



UNIVERSITATEA DIN
BUCUREȘTI
— VIRTUTE ET SAPIENTIA —

UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
FACULTATEA DE MATEMATICĂ ȘI
INFORMATICĂ



Facultatea de
Matematică și Informatică
— Universitatea din București —

PROGRAM DE LICENȚĂ: CALCULATOARE ȘI
TEHNOLOGIA INFORMAȚIEI

MARKETING

ASIST. UNIV. DR. ȘTEFAN-ALEXANDRU CATANĂ

**"Education is not
the learning of facts,
but the training
of the mind to think"**

-Albert Einstein



CARE ESTE UTILITATEA ACESTUI CURS?

- ▶ **Disciplina își propune dezvoltarea competențelor studenților cu privire la înțelegerea conceptelor și instrumentelor specifice activității de marketing**, precum:
 - ▶ Piață;
 - ▶ Consumatori;
 - ▶ Cerere;
 - ▶ Ofertă;
 - ▶ Studii de piață etc.
- ▶ Înțelegerea mediului de marketing și a factorilor specifici;
- ▶ Identificarea principalelor instrumente de cercetare a pieței și adaptare a ofertei la cerere.



PROGRAMUL ACTIVITĂȚILOR

▶ CTI III

- ▶ **CURS** – 14 CURSURI – 2 ore / săptămână
 - ▶ MIERCURI, 8-10, AMF. 3 – ȚIȚEICA
- ▶ **SEMINAR** – 7 SEMINARE – 2 ore / 2 săptămâni
 - ▶ GRUPA 1: SP – MIERCURI; 10-12, LAB. 305
 - ▶ GRUPA 2: SP – MIERCURI; 12-14, LAB. 305
 - ▶ GRUPA 3: SI – MIERCURI; 12-14, LAB. 305

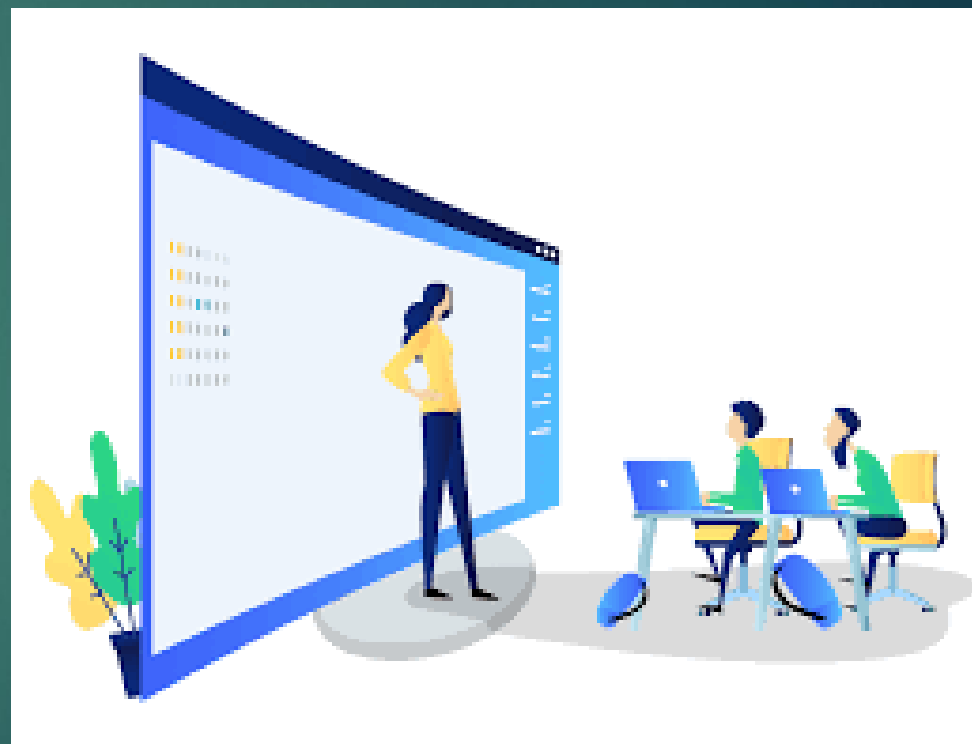
▶ CTI IV

- ▶ **CURS** – 10 CURSURI – 2 ore / săptămână
 - ▶ MIERCURI, 8-10, AMF. 3 – ȚIȚEICA
- ▶ **SEMINAR** – 5 SEMINARE – 2 ore / 2 săptămâni
 - ▶ GRUPA 1: SI – MIERCURI; 10-12, LAB. 305



CONȚINUTUL ACTIVITĂȚILOR

- ▶ PARCURGerea CONȚINUTULUI TEORETIC
- ▶ ILUSTRAREA CU EXEMPLE PRACTICE
- ▶ STUDII DE CAZ
- ▶ ANALIZA SITUAȚIILOR CONCRETE
- ▶ PROBLEMATIZARE
- ▶ DEZBATERI INTERACTIVE



TEMELE ABORDATE LA CURS

- ▶ CONCEPTE DE BAZĂ ÎN MARKETING
- ▶ FUNCȚIILE ȘI PRINCIPIILE MARKETINGULUI
- ▶ ANALIZA MEDIULUI DE MARKETING
- ▶ MIXUL DE MARKETING
- ▶ TENDINȚE LA NIVELUL CERERII ȘI OFERTEI
- ▶ ETICA ACTIVITĂȚII DE MARKETING
- ▶ CERCETAREA ȘI DEZVOLTAREA PIEȚEI
- ▶ ANALIZA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORILOR
- ▶ MARKETING DIGITAL

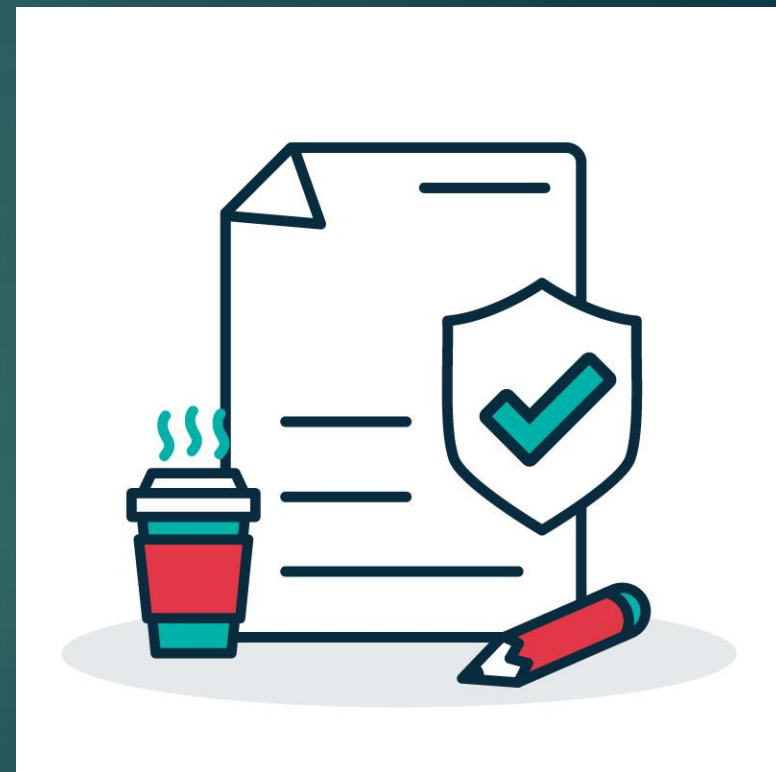


SUPOORT DE CURS?



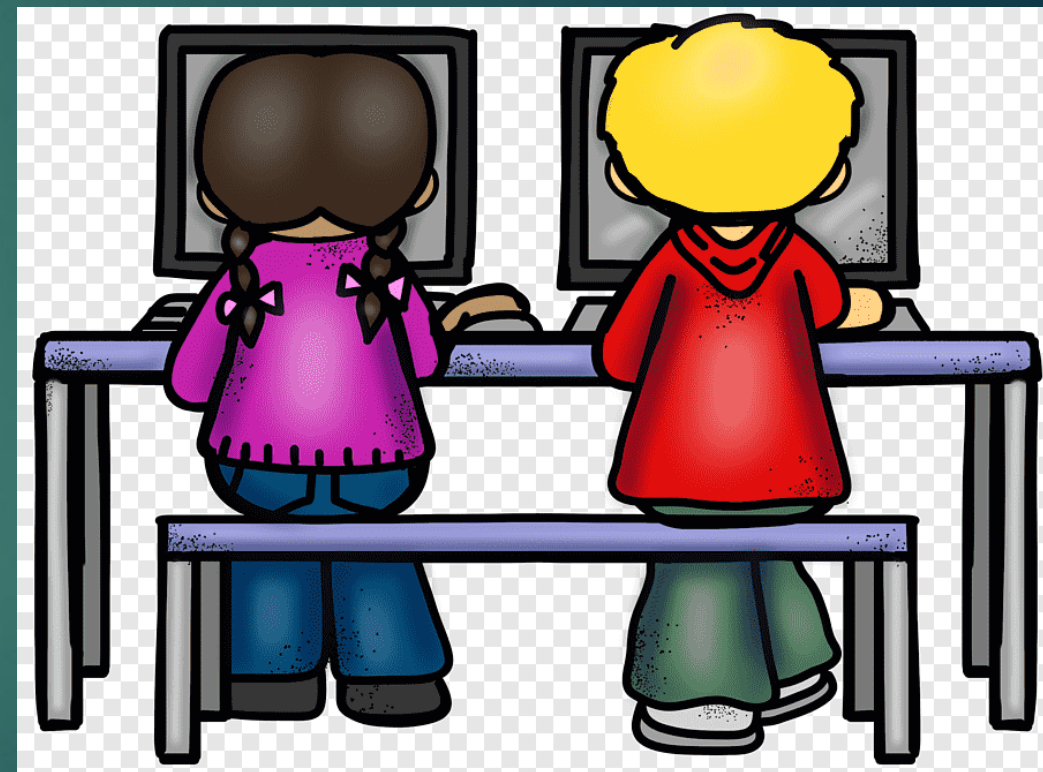
TEMELE ABORDATE LA SEMINAR

- ▶ MIXUL DE MARKETING
- ▶ POLITICA DE PROMOVARE. SCRISOAREA PUBLICITARĂ
- ▶ CATALOGUL DE VÂNZĂRI
- ▶ CICLUL DE VIAȚĂ AL PRODUSELOR. MATRICEA BCG (BOSTON-CONSULTING GROUP)
- ▶ PROFILUL CONSUMATORILOR
- ▶ MARKETING DIGITAL



ACTIVITATEA DE SEMINAR

- ▶ SE DESFĂȘOARĂ BILUNAR (UN SEMINAR LA DOUĂ SĂPTĂMÂNI)
- ▶ SE VA LUCRA INDIVIDUAL ȘI ÎN ECHIPE
- ▶ SE VOR REALIZA:
 - ▶ PROIECT 1: O scrisoare publicitară (echipe de 2-3 studenți);
 - ▶ PROIECT 2: Un catalog de vânzări (echipe de 2-3 studenți);
 - ▶ STUDIU DE CAZ: (echipe de 2-3 studenți).



EVALUAREA

- ▶ **Examen final – 50 puncte**
- ▶ **Activitate seminar – 40 puncte**
 - ▶ PROIECT 1: O scrisoare publicitară – 10 PUNCTE
 - ▶ PROIECT 2: Un catalog de vânzări – 10 PUNCTE
 - ▶ STUDIU DE CAZ: - 20 PUNCTE
- ▶ **10 puncte din oficiu**



VĂ MULȚUMESC MULT PENTRU ATENȚIE!

