

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Dunărea de Jos Galați
1.2 Facultatea	Știința și Ingineria Alimentelor
1.3 Departamentul	Știința Alimentelor, Ingineria Alimentelor, Biotehnologii și Acvacultură
1.4 Domeniul de studii	Inginerie și Management în Agricultură și Dezvoltare Rurală
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Inginerie și management în alimentație publică și agroturism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing hotelier și de alimentație publică						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.ing. Daniela ISTRATI						
2.3 Titularul activităților de seminar	-						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Ob

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care:	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care:	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	-
Distribuția fondului de timp						ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						23
Tutoriat						2
Examinări						5
Alte activități						-
3.7 Total ore studiu individual	72					
3.9 Total ore pe semestru	100					
3.10 Numărul de credite	4					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Cunoștințe de baza de marketing
4.2 de competențe	• Abilitatea de a citi și înțelege documentele anuale de sinteză ale unei entități economice.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală cu videoproiector, table • Platforma educațională Microsoft Team /Metoda alternativă
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<input type="checkbox"/> -

6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	<p>Elaborarea și implementarea proiectelor tehnologice sau de investiții, pe baza utilizării cunoștințelor tehnice și manageriale asociate domeniului alimentației publice și agroturismului analiza fluxului de date economico-financiare al unei firme de alimentație publică. (C2)</p> <p>Optimizarea tehnică și managerială a producției de bunuri și servicii, în unitățile de alimentație publică și agroturism. (C4)</p> <p>Evaluarea strategiilor de inovare tehnologică și de marketing în unitățile de alimentație publică și agroturism. (C5)</p>
Competențe transversale	

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • să comunice studenților aspecte privind perspective de îmbunătățire a activității de marketing prin gestionarea corectă informațiilor obținute prin tehnicile de comunicare, creșterea eficienței acestora prin utilizarea celor mai potrivite instrumente de investigație și promovare; • să informeze studenții asupra posibilităților de realizare a aplicării diferitelor strategii de comunicare, utilizarea eficientă a resurselor financiare alocate;
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • să ajute studenții să dezvolte capacități practice de decizie managerială în activitatea de marketing.

8. Conținuturi

8. 1. Curs	Metode de predare	Observații*
1. Tendințe moderne în pregătirea antreprenorială.	Prelegerea, explicația, dezbateră, metode de lucru în grup, individual și frontal, ateliere de lucru, metode de dezvoltare a gândirii critice, portofoliul, studiul documentelor curriculare și al bibliografiei.	7 ore
2. Managementul riscului în afacerile firmelor în domeniu.		7 ore
3. Orientarea de marketing în managementul afacerilor.		7 ore
4. Elemente fundamentale privind marketingul hotelier și serviciile de alimentație publică.		7 ore

Bibliografie

1. Dumitru Ionel -Marketing strategic. O abordare în perspectiva globalizării, Ed. Uranus, București, 2004
2. Istrati D., 2022. Marketing hotelier și de alimentație publică – Note de curs
3. Kotler Philip - Managementul marketingului, Ed. Teora, București, 1997
4. Kotler Philip -Cum să creăm, cum să câștigăm și cum să dominăm piețele, Curier Marketing, București, 2003
5. Nicolescu Ovidiu -Sistemul decizional al organizației, Ed. Economică, București, 1998
6. Popescu Ioana Cecilia -Comunicarea în marketing, Ed.Uranus, București, 2003

*Repartizarea numărului de ore pe conținuturi este orientativă cu posibilitatea de adaptare în funcție de specificul anului/grupeii.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Continutul cursului corespunde cu cerintele angajatorilor privind angajarea unor absolvenți cu pregătire de specialitate dar și cunoștințe economice de bază, capabili să conducă în condiții stabilite de eficiență o locație de alimentație publică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota
10.4 Curs	Activitatea din timpul semestrului	Verificare pe parcurs (oral)	15%
	Insusirea cunoștințelor teoretice, predate la curs	Examen (scris sau oral)	70%
	Activitatea din timpul semestrului	Participarea la cercuri științifice	15%
10.5 Seminar/laborator	Nu este cazul		
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">Cunoașterea sumară a modului de luare a unei decizii de marketing pentru activitatea curentă și de dezvoltare, a unei unități de alimentație publică, pe baza datelor din fluxul informațional de marketing.			

Data completării
20.09.2022

Semnătura titularului de curs
Conf.dr.ing. *Daniela ISTRATI*

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament
22.09.2022

Semnătura directorului departamentului
Prof.dr.ing. *Camelia VIZIREANU*

Data aprobării în Consiliul Facultății
HCF 24/7.10.2022

Semnătura decanului
Prof.dr.ing. *Gabriela BHRIM*