

FIȘA DISCIPLINEI/MODULULUI

MANAGEMENTUL SERVICIILOR DE MARKETING

Responsabil de disciplină/modul: Adriana BUZDUGAN, dr., conf.univ

Administrarea disciplinei

Codul	Total ore	Curs	Seminare	Laborator	Lucrul individual	Credite (ECTS)	Limba de predare
S.05.A.0.40	150	30	60	-	60	5	Română/ rusă/engleză
S.07.A.0.40	150	20	16	-	114	5	Română

Rezultatele învățării: Competențe	Competențele	Finalități de studiu
	<p>1. cunoașterea și înțelegerea practicii, teoriei aplicată și metodelor pentru gestiunea activităților de marketing și logistică în context național și internațional</p> <p>3. organizarea procesului de cercetare de marketing pentru evaluarea poziției concurențiale a unei afaceri pentru elaborarea mixului de marketing al companiei;</p> <p>4. elaborarea și coordonarea realizării proiectelor pentru demonstrarea și comunicarea strategiilor alese într-un plan de marketing;</p> <p>6. participarea în echipele multidisciplinare legate de activitatea companiei și planificarea independentă și implementarea planurilor legate de marketing și logistică;</p>	<p>A descrie procesul de realizare, evaluare a proiectelor în marketing</p> <p>A cunoaște ariile de competență și aplicare a specialiștilor din domeniul profesional</p> <p>A caracteriza componentele proiectelor din domeniul marketing</p> <p>A distinge categoriile de probleme sociale și etice referitoare la marketing</p> <p>A elabora strategii privind politicile marketing în cadrul entităților economice</p> <p>A organiza activități antreprenoriale prin gestionarea eficientă a resurselor materiale, umane și financiare</p> <p>A evalua critic modalitățile de aplicare a metodelor, funcțiilor administrative relevante pieței</p> <p>A argumenta utilitățile privind elaborarea și implementarea proiectelor în domeniul serviciilor</p> <p>A organiza procesul de monitorizare, elaborare și realizare a proiectelor din domeniul serviciilor</p>

Conținutul disciplinei	Impactul serviciilor și caracteristica economiei bazate pe servicii Strategii pentru furnizarea serviciilor Inovarea și crearea serviciilor Premisele fizice: elemente, tipuri și rolul mediului fizic în servicii Proiectarea procesului de servire pentru crearea de valoare Calitatea serviciilor Managementul proiectelor în servicii Monitorizarea și evaluarea satisfacției clienților Gestiunea competențelor resurselor umane din servicii Globalizarea industriei serviciilor
Evaluarea rezultatelor	<i>Evaluarea curentă</i> se va realiza prin: 2 testări – evaluarea curentă-probe scrise; Elaborarea și susținerea produsului lucrului individual-studiu de caz, 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	Studenții vor elabora un studiu de caz cu aplicarea conceptelor, teoriilor, metodelor, instrumentelor economice de cercetare pe anumite domenii de cercetare. Cerințele și termenele de elaborare și prezentate se conțin în curriculum-ul la disciplină la capitolul VI ”Lucrul individual”.
Bibliografie recomandată	de bază 1. Cetina I. Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații. București: Uranus, 2006. 2. Inițierea în managementul serviciilor / coordonator Radu Emilian, București, expert 2001 – 316p. 3. Jivan Alexandru. Managementul serviciilor. București: Editura de Vest, 1998. 231 p. suplimentară 1. Androniceanu Armenia – Managementul schimbărilor, Ed.ALL, 1998; 2. Clive Holtham „Key Challenges for Public Services Delivery” , Leslie Willcocks și Jenny Harrow (editori) – „Rediscovering Public Services Management” 1992;

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

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

