



## FIȘA DISCIPLINEI – Stagiu Organizational

### 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              | Stagiu Organizational     |              |    |                     |     |                          |     |
| 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/<br>laboratorului |  |

**6. Competențe specifice acumulate**

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Competențe profesionale</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Analiza problemelor specifice marketingului în organizații și capacitatea de a prezenta soluții</li><li>• Pregătirea ofertelor pentru organizații</li><li>• Îmbunătățirea competențelor de scriere de oferte și prezentare de oferte specifice activităților de marketing</li><li>• Capacitatea de a analiza, discuta și redacta rapoarte de activitate specifice activităților de marketing.</li></ul> |
| <b>Competențe transversale</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</li><li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.</li></ul>                                                                          |

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

|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>7.1 Obiectivul general</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Înțelegerea conceptelor fundamentale și dobândirea abilităților necesare implementării acestora în activități de marketing b2b sau b2c</li></ul>                                                                                                                                                                                                    |
| <b>7.2 Obiectivele specifice</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Înțelegerea noțiunilor fundamentale de marketing</li><li>• Înțelegerea teoriilor și a instrumentelor necesare pentru dezvoltarea strategiilor de marketing</li><li>• Dezvoltarea competenței de a formula oferte</li><li>• Dezvoltarea competenței de a implementa planuri de marketing</li><li>• Managerierea unei campanii de marketing</li></ul> |

**8. Conținut**

| <b>8.1</b> | <b>Curs</b> | <b>Metode de predare</b> | <b>Observații</b><br>(ore și referințe bibliografice) |
|------------|-------------|--------------------------|-------------------------------------------------------|
| 1.         |             |                          |                                                       |
| 2.         |             |                          |                                                       |
| 3.         |             |                          |                                                       |
| 4.         |             |                          |                                                       |
| 5.         |             |                          |                                                       |



|            |                            |                          |                                                       |
|------------|----------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------|
| 6.         |                            |                          |                                                       |
| 7.         |                            |                          |                                                       |
| 8.         |                            |                          |                                                       |
| 9.         |                            |                          |                                                       |
| 10.        |                            |                          |                                                       |
| 11.        |                            |                          |                                                       |
| 12.        |                            |                          |                                                       |
| 13.        |                            |                          |                                                       |
| 14.        |                            |                          |                                                       |
|            |                            |                          |                                                       |
| <b>8.2</b> | <b>Seminar / Laborator</b> | <b>Metode de predare</b> | <b>Observații</b><br>(ore și referințe bibliografice) |
| 1.         |                            |                          |                                                       |
| 2.         |                            |                          |                                                       |
| 3.         |                            |                          |                                                       |
| 4.         |                            |                          |                                                       |
| 5.         |                            |                          |                                                       |
| 6.         |                            |                          |                                                       |
| 7.         |                            |                          |                                                       |
| 8.         |                            |                          |                                                       |
| 9.         |                            |                          |                                                       |



|     |  |  |  |
|-----|--|--|--|
| 10. |  |  |  |
| 11. |  |  |  |
| 12. |  |  |  |

**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 activități de marketing ce însumează 90 de ore în cadrul unui departament de marketing dintr-o firmă sau instituție – conform fișei postului prezentate în avans. | Redactare și prezentare raport de activitate / interviu | 100%                            |
| 10.6 Standard minim de performanță                                                                                                            |                                                                                                                                                                                   |                                                         |                                 |
| Înțelegerea conceptelor fundamentale, elaborarea unei strategii pertinente de marketing pentru realizarea și 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