

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Agora din municipiul Oradea
1.2 Facultatea	De Științe Juridice și Administrative
1.3 Departamentul	De Științe Juridice și Administrative
1.4 Domeniul de studii	Științe administrative
1.5 Ciclul de studii	Ciclul I –Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrație publică /licențiat în Științe Administrative

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MARKETING PUBLIC
2.2 Titularul activității de curs	
2.3 Titularul activității de seminar/laborator	
2.4 Anul de studiu	II
2.5 Semestrul	3
2.6 Tipul de evaluare	Sumativă (ES)
2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, support de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități...					-
3.7 Total ore studiu individual					33
3.8 Total ore din planul de învățământ (3.4) + Total ore studiu individual (3.7)					42+33=75
3.9 Total ore pe semestru (25 ore/ 1 credit): 25x 3 = 75					75
3.10 Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Studentul va avea un cont valid, necesar pentru intrarea pe platforma Moodle; Studentul va avea mijlocul tehnic necesar pentru conectarea cu platforma Moodle în cazul în care cursul se va ține online; Pe parcursul desfășurării activităților didactice și în timpul pauzelor se vor respecta <i>măsurile de siguranță epidemiologică pentru prevenirea îmbolnăvirilor cu virusul SARS-CoV-2.</i>
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Studentul va avea un cont valid, necesar pentru intrarea pe platforma Moodle; Studentul va avea mijlocul tehnic necesar pentru conectarea cu platforma Moodle în cazul în care seminarul se va ține online; Pe parcursul desfășurării activităților didactice și în timpul pauzelor se vor

respecta măsurile de siguranță epidemiologică pentru prevenirea îmbolnăvirilor cu virusul SARS-CoV-2.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>a. Competențe exprimate în cunoștințe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descrierea și aprofundarea conceptelor, metodologiilor și procedurilor specifice asistenței manageriale în sectoarele public și privat - Stabilirea de acțiuni, sarcini și responsabilități pentru rezolvarea problemelor specifice asistenței manageriale în sectoarele public și privat. <p>b. Competențe exprimate în abilități.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dobândirea abilității de identificare și descriere a conceptelor, metodologiilor și procedurilor specifice activității de asistență managerială în sectoarele public și privat - Stabilirea și ierarhizarea obiectivelor, identificarea riscurilor și determinarea resurselor pentru implementarea politicilor, programelor și proiectelor - Proiectarea de sarcini, responsabilități și ierarhii specifice politicilor, programelor și proiectelor la nivelul asistenței manageriale în sectoarele public și privat - Elaborarea și aplicarea de intervenții specifice dezvoltării și organizării activității de asistență managerială și secretariat. <p>c. Competențe atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Respect pentru diversitatea socio-culturală a mediului public și privat - Interes și sensibilitate pentru problemele specifice dezvoltării activităților specifice asistenței manageriale și secretariatului - Motivația intrinsecă pentru rezolvarea problemelor care apar în activitatea de asistență managerială în sectoarele public și privat.
Competențe transversale	<p>CT1 Îndeplinirea la termen, în mod riguros, eficient și responsabil, a sarcinilor profesionale, cu respectarea principiilor etice și a deontologiei profesionale.</p> <p>CT2 Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup, deprinderea și exercitarea rolurilor specifice în munca de echipă, prin dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală.</p> <p>CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională și identificarea resurselor și modalităților de formare și dezvoltare personală și profesională, în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să ofere studentului informații despre marketingul public astfel încât acesta să-și poată însuși cunoștințele necesare pentru a fi în măsură să utilizeze instrumentarul științific adecvat, să aprofundeze gândirea de marketing și să asigure o puternică ancorare în practica , însușirea deprinderilor de analiză a situațiilor concrete pe piața serviciilor publice.
---------------------------------------	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Marketing public	În situația în care cursurile se vor desfășura online se va folosi platforma de e-learning Moodle, butonul BIGBLUEBUTTON din cadrul platformei moodle sau aplicația ZOOM.	28 ore

Cursul 1. Fundamentele marketingului public	Prelegere	4 ore
Cursul 2. Mediul marketingului	Prelegere, Dezbateri	4 ore
Cursul 3. Piața serviciilor publice	Prelegere, prezentare power point	4 ore
Cursul 4. Comportamentul consumatorului	Prelegere, conversatie euristica	4 ore
Cursul 5. Conceptele politicilor și strategiilor mixului de marketing	Prelegere, prezentare power point, dezbateri, exemplificare practică	4 ore
Cursul 6. Tehnici în marketingul public	Prelegere, prezentare power point	4 ore
Cursul 7. Sistemul informațional de marketing public	Prelegere, dezbateri, prezentare power point	4 ore

Bibliografie curs:

Bibliografie obligatorie

Oana Mateuț-Petrișor, Marketing Public, note de curs, Editura Universității Agora, Oradea

Bibliografie recomandată

Balaur, V. (coord.), Marketing, Editura Uranus, București, 2002.

Cătoiu, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ediția a II-a revăzută și adăugită, București, 2004.

Cetină, I. (coord.), Marketingul serviciilor. Fundamente și domenii de specializare, Editura Uranus, București, 2009.

Kotler, Ph, Armstrong, G., Principiile marketingului, Ediția a –IV-a, Editura Teora, București, 2008.

Kotler, Ph., Keller, K.L., Managementul marketingului, Ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008.

Olteanu, V., Marketingul serviciilor. Teorie și practică. Ediția a 2-a, Editura Uranus, București, 2002.

Pastiu C. Marketingul serviciilor , Seria didactică , 2014.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observatii
Marketing public	În situația în care seminarele se vor desfășura online se va folosi platforma de e-learning Moodle, butonul BIGBLUEBUTTON din cadrul platformei moodle sau aplicația ZOOM.	14 ore
Tema 1. Fundamentele marketingului public	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristica, dezbateri, brainstorming	2 ore
Tema 2. Mediul marketingului	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristica, dezbateri, brainstorming	2 ore
Tema 3. Piața serviciilor publice	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristica, dezbateri, brainstorming	2 ore
Tema 4. Comportamentul consumatorului	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristica, dezbateri, brainstorming	2 ore
Tema 5. Conceptele politicilor și strategiilor mixului de marketing	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristica, dezbateri, brainstorming	2 ore
Tema 6. Tehnici în marketingul public	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristica, dezbateri, brainstorming	2 ore
Tema 7. Sistemul informațional de marketing public	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristica, dezbateri, brainstorming	2 ore

Bibliografie obligatorie

1. Oana Mateuț-Petrișor, Marketing Public. Note de curs, Editura Universității Agora, Oradea .

2. Oana Mateuț-Petrișor, Marketing Public. Note de seminar, Editura Universității Agora, Oradea.

Bibliografie recomandată

Balaure, V. (coord.), Marketing, Editura Uranus, București, 2002.
Cătoi, I., Teodorescu, N., Comportamentul consumatorului, Ediția a II-a revăzută și adăugită, București, 2004.
Cetină, I. (coord.), Marketingul serviciilor. Fundamente și domenii de specializare, Editura Uranus, București, 2009.
Kotler, Ph, Armstrong, G., Principiile marketingului, Ediția a –IV-a, Editura Teora, București, 2008.
Kotler, Ph., Keller, K.L., Managementul marketingului, Ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008.
Olteanu, V., Marketingul serviciilor. Teorie și practică. Ediția a 2-a, Editura Uranus, București, 2002.
Pastiu C. Marketingul serviciilor , Seria didactică , 2014.

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

Cursul și seminarul urmăresc dezvoltarea abilităților de a interpreta și aplica principiile marketingului în sectorul public într-o abordare de marketing prezentă atât pe piața muncii, cât și în mediul academic. În centrul activității didactice se regăsesc metodele moderne de predare care presupun dezbateri și dialoguri euristice. Întreaga tematică vizează selectarea informațiilor necesare luării unor decizii juste, precum și aplicarea cunoașterii științifice, manieră ce stimulează curiozitatea și bucuria de a descoperi lucruri noi.

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 folosi noțiunile teoretice în rezolvarea unor aplicații practice	Evaluare finală (examen)	70%
10.5 Seminar / laborator	- Verificarea gradului de asimilare a cunoștințelor - Verificarea capacității de sinteză	Evaluare pe parcurs	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">cunoașterea în proporție de 70 % a informației predate la curs;activitate la seminar de 30 %.			

Data completării
07.09.2024

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament
25.09.2024

Semnătura directorului de departament
lect.univ.dr. Rath-Boșca Laura-Dumitrana