

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea <i>Dunărea de Jos</i> din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea Știința și Ingineria Alimentelor
1.3 Catedra	Știința Alimentelor, Ingineria Alimentelor, Biotehnologii și Acvacultură
1.4 Domeniul de studii	<i>Ingineria produselor alimentare</i>
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	<i>Știința și Ingineria Alimentelor</i>

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Proiectarea și promovarea produselor noi						
2.2 Titularul activităților de curs	S.l.dr.ing. Maria Garnai						
2.3 Titularul activităților de seminar	S.l.dr.ing. Maria Garnai						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	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	1	3.3 seminar/laborator/proiect	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator/proiect	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					16
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Tutoriat					4
Examinări					4
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	<ul style="list-style-type: none"> Absolvent de învățământ superior de specialitate sau în domeniu apropiat.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Tehnologii generale, Operații și aparate, Utilaj special în industria alimentară, Management, Controlul calității produselor alimentare, Analiza senzorială, Expertiză și siguranță alimentară, Politici și strategii globale de securitate alimentară, Ambalarea, etichetarea și designul în industria alimentară, Comportamentul consumatorului.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Suport electronic și grafic (videoproiector, diagrame, planșe, cataloage), Platforma Microsoft Teams/Metoda alternativă.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> Suport electronic și grafic (videoproiector, diagrame, planșe, cataloage), Platforma Microsoft Teams/Metoda alternativă..

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1: Utilizarea și conducerea tehnologiilor avansate în industria alimentară;</p> <p>C3: Managementul unui sistem nutrițional de procesare;</p> <p>C4: Managementul unui sistem de valorificare subproduse, tratare deșeuri și protecția mediului;</p> <p>C5: Proiectarea și promovarea de produse alimentare și aplicare de strategii în domeniul alimentației;</p> <p>C6: Identificarea și aplicarea unor strategii de cercetare.</p>
Competențe transversale	<p>CT1: Formarea și dezvoltarea aptitudinii de lider de echipă și a gândirii critice;</p> <p>CT2: Dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale, competențelor participative în echipe de producție – cercetare – dezvoltare și de management aplicat;</p> <p>CT3: Amplificarea dezvoltării activităților independente, activităților de cercetare – dezvoltare și a spiritului de învățare continuă cu respectarea principiilor eticii și deontologiei profesionale.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Trecerea produsului ipotetic în produs real prin vânzare; • Promovarea pe o anumită piață a unui produs prin mijloace specifice.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Dezvoltarea capacității de previzionare și de proiectare a produselor alimentare noi. • Realizarea strategiei de promovare, inclusiv cea de cibermarketing; • Dezvoltarea unor abilități efective de testare a pieței și de promovare a unui produs pe o anumită piață.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Produse noi pe piață: gama de produse, clasificarea produselor alimentare. Ciclul de viață al produselor. Produse noi. Lansarea pe piață a produselor noi.	Prelegere; Conversație; Explicație.	2 ore
Etapile realizării unui produs nou. Rolul cercetării în determinarea produselor cerute pe piață. Rolul cercetării de marketing post-lansare.	Prelegere; Conversație; Explicație.	2 ore
Înregistrarea produselor noi. Protecția industrială. Protecția intelectuală. Norme europene specifice.	Prelegere; Conversație; Explicație.	2 ore
Prospectarea pieței. Previziunile pieței. Profilul consumatorului.	Prelegere; Conversație; Explicație.	2 ore
Strategia de promovare. Canale media. Reclama: geneza, definiție, caracteristici, tehnici de aplicare, elemente de recomandare.	Prelegere; Conversație; Explicație.	4 ore
Vânzarea produsului. Elemente de feed-back necesare reluării ciclului de produs. Cibermarketing.	Prelegere; Conversație; Explicație.	2 ore
<p>Bibliografie:</p> <p>Garnai, M. – „Proiectarea și promovarea produselor alimentare noi” Note de curs în format electronic;</p> <p>Stoica M., Alexe, P., 2016, Elemente de proiectare a produselor alimentare noi, Editura Academica, Galați.</p> <p>Blyth, J., 1998 – „Comportamentul consumatorului”, Editura Teora, București.</p> <p>Catoiu, I., ș.a. 2002 – „Cercetări de marketing” Editura Uranus, București.</p>		

<p>Kotler, Ph., 1997 – „<i>Managementul marketingului</i>”, editura Teora, București. Kotler, Ph., Amstrong, J., Saunders, J., Wong, V., 1998 – „<i>Principiile marketingului</i>” Editura Teora, București. Levinson, J.C., 2002 – „<i>Guerilla Selling</i>”, Editura Business tech international press, București. Levinson, J.C., 2002 – „<i>Guerilla advertising</i>”, Editura Business tech international press, București. Malcomete, P., 1987 – „<i>Strategii de marketing</i>”, Editura Junimea, Iași. Munteanu, V., 1992 – „<i>Bazele marketingului</i>”, Editura Graphix, Iași. Nicolescu, O., (coordonator) 1996 – „<i>Strategii manageriale de firmă</i>”, Editura Economică, București. Nicolescu, O., 1993 – „<i>Noutăți în managementul internațional</i>”, Editura Zegnică, București. Rohner, K., 1996, <i>Ciber-marketing</i>, Editura All Education, București Rotaru, G., 2001 – „<i>Merceologie</i>”, Editura Academica, Galați. Rotaru, G., Stanciu, S., 2005 – „<i>Studiul mărfurilor – mărfuri alimentare și nealimentare</i>”, Editura Academica, Galați. Rotaru, G., Stanciu, S., 2005 – „<i>Studiul mărfurilor- noțiuni fundamentale</i>”, Editura Academica, Galați. Stoica M., Alexe P., Elemente de proiectare a produselor alimentare noi, Editura Academica, Galați, 2016. Turtoi, M., 2000 – „<i>Materiale de ambalaj si ambalaje pentru produsele alimentare</i>”, Editura Alma, Galați. Turtoi, M., 2004 – „<i>Tehnici de ambalare a produselor alimentare</i>”, Editura Academica, București.</p>		
8. 2 Seminar/laborator/proiect	Metode de predare	Observații
Elemente de caracterizare a unui produs nou. Ciclul de viață al unui produs. Costurile unui produs nou – 2 ore	Studii de caz. Proiect tematic.	Studiu individual pe direcții de lucru stabilite în comun (profesor–student)
Observația, interviul, sondajul și testarea de produs la nivelul impactului cu consumatorul – 2 ore		
Exercițiu practic de observare, intervievare și sondare a opiniei consumatorului – 2 ore		
Elementele proprietății industriale și intelectuale – 2 ore		
Profilul consumatorului. Previziuni de piață– 2 ore		
Proiectarea promovării. Etape. Rolul decisiv al reclamei – 2 ore		
Exercițiu practic de prezentare și promovare produs nou – 2 ore		
<p>Bibliografie: Garnai, M. – „<i>Proiectarea și promovarea produselor alimentare noi</i>” Note de curs în format electronic; Stoica M., Alexe, P., 2016, Elemente de proiectare a produselor alimentare noi, Editura Academica, Galați. Nicolescu, O., (coordonator) 1996 – „<i>Strategii manageriale de firmă</i>”, Editura Economică, București. Stoica M., Alexe P., Elemente de proiectare a produselor alimentare noi, Editura Academica, Galați, 2016. Turtoi, M., 2004 – „<i>Tehnici de ambalare a produselor alimentare</i>”, Editura Academica, București.</p>		

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

<ul style="list-style-type: none"> • Disciplina trebuie să ofere capacitatea de a susține un standard permanent de creație într-un compartiment de cercetare-dezvoltare. • Absolventul poate coordona un compartiment de cercetare – dezvoltare.
--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezență, activitate, colaborare	Dezbatere liberă, teste scris.	50 %
10.5 Seminar/laborator/proiect	Prezență, activitate, colaborare	Dialog, evaluare continuă, prezentare și predare proiect.	50%

10.6 Standard minim de performanță

Se vor defini, interpreta și aplica, după caz, următoarele noțiuni:

- Ciclul de viață al unui produs;
- Etapele lansării unui produs nou;
- Elementele protecției industriale ;
- Elementele specifice lansării unui produs alimentar nou;
- Caracterizarea consumatorului vizat de produsul nou și formele de comunicare cu consumatorul;
- Identificarea elementelor specifice reclamei unui produs nou;
- Posibilitățile de promovare ale unui produs nou.

Data completării
21.09.2022

Semnătura titularului de curs,
Ș.l.dr.ing. Maria GARNAI

Semnătura titularului de seminar,
Ș.l.dr.ing. Maria GARNAI

Data avizării în departament
25.09.2022

Semnătura directorului de departament,
Prof.dr.ing. Camelia VIZIREANU

Data aprobării în Consiliul Facultății¹
HCF 24/7.10.2022

Semnătura decanului¹
Prof.dr.ing. Gabriela Elena BAHRIM

¹ Numai pentru programele de studii din ramura Științe Inginerești