

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA POLITEHNICA TIMIȘOARA
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	ELECTRONICĂ ȘI TELECOMUNICAȚII / MANAGEMENT
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	INGINERIE ELECTRONICĂ, TELECOMUNICAȚII ȘI TEHNOLOGII INFORMATIONALE/100
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	TEHNOLOGII ȘI SISTEME DE TELECOMUNICAȚII/20/Tehnologii și Sisteme de Telecomunicații

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Management și Marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.ing.,ec.Matei TAMASILA						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Conf.dr.ing.,ec.Matei TAMASILA						
2.4 Anul de studiu ⁶	3	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei	DC

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4 , din care:	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator/ proiect/practică	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56 , din care:	3.5 curs	28	3.6 activități aplicative	28
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					6
Examinări					3
Alte activități					
Total ore activități individuale					48
3.8 Total ore pe semestru ⁷	78				
3.9 Numărul de credite	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Microeconomie; Cultură și civilizație
4.2 de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sala echipata cu videoproiector și tabla
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Sala echipata cu tabla

6. Competențe specifice acumulate

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

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu 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.

Competențe profesionale ⁸	<ul style="list-style-type: none"> • Proiectarea și utilizarea unor aplicații hardware și software de complexitate redusă specifice electronicii aplicate •
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza metodică a problemelor întâlnite în activitate, identificând elementele pentru care există soluții consacrate, asigurând astfel îndeplinirea sarcinilor profesionale • Definirea activităților pe etape și repartizarea acestora subordonaților cu explicarea completă a îndatoririlor, în funcție de nivelurile ierarhice, asigurând schimbul eficient de informații și comunicarea interumană • Adaptarea la noile tehnologii, dezvoltarea profesională și personală, prin formare continuă folosind surse de documentare tipărite, software specializat și resurse electronice în limba română și, cel puțin, într-o limbă de circulație internațională •

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea de către studenți a: noțiunilor, principiilor, tehnicilor și modelelor specifice managementului și marketingului, atât la nivel de concepte cât și la nivel de aplicare în cadrul firmelor în condițiile reale de piață
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea capacității și abilității de a cunoaște și înțelege fenomenele și aspectele vieții economice • Dezvoltarea capacității de a analiza conținutul situațiilor/conjuncturilor economice în perspectiva luării unor decizii manageriale • Dezvoltarea capacității de a identifica și analiza sistematic potențialele problemele profesionale în vederea soluționării lor prin intermediul unor mijloace consacrate • Dezvoltarea capacității de a se adapta noilor provocări tehnologice, în vederea dezvoltării profesionale și personale ca specialiști în domeniu, respectiv manageri, prin formare continuă apelând la surse de documentare tipărite sau electronice precum și software specializate; • Dezvoltarea capacității de a-și defini obiectivele și activitățile la diferite niveluri ierarhice și a le repartiza subordonaților cu explicarea completă a îndatoririlor, asigurând schimbul eficient de informații și comunicarea interumană

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1.Introducere in management	1	Prelegere, exemplificare, discutii interactive, analize comparative
2.Funcțiile managementului: previziune și planificare	2	
3. Funcțiile managementului: procesul decizional	3	
4. Funcțiile managementului: organizarea	2	
5. Funcțiile managementului: coordonarea și motivarea	2	
6. Funcțiile managementului: controlul	2	
7.Teorii și modele specifice leadershipului	2	
8.Marketing – elemente introductive	1	
9.Piața: definire, caracteristici, metode și instrumente de cercetare	3	
10.Piața:segmentarea pieței, valoarea la consumator și satisfacția clientului	2	
11.Mixul de marketing: produsul	2	
12. Mixul de marketing: prețul	2	
13: Mixul de marketing: promovarea	2	
14. Mixul de marketing: plasarea(distribuția)	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 1. Tăroată A., Tămășilă M., Staicu F., Rușeț V., Tăucean I. , *Marketing Management*; Politehnica; Timișoara, 2010
2. Tăroată A., Tămășilă M., Tăucean I. , *Leadership*; Politehnica; Timișoara, 2011
3. A.Tăroată – *Marketing, concepție, planificare, implementare* –Ed.Eurobit, Timișoara, 2003.
4. A.Tăroată – *Marketing, ghid pentru întreprinzători* –Ed.Eurobit, Timișoara, 1997.
5. Kotler Ph., *Managementul Marketingului*, Teora, București, 2002

8.2 Activități aplicative ¹⁰	Număr de ore	Metode de predare
1. Optimizarea deciziilor în condiții de: certitudine	4	Dezbateri, Aplicații, studii de caz,
2. Optimizarea deciziilor în condiții de: risc	2	
3. Optimizarea deciziilor în condiții de: incertitudine	4	
4. Metode de planificare – management de proiect: Drum critic, Pert, Gantt	4	
5. Conceptul de marketing – studiu de caz	2	
6. Analiza mediilor de marketing - SWOT	2	
7. Determinarea indicilor de piață: cota de piață, rată de saturație, rată de penetrare etc.	4	
8. Metode de stabilire a prețului de vânzare	4	
9. Modele de alegere a mijloacelor de promovare	2	

Bibliografie¹¹ 1. M. Tamasila, S. Maistor *Analiza performanțelor economice – îndrumător pentru activități practice și seminar*; Editura Solness, Timișoara 2013

2. Tăroată A., Tămășilă M., Staicu F., Rușeț V., Tăucean I. , *Marketing Management*; Politehnica; Timișoara, 2010
3. A. Tăroată – *Marketing, ghid pentru întreprinzători* –Ed.Eurobit, Timișoara, 1997.

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

- Mentineră legăturii permanente cu mediul de afaceri în mod special prin derularea unor cercetări aplicative în cadrul firmelor, anual prin intermediul elaborării proiectelor de finalizare studii și proiectelor specifice anumitor discipline

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea de către studenți a conceptelor, instrumentelor, metodelor și modelelor specifice disciplinei	Examen scris	60%
10.5 Activități aplicative	S: Capacitatea de a utiliza corect metodele, modelele specifice pentru a : alege varianta decizională optimă, alocă resursele , stabili prețul etc. L: P: Pr:	Verificare/Testare prin aplicații și studii de caz specifice portofoliului	40%
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			

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.

