

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2024-2025
Anul de studiu II / Semestrul I

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificari COR/grupă de bază ESCO	Marketing/ 243103 Specialist în marketing, 243101 Art director publicitate, 243104 Manager de produs/ Cod ESCO: 2431 - Specialiști în publicitate și marketing

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Retail marketing			2.2. Cod disciplină	MK 216.2		
2.3. Titularul activității de curs:	Conf. univ. dr. Maican Silvia Ștefania						
2.4. Titularul activității de seminar	Conf. univ. dr. Maican Silvia Ștefania						
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	VP	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	Op

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	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
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					5
d. Tutoriat					-
e. Examinări					2
f. Alte activități universitare (vizite de studiu, consultații proiecte, etc.)					-

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)	31
3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4)	44
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	75
3.10 Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala dotată cu videoproiector/tabla.
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	- pentru susținerea seminarului: materiale informative - echipamente tehnice: laptop, videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe/rezultate ale învățării	C1.Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing C2 Utilizarea instrumentelor si a aplicatiilor informatice in activitatile de marketing C6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
Competențe transversale	-

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Concepută și elaborată ca parte a pregătirii de specialitate, disciplina “ Retail marketing ” oferă cunoștințe indispensabile din domeniul retail marketingului ca știință și ca activitate practică, necesare în calitatea de viitori economiști, agenți economici sau angajați ca specialiști ai diferitelor firme.
7.2 Obiectivele specifice	<i>Cunoașterea conceptelor de bază privind normele interne și europene în domeniul retail marketingului</i> <i>Capacitatea de a identifica și analiza operațiunile cu instrumente și modalități de plată</i> <i>Capacitatea de a identifica și analiza tipurile de întreprinderi după diverse criterii de clasificare</i> <i>Realizarea unei strategii în marketingul de retail</i>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea noțiunii de retail marketing	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
2. Atragerea de noi clienți și fidelizarea lor	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
3. Rolul marketingului de retail	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
4. Realizarea campaniilor promoționale – partea 1	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
5. Realizarea campaniilor promoționale – partea 2	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
6. Tipuri de retail marketing – marketingul tradițional; marketingul digital	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
7. Tipuri de retail marketing – marketing la locul vânzării	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
8. Strategia în marketingul de retail – stabilirea publicului țintă	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
9. Strategia în marketingul de retail – segmentarea audienței	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
10. Strategia în marketingul de retail – crearea valorii pentru client	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
11. Strategia în marketingul de retail – social media marketing	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
12. Strategia în marketingul de retail – utilizarea analiticilor de date	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
13. Strategia în marketingul de retail – personalizarea comunicării în marketing și crearea unei prezențe on-line	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
14. Strategia în marketingul de retail – utilizarea aplicațiilor mobile în retail marketing	Prelegere, conversație, exemplificări	2 ore
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> Balaure, V., (coord.), Marketing, ediția a-II-a, Editura Uranus, București, 2002. Hinescu, A., Iuga, I., Bolog, A., Management-Marketing, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2002. A. Hinescu; D. Ursu; F. Stremtan; I. Iuga; C. Jinga, Tehnici promoționale, Ed. Star Soft, 2003 Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Editura Teora, București, 2008. Kotler, Ph., ș. a., Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008 Naresh K. Malhotra; Daniel Nunan; David F. Birks, Marketing Research An Applied Approach, Edinburgh: Pearson (6), 2017 Rensburg Van Venter Jansen, Strategic Marketing: Theory And Application For Competitive Advantage, Cape Town: Oxford University Press (396), 2017 		

8. Pasco-Berho, Corinne, Marketing International, Ed. Dunod, Paris, 2006		
9. Solomon, Michael R. , Consumer Behavior : Buying, Having, And Being , 2018, Harlow: Pearson Education Limited (28), 2018		
8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
1. <i>Noțiunea de marketing în domeniul retail</i>	Conversație, exemplificări; Studiu	2 ore
2. <i>Modalități de atragere și fidelizare a noilor clienți</i>	Exerciții, conversație, exemplificări; Studiu	2 ore
3. <i>Proiectarea unei campanii promoționale în marketingul de retail</i>	Exerciții, conversație, exemplificări; Studiu	2 ore
4. <i>Implementarea unei campanii promoționale în marketingul de retail</i>	Exerciții, conversație; Studiu	2 ore
5. <i>Realizarea unei strategii în marketingul de retail</i>	Exerciții, conversație; Studiu	2 ore
6. <i>Implementarea unei strategii în marketingul de retail</i>	Exerciții, conversație; Studiu	2 ore
7. <i>Prezentarea proiectelor de semestru</i>	Conversație;	2 ore
Bibliografie:		
1. Balaure, V., (coord.), Marketing, ediția a-II-a, Editura Uranus, București, 2002.		
2. Hinescu, A., Iuga, I., Bolog, A., Management-Marketing, Editura Aeternitas, Alba Iulia, 2002.		
3. A. Hinescu; D. Ursu; F. Stremtan; I. Iuga; C. Jinga, Tehnici promoționale, Ed. Star Soft, 2003		
4. Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Editura Teora, București, 2008.		
5. Kotler, Ph., ș. a., Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008		
6. Naresh K. Malhotra; Daniel Nunan; David F. Birks, Marketing Research An Applied Approach, Edinburg: Pearson (6), 2017		
7. Rensburg Van Venter Jansen, Strategic Marketing: Theory And Application For Competitive Advantage, Cape Town: Oxford University Press (396), 2017		
8. Pasco-Berho, Corinne, Marketing International, Ed. Dunod, Paris, 2006		
9. Solomon, Michael R., Consumer Behavior: Buying, Having, And Being , 2018, Harlow: Pearson Education Limited (28), 2018		

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate la cadrul legislativ actual și poate contribui la formarea de specialiști în domeniul marketingului de retail. Caracterul pragmatic al disciplinei, rezultat din operaționalizarea principalelor activități specifice întreprinderilor mici și mijlocii, este în acord cu cerințele comunității economico-financiare contemporane.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finală</i>	Examen scris	70%
10.5 Seminar/laborator	<i>Realizarea unui proiect de semestru</i>	<i>Prezentarea proiectului de semestru</i>	30%
10.6 Standard minim de performanță:			
- obținerea notei minime 5			

Data completării
12.09.2024

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr. Maican Silvia Ștefania

Semnătura titularului de seminar
Conf. univ. dr. Maican Silvia Ștefania

Data avizării în departament
16.09.2024

Semnătura director de departament
Conf. univ. dr. Maican Silvia