

FIȘA / CALENDARUL DISCIPLINEI

	Săptămâna	Curs		Seminar / Laborator		Proiect		Verificări	
		Tematica abordată	Data	Tematica abordată	Data	Tematica abordată	Termen de predare	Data	Tipul (E/C/V)
Pregătire curentă	1	CONCEPTUL DE MARKETING	I	-	I	-	-	-	-
	2	PROCESUL DE MARKETING AL UNEI FIRME	II	Funcțiile și obiectivele marketingului Analiza SWOT a unei societăți	II				
	3	PROCESUL DE MARKETING AL UNEI FIRME	III		III				
	4	STUDIUL DE PIAȚĂ	IV	Segmentarea pieței, criteriile segmentare a pieței Capacitatea pieței, cota de piață, cota relativă de piață	IV				
	5	STUDIUL DE PIAȚĂ	V		V				
	6	CEREREA DE CONSUM	VI	Ciclul de viață al unui produs; Repartizarea unor produse pe game, linii, articole și variante Metoda Boston Consulting Group	VI				
	7	POLITICA DE PRODUS	VII		VII				
	8	POLITICA DE PRODUS	VIII	Metode de stabilire a prețului	VIII				V 1
	9	POLITICA DE PREȚ	IX		IX				
	10	POLITICA DE PREȚ	X	Selecția canalului de distribuție	X				
	11	POLITICA DE DISTRIBUȚIE	XI		XI				
	12	POLITICA DE PROMOVARE	XII	Instrumentele mixului promoțional	XII				
	13	POLITICA DE PROMOVARE	XIII		XIII				
	14	Decizia și programul de marketing	XIV	Planul de marketing	XIV				

E- Examen, C – Colocviu, V – Verificare pe parcurs

Titular disciplină,
Lector dr. Lazoc Alina