

**FIȘA DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing/Licentiat in Stiinte economice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing internațional						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. dr. Constantin Sasu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. dr. Oana Țugulea						
2.4 An de studiu	3	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	OB

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care:	curs	2	seminar/laborator	1
3.2 Total ore din planul de învățământ	36	din care:	curs	24	seminar/laborator	12
3.3 Distribuția fondului de timp						83 ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele						25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						23
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						25
Tutoriat						6
Examinări						4
Alte activități						
3.4 Total ore studiu individual						83
3.5 Total ore pe semestru						125
3.6 Număr de credite						5

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Nu este cazul
4.2 De competențe	Nu este cazul

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	





6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing internațional (2 credite) C2. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing dintr-o anumită țară și evaluarea mediului său economic, cultural, politic și legal (1 credit). C4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing internațional (1,5 credite). C6. Organizarea activităților de marketing internațional în cadrul organizației (0,5 credite);
Competențe transversale	-

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Deprinderea cunoștințelor necesare derulării afacerilor internaționale, respectiv reliefarea preocupărilor principale din domeniul marketingului pe care trebuie să le aibă un economist implicat în derularea afacerilor internaționale.
7.2. Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">▪ Explice alegerea modului de pătrundere pe piețele internaționale▪ Descrie comportamentul cumpărătorilor internaționali▪ Utilizeze corespunzător elementele marketingului mix internațional▪ Analizeze oportunitățile de piață internaționale▪ Elaboreze un plan de marketing internațional menit să asigure pătrunderea și menținerea firmei pe piețele internaționale

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	1 oră S(1), (P1,2)
2.	Conceptul de marketing internațional	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore S(1), P(3,9)
3.	Evaluarea mediului în marketingul internațional	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	3 ore S(2), P(4,5)





4.	Cercetarea în marketingul internațional	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore S(3), P(6,7)
5.	Segmentarea piețelor internaționale	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore S(4), P(8)
6.	Cumpărători internaționali și piețe externe	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	2 ore S(5)
7.	Produsul în marketingul internațional	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	3 ore S(6), P(10,11)
8.	Distribuția produselor în marketingul internațional	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	3 ore S(7), P(13)
9.	Determinarea prețurilor pe piețele internaționale	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	3 ore S(8), P(12)
10.	Promovarea în marketingul internațional	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	3 ore S(9), P(14)
8.2	Bibliografie Referințe principale: <ul style="list-style-type: none">▪ Sasu, C., Marketing internațional, Portal, 2023 (S)▪ Sasu, C., Marketing internațional, Editura Polirom, Iași, 2005 (S)▪ Pop, N. Al., Marketing internațional, Editura Uranus, București, 2011 (P) Referințe suplimentare: Vor fi oferite pe perioada derulării cursului pe portal.		
1.	Seminar / Laborator	Metode de predare	
2.	Studii de caz	Explicație, discuția colectivă, problematizarea	6 ore (S),
3.	Proiect – Plan de Marketing Internațional	Explicație, discuția colectivă, problematizarea	6 ore (S)
Bibliografie <ul style="list-style-type: none">▪ Sasu, C., Marketing internațional, Portal, 2023 (S)▪ Sasu, C., Marketing internațional, Editura Polirom, Iași, 2005 (S)▪ Pop, N. Al., Marketing internațional, Editura Uranus, București, 2011 (P)			

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





Planul de învățământ, precum și conținutul disciplinei este analizat periodic în discuții cu reprezentanți ai mediului de afaceri care derulează afaceri în context internațional. De asemenea, absolvenții specializării sunt invitați periodic să dea un feed-back cu privire la conținutul disciplinei în vederea adaptării permanente la cerințele pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Calitatea lucrării de evaluare	Lucrare scrisă - test grilă	50%
10.5 Seminar/ Laborator	Activitatea la seminar cuprinde: - Predarea și prezentarea proiectului în două etape (Etapa I – 60% din nota de seminar; Etapa II – 40% din nota de seminar)	Scris și oral	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Elaborarea unui proiect de marketing internațional menit să asigure pătrunderea și menținerea firmei pe piețele internaționale, soluționarea corectă, în timp real a testelor grilă			

Data completării
28.09.2023

Titular de curs
Prof. dr. Constantin Sasu

Titular de seminar
Prof. dr. Oana Țugulea

Data avizării
28.09.2023

Director de departament
Prof. dr. Ștefan Andrei Neșțian

