

Numele disciplinei:	Marketingul organizației și serviciilor educaționale								
Facultatea:	DPPD		Domeniu:		SED				
Program de studii	MCE								
Cod plan:	48		Cod disciplină:		3000				
Anul de studiu:	1	Forma de examinare: (E-Examen; C- Colocviu; P-Proiect; A/R- Admis/ Respins)			E	Credite ECTS (CR):	E(C)	6	
Semestrul:	2						P	0	
Categoriza disciplinei: (DF - Fundamentală; DD - Domeniu; DS -Specialitate; DC - Complementară; DA - Aprofundare)								DA	
Tipul disciplinei: (OB-Obligatorie; OP-Opțională; FC-Facultativă)								OB	
Numărul de ore de activitate didactică pe semestru:		Activitate didactică neasistată		108	Activitate didactică asistată parțial		0		
Activitate didactică asistată integral:	42	Din care, săptămânal:							
		Curs		Seminar		Laborator		Proiect	
		2	0		1		0		

Departament	DPPD
Cadru didactic titular:	Conferențiar Violeta Simionescu

Obiectivele disciplinei (descrierea rezultatelor învățării):	
Cunoștințe: - Studentul înțelege conceptele fundamentale asociate marketingului educațional, inclusiv mixul de marketing (4P, 7P, 8P) și caracteristicile pieței educaționale - Studentul cunoaște modul de realizare a cercetărilor de marketing și interpretarea rezultatelor acestora pentru dezvoltarea strategiilor - Studentul cunoaște etapele de concepere și implementare a unui plan de marketing adaptat organizațiilor educaționale - Studentul cunoaște instrumente digitale și rețele sociale utilizate în marketingul educațional Abilități: - Aplicarea metodelor de analiză a mediului extern și intern al organizațiilor educaționale. - Realizarea unui plan de marketing educațional - Utilizarea unor metode interactive și digitale pentru promovarea instituțiilor de învățământ - Adaptarea strategiilor de marketing la nevoile și așteptările diferitelor categorii de părți interesate (elevi, părinți, comunitate etc.). Responsabilitate: - Studentul este capabil să identifice problemele de marketing ale unei instituții educaționale și să propună soluții strategice - Studentul este capabil să comunice un plan de marketing către părți interesate - Studentul demonstrează adaptabilitate la schimbările din mediul de marketing educațional și la noile tehnologii Autonomie: - Studentul este capabil să ia decizii informate bazate pe analiza datelor de marketing - Studentul este capabil să evalueze impactul acestor decizii. - Studentul este capabil să lucreze independent și în echipă pentru realizarea unui plan de marketing	
Descrierea cursului:	

1. Curs	1. Marketing: concepte fundamentale, delimitări, apariția, dezvoltarea și evoluția marketingului și a marketing-ului serviciilor, definirea marketingului și a marketingului serviciilor, funcțiile marketingului; Marketingul ca filozofie (de afaceri) în cadrul unei organizații: Conceptul modern de marketing; Orientări strategice alternative –orientarea către producție, orientarea către vânzare, orientarea către piață; Dezvoltarea spiritului/culturii de marketing în cadrul organizației; Etapele implementării orientării către piață în cadrul organizației. (4 ore) 2. Serviciile ca și concept economic și de marketing: caracteristici ale serviciilor, inclusiv a serviciilor educaționale și particularități ale acestora; Mediul de marketing: Definirea conceptului de mediu de marketing; Mediul extern al organizației; Analiza mediului extern al organizației; Mediul intern al organizației; Analiza mediului intern al organizației (4 ore) 3. Piața: Definirea conceptului de piață în viziunea de marketing; Definirea conceptelor de piață a serviciului educațional; Definirea conceptului de piață a organizației și piață-țintă; Dimensiunile pieței și relațiile din cadrul acesteia.; Procesul de segmentare a pieței și opțiuni strategice alternative în funcție de numărul de segmente abordate. (4 ore) 4. Mix-ul de marketing: Conceptul de mix de marketing (4P,7P,8P); Elementele componente ale mixului de marketing; Factorii determinanți ai mix-ului de marketing; Definirea produsului/serviciului în viziunea de marketing; Obiectivele politicii de produs/serviciu, Ciclul de viață, Inovarea și Dezvoltarea, Opțiuni strategice privind produsul/serviciul. (4 ore) 5. Cercetări de marketing și conceperea și implementarea politicii de marketing aferente mixului de marketing (8P) pentru marketingul educațional – partea 1 (4 ore) 6. Cercetări de marketing și conceperea și implementarea politicii de marketing aferente mixului de marketing– pentru marketingul educațional - partea 2 (4 ore) 7. Managementul activității de marketing: Organizarea activității de marketing; Integrarea funcției de marketing cu celelalte funcții din cadrul organizației; Cooperare și conflict între funcția de marketing și celelalte funcții din cadrul organizației. (4 ore)
2. Seminar/ Laborator/ Proiect/ Practică	1. Aplicarea conceptele de marketing al serviciilor în cadrul serviciilor educaționale. Diferențierea conceptuală între marketing educațional și marketingul serviciilor educaționale. (2 ore) 2. Aplicarea de metode pentru analiza mediului extern al organizației; Aplicarea de metode pentru analiza mediului intern al organizației; (2 ore) 3. Aplicarea de metode pentru delimitarea pieței serviciilor educaționale; (2 ore) 4. Aplicarea de metode pentru realizarea unei cercetări de piață și a unei cercetări de marketing; (2 ore) 5. Aplicarea de metode pentru stabilirea portofoliului de produse și servicii, a pragului de rentabilitate pentru realizarea unei activități de marketing; Realizarea de strategii și planuri operaționale/ de marketing pentru elementele mixului de marketing – partea 1; (2 ore) 6. Realizarea de strategii și planuri operaționale / de marketing pentru elementele mixului de marketing – partea 2; (2 ore) 7. Instrumente pentru monitorizarea performanței activității de marketing la nivel de organizație (4 ore)
3. Bibliografie	Bibliografie obligatorie: 1. Kotler P. & Armstrong G. Principiile marketingului, Ediția a IV-a, Editura

	Teora, București (2008) Bibliografie suplimentară: 1. Cătoiu I. (coord.), "Cercetări de marketing. Tratat", Ed. Uranus, București, 2009 2. R. Enache, A. Brezoi, A. Crișan – Marketing Educațional, Institutul European, 2013
--	---

Examinarea:	Ponderea fiecărui criteriu în nota finală
1. Examinarea finală	60%
2. Verificarea cunoștințelor pe parcurs	
Seminar	20%
Laborator	
Proiect (proiectul nu are notă distinctă)	
3. Evaluări periodice:	
3.1 Examinări scrise / orale	20%
3.2 Teme, rapoarte, etc.	
4. Alte criterii (se vor specifica)	
Scurtă descriere a procedurii de examinare finală:	
Studentii trebuie să pregătească o lucrare pe baza unui format cadru prestabilit prin care să demonstreze dobândirea competențelor, respectiv că pot să facă legătura între conceptele teoretice și viața reală. Evaluarea finală se realizează pe baza informațiilor comunicate la începutul semestrului și vizează: i. analiza conținutului lucrării pe baza referințelor comunicate, ii. analiza structurii și a modului de redactare a lucrării cu utilizarea referinței comunicate, iii. analiza modului de expunere a subiectului cu utilizarea referinței comunicate. Evaluarea finală se realizează prin prezentarea în fața colegilor a proiectelor pregătite pe parcursul semestrului. Informațiile comunicate la începutul cursului în relație directă cu evaluarea competențelor în cadrul evaluării finale includ: i. instrucțiuni pentru elaborarea și prezentarea lucrării în cadrul examinării finale, ii. formatul de utilizat pentru structurarea informației în cadrul lucrării finale, iii. modul de alocare a punctajului în cadrul lucrării scrise, iv. modul de stabilire a notei finale la această disciplină. Evaluarea finală se realizează cu utilizarea de criterii legate de conținut, structurarea și redactarea informației și prezentarea informației, după cum este detaliat în documentele suport privind susținerea examenului	

Estimarea numărului total de ore pe semestru pentru studiu individual			
Tipul de activitate individuală	Nr. ore	Tipul de activitate individuală	Nr. ore
1. Studiu notițe de curs	20	8. Studiu pentru examinarea finală	30
2. Studiu bibliografie obligatorie	10	9. Ședințe de consultații	2
3. Studiu bibliografie suplimentară	10	10. Documentare practică pe teren	0
4. Pregătire activități specific disciplinei	16	11. Studiu la bibliotecă adițional	0
5. Pregătire teme	0	12. Studiu resurse internet	10
6. Studiu pentru evaluări periodice scrise	10	13. Alte activități (se enumeră)	0
7. Studiu pentru evaluări periodice orale	0	Numărul total de ore:	

Data:	Decan
01 octombrie 2024	Prof. dr. ing. Adrian Stoica
	Director de departament:
	Prof. dr ing. Stoica Adrian
	Titular de disciplină:
	Conferențiar Violeta Simionescu