

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Facultatea de Inginerie a Instalațiilor
1.3 Departamentul	Ingineria Instalațiilor
1.4 Domeniul de studii	Ingineria Instalațiilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Instalații pentru construcții/Inginer
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență
1.8 Codul disciplinei	45.00

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing		
2.2 Titularul de curs	Conf.dr.ing. Eugen Vitan – eugen.vitan@insta.utcluj.ro		
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect	-		
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	1
2.6 Tipul de evaluare			Colocviu
2.7 Regimul disciplinei	Categoría formativă		DD
	Opționalitate		DI

3. Timpul total estimate

3.1 Număr de ore pe săptămână	1	din care:	3.2 Curs	1	3.3 Seminar	0	3.3 Laborator	0	3.3 Proiect	0
3.4 Număr de ore pe semestru	14	din care:	3.5 Curs	14	3.6 Seminar	0	3.6 Laborator	0	3.6 Proiect	0
3.7 Distribuția fondului de timp (ore pe semestru) pentru:										
(a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe										9
(b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren										-
(c) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri										-
(d) Tutoriat										-
(e) Examinări										2
(f) Alte activități:										-
3.8 Total ore studiu individual (suma (3.7(a)...3.7(f)))					11					
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)					25					
3.10 Numărul de credite					1					

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	Amfiteatru cu capacitate minim 80 locuri B-dul 21 Decembrie 1989, nr. 128-230, Cluj-Napoca
5.2. de desfășurare a laboratorului	-

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Înțelegerea activităților specifice domeniului ca produse destinate vânzării pe o piață dinamică; - Învățarea metodelor de determinare a prețului produselor; - Înțelegerea pieței specifice domeniului și a metodelor de oferire a produselor; - Învățarea metodelor și canalelor de comunicare în vederea promovării produselor.
Competențe transversale	CT1 - Identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, condițiilor de finalizare a acestora și riscurilor aferente.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea de competențe în domeniul marketingului.
7.2 Obiectivele specifice	Dezvoltarea de competențe privind marketingul în domeniul ingineriei instalațiilor.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Nr.ore	Metode de predare	Observații
Introducere. Concept și definiții.	2 ore	Stil de predare interactiv; Prezentare studii de caz;	
Produse în activitatea de instalații destinate vânzării. Proiecte. Consultanța. Execuție de lucrări. Exploatarea instalațiilor, servicii și mentenanță. Comerț cu materiale, echipamente și utilaje de instalații.	2 ore		
Produse în activitatea de instalații destinate vânzării. Exploatare și mentenanță. Comerț cu materiale și utilaje specifice.	2 ore		
Determinarea prețului produselor. Tarifarea lucrărilor de proiectare. Planuri și fișe de mentenanță. Prețul lucrărilor de exploatare. Preturi pentru activitatea de comerț cu materiale și utilaje. Liste de cantități de lucrări și devize oferta pentru activitatea de execuție.	2 ore		
Piața de instalații. Analize strategice și operative. Utilizarea bazelor de date legate de certificatele de urbanism și autorizațiile de construcție și INS. Piața proiectelor. Piața lucrărilor de construcții-montaj. Piața lucrărilor	2 ore		

de exploatare si mentenanță. Sistemul național de achiziții publice.			
Licitații si selecții de oferte, Documentația de licitație, Capabilitatea, Oferta tehnica, Oferta financiara.	2 ore		
Promovarea produselor. Relații publice. Publicitate. Medii de comunicare.	2 ore		
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. George-Daniel Ardelean, Bazele marketingului, Editura Cibernetica, 2003. 2. Postăvaru N., Eremia D., Galan D., Ghid pentru întocmirea documentațiilor tehnico-economice la proiectele de Instalații in construcții, Editura Matrix, 2007. 3. Marketing 101 – The Fundamentals, http://www.smallbizu.org 4. Postăvaru N., Băncilă St., Icociu C.V. Managementul integrat al achizițiilor, Editura Matrix, 2013 5. Costea, V., Elemente de marketing, Editura Dokia, 1997. 			
8.2 Aplicatii: laborator	Nr.ore	Metode de predare	Observații
-			

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

Competențele achiziționate vor fi necesare angajaților care-și desfășoară activitatea în cadrul serviciilor de marketing.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare se face pe baza de: - grile; - întrebări; - subiecte.	Colocviu: - scris o oră; - oral o oră,	100%
10.5 Aplicatii	-		
10.6 Standard minim de performanță			
Obținerea cel puțin a notei cinci pentru activitatea de curs. Formula de calcul a notei: $N = C$; se calculează dacă: $C \geq 5$. Componentele notei: Colocviu (nota C).			

Data completării:	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
20.06.2024	Curs	Conf. dr. ing. Eugen VITAN	
	Aplicații		

Data avizării în Consiliul Departamentului Ingineria
Instalațiilor

27.06.2024

Director Departament Ingineria
Instalațiilor
Conf. dr. ing. Ciprian BACOȚIU

Data aprobării în Consiliul Facultății de Inginerie a
Instalațiilor

27.06.2024

Decan
Conf. dr. ing. Florin DOMNIȚA