite și de adaptare la cerințele unei societăți dinamice.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a: noțiunilor, principiilor, tehnicilor și modelelor specifice marketingului și legislației în construcții, atât la nivel de concepte cât și la nivel de aplicare în cadrul firmelor de construcții în condițiile reale de piață, pentru a dezvolta capacitatea acestora: de a proiecta economic și tehnologic lucrările de execuție, exploatare și întreținere a construcțiilor în domeniul ingineriei civile; de a organiza și conduce procesul de execuție, exploatare și întreținere a construcțiilor civile, industriale agricole; de a aplica strategiile de muncă eficientă și responsabilă, de punctualitate, seriozitate și răspundere personală, pe baza principiilor, normelor și a valorilor eticii profesionale; de a aplica tehnicile de muncă eficientă în echipă, pe diverse paliere ierarhice; de a se documenta în limba română și într-o limbă străină, pentru dezvoltarea profesională și personală, prin formare continuă și adaptarea eficientă la noile specificații tehnice.
7.2 Obiectivele specifice	•

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1. NOTIUNI INTRODUCTIVE. 1.1 Conceptul de marketing; 1.2 Demersuri în marketing; 1.3 Principiile marketingului; 1.4 Noțiuni de bază în marketing; 1.5 Procesul deciziei de cumpărare.	2	Expunerea; Conversația euristică;
2.PRODUSUL 2.1 Noțiunea de produs; 2.2 Gestiunea produselor individuale; 2.3 Gestiunea gamelor de produse; 2.4 Ciclul de viață al produselor și strategiile de marketing.	2	Explicația; Prelegerea;
3.PREȚUL 3.1 Obiectivele de fixare a prețului; 3.2 Fixarea prețului pornind de la cost; 3.3 Variații de preț		Studiu de caz; Problematică;
4.DISTRIBUȚIA 4.1 Analiza distribuției (Funcțiile distribuției; Structurile distribuției; Formele distribuției; 4.2 Politica de distribuție (Alegerea circuitelor de distribuție, Gestiunea circuitelor, Distribuția fizică	2	Explicația; Povestirea;
5.PROMOVAREA – COMUNICAREA: 5.1. Generalități; 5.2. Publicitate; 5.3. Promovare; 5.4. Alte tehnici de comunicare; 5.5 Marketingul direct		
6. LEGISLAȚIE: 6. 1. Noțiuni de Legislație; 6.2. Construcțiile, ramură de bază a producției materiale; 6.3. Particularități ale producției de construcții; 6.4. Factorii participanți la realizarea construcțiilor	2	
7. LEGISLAȚIE PRIVIND ATRIBUIREA CONTRACTELOR DE ACHIZITIE PUBLICĂ. 7.1. Termeni de operare, 7.2. Contractul de lucrări, contractul de furnizare, contractul de servicii; 7.3. Proceduri de atribuire; 7.4. Caietul de sarcini	2	
8. LEGISLAȚIE PRIVIND AUTORIZAREA EXECUTĂRII LUCRĂRILOR DE CONSTRUCȚII	2	
9. RECEPȚIA LUCRĂRILOR DE CONSTRUCȚII ȘI A INSTALAȚIILOR AFERENTE	2	

⁸ Aspectul competențelor profesionale și competențelor transversale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS (http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă, la care participă disciplina.

Bibliografie⁹

- Kotler Philip și alții – Principiile Marketingului, Ed. Teora, Bucuresti, 1998;
- Kotler Philip și alții – Managementul Marketingului, Ed. Teora, Bucuresti, 2000;
- Duța Pavel Ernest, Mihărtescu Ana-Andreea - Elemente de MANAGEMENT & MARKETING pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii, Editura Politehnica, Timișoara 2003;
- Duța Pavel Ernest, Mihărtescu Ana-Andreea - Duța P, MIHĂRTEȘCU A. A. - Elemente de COMUNICARE & MARKETING pentru formarea agenților de vânzări, Editura Politehnica, Timișoara 2003;
- Izvercian Monica – Elemente de Marketing, Ed. Eurobit, Timișoara, 2002;
- Mihărtescu Ana-Andreea - Integrarea cerințelor utilizatorului în faza de concepție a produselor, Editura Politehnica, Timișoara 2011;
- MIșcă Mihai – Ghidul inginerului de construcții pe șantier, Editura Eurobit, 2002, Timișoara;
- Legea 10/1995 - privind calitatea în construcții;
- Legea 50/1991 - privind autorizarea executării lucrărilor de construcții;
- OUG 34/2006 - privind atribuirea contractelor de achiziție publică, a contractelor de concesiune de lucrări publice și a contractelor de concesiune de servicii.
- HG nr. 273/1994 prin care se aprobă Regulamentul de recepție a lucrărilor de construcții și instalații aferente acestora.

8.2 Activități aplicative ¹⁰	Număr de ore	Metode de predare
1. Noțiuni introductive în Marketing și Legislație	2	Explicație; Conversație; Problematizare; Observație dirijată
2. Business-games. Teste și probleme de marketing	2	
3. Elemente teoretice privind realizarea unui studiu de piață, Simularea realizării unui studiu de piață	4	
4. Elemente componente ale unui plan de marketing, Studiu de caz	6	

Bibliografie¹¹

- Bacali Laura (coord) – Manual de Inginerie Economică. Marketing. Editura Dacia, Cluj Napoca,
- Duța Pavel Ernest, Mihărtescu Ana-Andreea – Training în Marketing Strategic, Ed. Eurobit, Timișoara 2002;

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		Examen scris: Test cu 9 itemi de evaluare a cunoștințelor	60%
10.5 Activități aplicative	S:	Aplicații practice. Studii de caz	40%
	L:		
	P:		
	Pr:		
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
• Obținerea notei 5 atât la Evaluarea Distribuită, cât și la activitatea pe parcurs (seminar).			

Data completării

21.01.2019

**Titular de curs
(semnătura)**

Ș. L. Dr. Ing. Ana-Andreea MIHĂRTEȘCU

**Titular activități aplicative
(semnătura)**

Ș. L. Dr. Ing. Ana-Andreea MIHĂRTEȘCU

**Director de departament
(semnătura)**

Conf.dr.ing.,ec.Matei TĂMĂȘILĂ

Data avizării în Consiliul Facultății¹²**Decan
(semnătura)**

.....

⁹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin 3 titluri trebuie să se refere la lucrări relevante pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existente în biblioteca UPT.

¹⁰ Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina conține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

¹² Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.