

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

MARKETING INOVAȚIONAL

Responsabil de disciplină/modul: Dr., lect. univ., Veronica BULAT

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.06.A.0.48	120	28	28	-	64	4	Română/ rusă/engleză
S.08.A.0.48	120	14	8	-	98	4	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele 1. cunoașterea și înțelegerea practicii, teoriei aplicată și metodelor pentru gestiunea activităților de marketing și logistică în context național și internațional	Finalități de studiu A descrie procesul de realizare, evaluare a proiectelor în marketing A cunoaște ariile de competență și aplicare a specialiștilor din domeniul profesional A elabora strategii privind politicile marketing în cadrul entităților economice A organiza activități antreprenoriale prin gestionarea eficientă a resurselor materiale, umane și financiare A evalua critic modalitățile de aplicare a metodelor, funcțiilor administrative relevante pieței
Conținutul disciplinei	Marketingul inovațional ca instrument de creștere a eficienței activității de inovare Cercetarea de marketing inovațional Inovarea și benchmarking-ul Politica de produs în marketingul inovațional Elementele mixului de marketing inovațional Tendințe și direcții de dezvoltare a marketingului inovațional în Republica Moldova	
Evaluarea rezultatelor	<i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin: 2 testări – evaluarea curentă-probe scrise; Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual – produs inovațional, aprecierea în rezultatul participării la seminar <i>Evaluarea finală</i> - examen scris sau asistat la calculator, în baza testului clasic care include itemi de divers nivel de complexitate: a) cunoaștere; b) aplicare; c) integrare. <i>Nota generală</i> se va determina ca o medie ponderată în modul următor: <ul style="list-style-type: none"> • evaluare curentă, inclusiv produsul lucrului individual – 60%; • evaluare finală – 40% 	
Lucrul individual	Studentii vor elabora un produs inovațional cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor economice de cercetare din diferite domenii economice. Cerințele și termenele de elaborare și prezentare se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul VI ”Lucrul individual”.	
Bibliografie recomandată	de bază 1. Baloiu Liviu Mihail, Frasinianu Corina, Frasinianu Ioan. Management innovational.2008 2. Băloiu L.M., Frăsianu I., Gestiunea inovației, Ed.Economica, 2001. suplimentară 3. Drucker Peter, Inovația și spiritul antreprenorial, Ed. Enciclopedică, 1994 4. Ion Plumb, Sanda Visan, Ligia Botez, Margareta Florescu, Anca Angelescu. Managementul cercetării și inovării. Ediția a II-a. Din sumar:Creativitate și inovare. Managementul inovării. Cercetarea științifică. Clasamentul Shanghai. 2007	

APROBAT
 la ședința departamentului EMkT
 din 30.08.2018
 Proces verbal nr. 1/18-19

Șef departament
Maria Hămurară, conf. univ., dr.

