



Denumirea disciplinei	Management și marketing în design
Codul disciplinei	U.07.O.060
Tipul disciplinei	Socio-umanistică, obligatorie
Anul de studiu / semestrul	Anul IV, semestrul VII
Limba de predare	Română, rusă
Credite ECTS	4
Numărul de ore de contact/ Numărul total de ore	30/120
Evaluare	Examen
Titularul cursului	Leahu Tudor, dr., conf. univ.

Conținutul cursului:

Noțiuni generale privind managementul și marketingul activităților umane.
Faza analizei planului de Marketing.
Fazele planificării Marketingului.
Componentele etapei analizei SWOT și caracteristica lor sumară.
Strategii de Marketing și conținutul lor.
Fazele marketingului și conținutul lor.
Varietățile prețurilor pe piață și caracteristica lor generală.
Categoriile și formele de concurență în economia de piață.
Fundamentele managementului organizației.

Finalități de studiu:

- La finalizarea acestui curs, studentul va demonstra următoarele cunoștințe, abilități și competențe:
- va identifica, analiza, compara și clasifica noțiunile, metodologiile și metodele abordării și realizării activităților de management și marketing în scopul selectării celor mai economice și eficiente dintre ele pentru a asigura o funcționare cât mai rațională a sistemelor de gestiune în domeniile elucidate;
 - va analiza, sistematiza și unifica diversitatea proceselor manageriale și de marketing din perspectiva aplicabilității lor în activitățile de cercetare științifică și asistență practică;
 - va demonstra competențe de explorare a informației științifice corespunzătoare domeniilor proceselor manageriale și de marketing;
 - va manifesta capacități și deprinderi de revizuire și intervenire cu corectări în algoritmi desfășurării acestor procese; permanent se va implica în procesele de elaborare și realizare practică a algoritmilor noi ale diverselor tipuri de management și marketing, derivate de la modernizarea activităților material-informaționale și formarea tehnologiilor moderne și componente ale lor;
 - va contribui la rezolvarea problemelor de marketing și management în mediul real de design.

Bibliografie:

1. Horstman M. Management eficient. București: Cartea veche, 2017.
2. Goldbach D. Marketing. București: Editura ProUniversitaria, 2015.
3. Nicolescu O., Verboncu I. Fundamentele managementului organizației. București: Editura Universitară, 2008.
4. Milescu A. [ș.a.]. Marketingul social. București: Editura ProUniversitaria, 2017.
5. Popa I. Management general. București: Ed. ASE București, 2005.
6. Turkes M. C. Bazele marketingului. București: Editura ProUniversitaria, 2017.
7. Митина Н., Горский К. Маркетинг для дизайнеров интерьера. М.: Альпина Паблишер, 2015. 168 с.
8. Реброва Н.П. Основы маркетинга. М.: Юрайт, 2015.
9. Синяева И.М., Романенкова О.Н. Маркетинг. Теория и практика. М.: Юрайт, 2013. 665 с.