

**FIȘA DISCIPLINEI – Marketing Experiential****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 si Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Analiza si Strategii de Marketing

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing Experiential						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Dr. Adrian Monoranu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Dr. Adrian Monoranu						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestru	II	2.6 Tip de evaluare	EVP	2.7 Regimul disciplinei*	OPT

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	0	3.3 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	36	din care: 3.5 curs	0	3.6 seminar/laborator	36
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					0
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					20
Examinări					0
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					50
3.8 Total ore pe semestru					86
3.9 Număr de credite					3

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De competențe	

5. Condiții (dacă este cazul)

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

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	• Aplicarea conceptelor teoretice în situații din lumea reală cu referire la sponsorizări și activități de marketing recreational • Analiza problemelor specifice marketingului în sport și artă și capacitatea de a prezenta soluții • Pregătirea ofertelor de sponsorizare pentru organizații • Îmbunătățirea competențelor de scriere de oferte și prezentare de oferte specifice activităților de colectare de fonduri • Capacitatea de a analiza, discuta și redacta rapoarte de activitate specifice activităților de marketing în sport și artă.
Competențe transversale	• Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	• Înțelegerea conceptelor fundamentale și dobândirea abilităților necesare implementării acestora în activități de sponsorizare, atragere de fonduri și organizare de evenimente
7.2 Obiectivele specifice	• Înțelegerea noțiunilor fundamentale de marketing în sport și artă • Înțelegerea teoriilor și a instrumentelor necesare pentru dezvoltarea strategiilor de dezvoltare a evenimentelor sportive și artistice • Dezvoltarea competenței de a formula oferte de sponsorizare • Dezvoltarea competenței de a implementa evenimente sportive și artistice • Managerierea evenimentelor • Managerierea unei campanii de vânzări de bilete pentru evenimente

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			



6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			

Bibliografie**Referințe principale:**

1. Shank, Mathew D. (2005) **Sports Marketing**, 3rd Edition, Pearson/Prentice-Hall.
2. Kotler, Philip and Joanne Sheff (1997) **Standing Room Only: Marketing Strategies for the Performing Arts**, HBS Press

Referințe suplimentare:

Vor fi oferite pe perioada derulării cursului.

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere in marketingul pentru activitati sportive si artistice	Debate/Prezentare	3 ore
2.	Definirea cadrului de organizare a evenimentelor	Debate/Prezentare	3 ore
3.	Instrumente de cercetare a consumatorilor de evenimente sportive si artistice	Debate/Prezentare	3 ore
4.	Definirea produselor in marketingul pentru sport si arta	Debate/Prezentare	3 ore
5.	Strategii de pozitionare a evenimentelor	Debate/Prezentare	3 ore
6.	Strategii de pret – monetizarea evenimentelor	Debate/Prezentare	3 ore
7.	Strategii de promovare a evenimentelor	Debate/Prezentare	3 ore
8.	Managementul vanzarilor in organizarea de evenimente	Debate/Prezentare	3 ore
9.	Sponsorizarile	Debate/Prezentare	3 ore



10.	Logistica evenimentelor artistice si sportive	Debate/Prezentare	3 ore
11.	Managementul evenimentului	Debate/Prezentare	3 ore
12.	Realizare Eveniment Practic	Activitate practica	3 ore

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

Planul de învățământ, precum și conținutul disciplinei sunt analizate 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			
10.5 Seminar/ Laborator	Realizarea unei activitati de marketing ce insumeaza 90 de ore in cadrul unui departament de marketing dintr-o firma sau institutie – conform fisei postului prezentate in avans.	Redactare si prezentare raport de activitate / interviu	100%
10.6 Standard minim de performanță			
Intelegerea conceptelor fundamentale, elaborarea unei strategii pertinente de marketing pentru realizarea si executia unui plan de marketing.			

Data completării
21.09.2023

Titular disciplina
Lect. Dr. Adrian Monoranu

Data avizării

Director de departament

29.09.2023

Prof. Dr. Andrei Stefan Nestian