



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025-2026

Anul de studiu 3 / Semestrul 1

Legendă:

-scris cu negru - formatul standard al fișei disciplinei

-scris cu albastru - sugestii operaționale pentru elaborarea fișei.

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
1.2 Facultatea	de Design
1.3 Departamentul	Departamentul de Design, Comunicare Vizuală și Arte Aplicate
1.4 Domeniul de studii	Arte Vizuale
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/calificari COR/grupă de bază ESCO *	Design

* conform Planului de învățământ

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Marketing și management				2.2 Cod disciplină		AIAD5O05	
2.3. Titularul activității de curs			doctor Sanda Grigorie						
2.4 Titularul activității de seminar/laborator			doctor Sanda Grigorie						
2.5 Anul de studiu	3	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (E/C/VP)	ES	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, Op - opțională, F - facultativă)		Ob	

3. Timpul total estimat

3.1 Număr ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	6
d. Consultații	0
e. Examinări	1
f. Alte activități universitare (vizite de studiu, consultații proiecte, etc.)	0

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c+d)	22
3.8 Total ore activități universitare (e+f+3.4)	29
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	50
3.10 Numărul de credite **	2

* 1 credit = 25 ore

** Se recomandă ca 3.7 să fie mai mare sau egal cu 3.8

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	-
5.2 de desfășurare a seminarului	-
5.3 de desfășurare a laboratorului	-
5.4 de desfășurare a proiectului	-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 Competențe profesionale	Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
6.2 Competențe transversale	Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

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



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională; Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului de marketing
7.2 Obiectivele specifice	Definirea și explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing; Definirea și explicarea mediului organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia; Definirea și explicarea conceptelor și descrierea politicilor mix-ului de marketing; Identificarea, definirea și explicarea rolului departamentului de marketing în cadrul organizației

8. Conținuturi *

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în marketing (definiții, funcții, evoluție, trăsături)	Prelegere	1 ora
2. Mediul de marketing (micro și macromediu)	Prelegere	1 ora
3. Piața din punct de vedere al marketingului, indicatori ai pieței, segmentarea pieței, strategii de piață	Prelegere	1 ora
4. Strategii de marketing	Prelegere	1 ora
5. Mix-ul de marketing, Politica de produs	Prelegere	2 ore
6. Politica de preț	Prelegere	2 ore
7. Politica de distribuție	Prelegere	2 ore
8. Politica de promovare	Prelegere	1 ora
9. Structuri organizatorice ale departamentelor de marketing	Prelegere	1 ora
10. Planul de marketing	Prelegere	1 ora
8.2 Bibliografie 1. Kotler Ph. - „Managementul marketingului”, Editura Teora, București, 1997; 2. Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V. - „Principiile marketingului”, Editura Teora, București, ediția a IV-a, 2008; 3. Mâlcome P., Florescu C., Pop N. Al. (coordonatori) - „Marketing-Dicționar explicativ”, Editura Economică, București, 2003; 4. Negruț Constantin, Oancea Marius - Bazele marketingului, Ediția a II-a, Editura Solness, Timișoara, 2005;; 5. Păcurariu Gh. - „Bazele Marketingului”, Editura Mirton, Timișoara, 2000; 6. Sanda G. – curs în format electronic, 2024; 7. Szenteși S. - „Marketingul în societățile comerciale, vol I Piața”, Editura Sophia, Arad, 1993.		
8.3 Seminar	Metode de predare	Observații



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
http://www.uav.ro; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

1. Dezbateri referitoare la definiții, funcții și aspecte privind greșelile de marketing	dezbateri, studii de caz	1 ora
2. Dezbateri asupra elementelor de micro și macromediu de marketing	dezbateri, studii de caz	1 ora
3. Piața - structura și dinamica pieței, indicatori ai capacității pieței - aplicații practice, segmentarea pieței - aplicații practice	dezbateri, studii de caz	1 ora
4. Strategii de marketing	dezbateri, studii de caz	2 ore
5. Politica de produs	dezbateri, studii de caz	2 ore
6. Politica de preț	dezbateri, studii de caz	2 ore
7. Politica de distribuție	dezbateri, studii de caz	2 ore
8. Politica de promovare	dezbateri, studii de caz	2 ore
8. Planul de marketing	dezbateri, studii de caz	1 ora
8.4 Bibliografie		
1. Kotler Ph. - „Managementul marketingului”, Editura Teora, București, 1997;		
2. Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V. - „Principiile marketingului”, Editura Teora, București, ediția a IV-a, 2008;		
3. Mălcuț P., Florescu C., Pop N. Al. (coordonatori) - „Marketing-Dicționar explicativ”, Editura Economică, București, 2003;		
4. Negruț Constantin, Oancea Marius - Bazele marketingului, Ediția a II-a, Editura Solness, Timișoara, 2005;		
5. Păcurariu Gh. - „Bazele Marketingului”, Editura Mirton, Timișoara, 2000;		
6. Sanda G. – curs în format electronic, 2022;		
7. Szenté S. - „Marketingul în societățile comerciale, vol I Piața”, Editura Sophia, Arad, 1993.		
8.5 Laborator	Metode de predare	Observații
-	-	-
8.6 Bibliografie		
-		
8.7 Proiect	Metode de predare	Observații
-	-	-
8.8 Bibliografie		
-		

* teme de curs și seminar/laborator trebuie să acopere în întregime obiectivele specifice formulate la secțiunea 7.2.

* teme abordate la curs și cele de la seminar pot fi proiectate atât în relație de complementaritate, cât și/sau în relație de aprofundare a tematicii.

* este recomandabil ca elaborarea fișei disciplinei să fie făcută în echipă de către titularul de curs și cel de seminar/laborator, eventual de către toți titularii aceleiași discipline, acolo unde mai multe persoane predau aceeași disciplină.

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

Conținutul fișei disciplinei a fost elaborat în baza consultărilor cu alte cadre didactice din domeniu, consultărilor bibliografiei de specialitate și a consultărilor cu mediul de afaceri.

10. Evaluare



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD
310130 Arad, B-dul Revoluției nr. 77, P.O. BOX 2/158 AR
Tel : 0040-257- 283010; fax. 0040-257- 280070
<http://www.uav.ro>; e-mail: rectorat@uav.ro
Operator de date cu caracter personal nr.2929

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1 Curs	Proiect practic cu tema "Îmbunătățirea mix-ului de marketing al unui produs" la libera alegere care sa combine activitatea de design si stiinta marketingului.	oral	100%
10.2 Seminar	-	-	-
10.3 Laborator	-	-	-
10.4 Proiect	-	-	-
10.5 Standard minim de performanță Obținerea notei 5 la oral			

11. Rezultatele învățării

-

Data completării
2025-09-03

Semnătura titularului de curs
doctor Sanda Grigorie

Semnătura titularului de seminar
doctor Sanda Grigorie

Data avizării în departament
2025-09-25

Semnătura directorului de departament
Lector dr. Maria Tămășan