Programul de studii: Management IFR
Disciplina: Marketing
Anul de studii: II
Grupa:1 și 2
Semestrul: 1

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Peri-oada	Săptă-mâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1	**Rolul marketingului ca practică managerială** • Trăsăturile conceptului de marketing . Sarcinile marketingului • Managementul marketingului • Domeniile aplicării marketingului • Tendinţe ale conceptului de marketing	2								
	2	**Analiza mediului de marketing** • Analiza micromediului de marketing al firmei • Analiza macromediului de marketing al firmei Analiza SWOT	2								

		Studii de caz									
	3	**Cercetarea pieţei- Dimensiunile pieţei** • **Capacitatea pieţei** • **Dinamica pieţei** . **Aria pieţei** Studii de caz	2								
	4	**Segmentarea pieţei** . • Testul hi pătrat • Testul Fisher	2								
	5			TC1: Aplicație practică Testul hi pătrat și testul Fisher	12.11.2021/1 oră grupa1, 19.11.2021 .grupa2						
	6	**Strategia de marketing** • Strategii generice • Strategii bazate pe concurenţă • Modelul Boston Consulting Group • Modelul General Electric Studii de caz	2								
	7			TC2: Planificarea strategică în cadrul unei firme producătoare	3.12.2021/1oră grupa1 10.12.2021 grupa2						

				de produse cosmetice pe baza aplicării Modelului BCG							
	8	Politica de produs, preț, distribuție, promovare elemente ale mixului de marketing Studii de caz	2 ore								
	9	Total ore	12		2						
Sesiune examene	1	Februarie 2026									E
	2										
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,
Conf Univ Dr. Zima Liliana Adela

Cadru didactic activități aplicative,
Conf Univ Dr. Zima Liliana Adela