

**FIȘA DISCIPLINEI 2023****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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketingul serviciilor						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.dr. Adriana Zaiț						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist.dr. Corina Cara						
2.4 An de studiu	III	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei*	O

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	48	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					26
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					32
Tutoriat					8
Examinări					6
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					102
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Număr de credite					5

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Marketing
4.2 De competențe	Cele dobândite la cursul de Marketing (general)

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Prezența obligatorie la 50% din cursuri. Participare la discuții
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Prezența obligatorie 100%. Participare activă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing al serviciilor (1 credit): Definirea conceptelor, caracteristicilor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de MS, Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de MS, Aplicarea metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice activității de MS, Studiarea comparativă și evaluarea critică a metodelor, tehnicilor și instrumentelor folosite în activitatea de MS, Proiectarea unui studiu de MS prin metoda clientului misterios.
	C2 Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing al serviciilor (1 credit): Utilizarea marketingului relațional în managementul relațiilor cu clienții în marketingul serviciilor, Utilizarea marketingului relațional intern (gestiunea personalului de vânzare în servicii).
	C4 Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing în servicii (1 credit): Mixul de marketing specific serviciilor, cu cei 7 P – produs, preț, plasare, promovare, persoane (people), proces, probe



	<p>(dovezi fizice pentru tangibilizare).</p> <p>C5 Utilizarea tehnicilor de vânzare specifice marketingului serviciilor (1 credit). Definirea specificității MS, Explicarea și aplicarea tehnicilor de marketing particulare în domeniul MS (spirala eșecului și spirala succesului în servicii).</p> <p>C6 Organizarea activităților de marketing al serviciilor (0.5 credite). Particularități de organizare în rețea a activităților de marketing al serviciilor. Analiza și evaluarea activităților de MS.</p> <p>Competențe funcționale specifice: Estimarea cererii în servicii, analizarea opiniilor clienților în MS, gestiunea participării clienților în procesul de servire, gestiunea personalului de contact, evaluarea calității serviciilor, planificare strategică în servicii.</p>
Competențe transversale	<p>CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă (0.5 credite). Capacitate de analiza, de interpretare argumentată și realizare de raționamente, comportament de marketing pro-activ, profesionist, sinceritate, corectitudine, capacitate de relaționare.</p>

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Dobândirea cunoștințelor teoretice specifice marketingului serviciilor și a abilităților de aplicare în practică a acestor cunoștințe.
7.2 Obiectivele specifice	<p>La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Explice principalele concepte cu care operează Marketingul serviciilor▪ Descrie activitățile specifice disciplinei▪ Utilizeze metode specifice Marketingului serviciilor▪ Analizeze activitățile de marketing din companiile de servicii▪ Calculeze eficiența unor acțiuni de marketing al serviciilor

8. Conținut

8.1	Curs (total 12 cursuri – an terminal)	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Definirea și caracteristicile serviciilor	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	1 ore; R1, R2; S1
2.	Segmentarea pieței serviciilor. Tipologia serviciilor	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	1 ore R1, R2; S1
3.	Metode de analiză a opiniilor clienților.	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	1 ore R1, R2; S1, S2
4.	Mixul de marketing în servicii – cei 7 P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) – cei 4 P clasici	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1, S2



5.	Mixul de marketing în servicii – cei 7 P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) – cei 3 P specifici	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1, S2
6.	Gestiunea participării clientului în procesul de servire – justificare, forme, dimensiuni	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1, S2
7.	Gestiunea personalului de contact – situație, roluri, scenarii de acțiune	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1, S2
8.	Planificare strategică în servicii	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	1 ore R1, R2; S1
9.	Gestiunea servirii clienților. Rezolvarea reclamațiilor	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1, S2
10.	Marketing intern	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1
11.	Marketing relațional și fidelizarea clienților	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1, S2
12.	Rețele de servicii. Marketing non-profit	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	2 ore R1, R2; S1
13.	Marketingul serviciilor sociale	Expunere, dezbatere, prezentări Powerpoint, exemple	1 ore R1, R2; S1, S2
14.	Test de evaluare pe parcurs. Recapitulare și Feed-back	Recapitulare pentru test – o oră Lucrare scrisă online - o oră Feed-back- o oră	3 ore
8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Caracteristici specifice serviciilor și consecințe pentru activitățile de marketing	Exemple, debateri	2 ore R1, R2; S1, S2
2.	Dimensionarea și segmentarea pieței serviciilor	Exemple, aplicații	2 ore R1, R2; S1, S2
3.	Metode de analiză a opiniilor clienților	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
4.	Detalii proiect – metoda clientului misterios; stabilire companii pentru analiză	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
5.	Implicarea umană în servicii – consecințe pentru marketing – gestiunea personalului de contact	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
6.	Gestiunea participării clientului la procesul de servire	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
7.	Evaluarea calității serviciilor	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
8.	Gestionarea reclamațiilor	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2



9.	Marketing relațional și fidelizarea clienților	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
10.	Marketing intern	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
11.	Rețele de servicii	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
12.	Specificul de marketing pentru organizații non-profit și servicii sociale	Exemple, aplicații, studii de caz	2 ore R1, R2; S1, S2
13.	Recapitulare noțiuni. Predare proiect	Dezbateri, sinteze, exemple	2 ore R1, R2; S1, S2
14.	Feed-back proiect	Explicații de tip feed-back	2 ore

Bibliografie

Idem curs


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

Conținutul cursului și temele alese pentru seminar țin cont de aspectele concrete cu care se confruntă companiile, asociațiile profesionale și angajatorii reprezentativi (proiectele de seminar se elaborează pe cazurile unor companii reale de pe piața românească).

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Răspunsuri corecte la întrebări teoretice scurte, întrebări cu alegeri multiple și întrebări de tip eseu și aplicații	Test scris pe parcurs (20%) și test final în sesiune (40%)	60%
10.5 Seminar/ Laborator	Respectarea cerințelor de elaborare a proiectului de tip client misterios	Proiect individual/de grup	40%
10.6 Standard minim de performanță: Studentul definește, recunoaște și aplică noțiuni și metode de bază în marketingul serviciilor			

Data completării
27 septembrie 2023

Titular de curs
Prof.Univ.Dr. Adriana ZAIȚ 

Titular de seminar
Asist.Univ.dr. Corina CARA

Data avizării în departament
28 septembrie 2023

Director de departament
Prof. Univ. Dr. Andrei Ștefan NEȘTIAN