UOC-PO-10 Anexa 3a

FIŞA DISCIPLINEI
MARKETING IN INDUSTRIA CHIMICA

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	**UNIVERSITATEA „OVIDIUS" DIN CONSTANŢA**
1.2 Facultatea	Științe Aplicate și Inginerie
1.3 Departamentul	Științe Aplicate șiInginerie
1.4 Domeniul de studii	**Inginerie chimică**
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii	**Tehnologii și managementîn prelucrarea petrolului**
1.7 Anul universitar	**2026-2027**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	**MARKETING IN INDUSTRIA CHIMICA**						
2.2 Coddisciplină	**MP1103**						
2.3 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Micu Adrian						
2.4 Titularul activităților aplicative	Prof. univ. dr. Micu Adrian						
2.5 Anul de studii	**I**	2.6 Semestrul	**1**	2.7 Tipul de evaluare	**E**	2.8 Regimul disciplinei	DS/DOB

** DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară*
*** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă*

3. Timpul total (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore activități didactice pe săptămână	**3**	din care: 3.2 curs	**1**	3.3 seminar	**2**
3.4 Total ore activități didactice pe semestru	**42**	din care: 3.5 curs	**14**	3.6 seminar	**28**
3.7 Total ore de studiu individual					**58**
Distribuția fondului de timp					*[ore]*
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs,, notițelor, bibliografie minimală recomandată					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					20
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii şi eseuri					10
Pregătire pentru prezentări sau verificări					4
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultații					2
3.8 Total ore pe semestru	***100***				
3.9 Numărul de credite	**4**				

**** S - seminar; L - laborator; P - proiect*

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de rezultate ale învățării	-

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Sala de curs, computer, videoproiector

	- Acces la internet, posibilitatea de utilizare a Microsoft Teams
5.2. de desfășurare a seminarului	- Sala de curs, computer, videoproiector - Acces la internet, posibilitatea de utilizare a Microsoft Teams

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de cunoştinţe aprofundate, abilităţi în marketingul petrolului; dobândirea competenţelor de rol; dezvoltarea personală şi profesională a masterandului
6.2 Obiectivele specifice	1. Înțelegerea noțiunilor de bază legate de managementul marketingului în industria chimică în contextul Uniunii Europene; 2.Familiarizarea cu principalele concepte și funcții ale marketingului în industria chimică; 3.Familiarizarea cu noile tendințe în managementul marketingului în industria chimică

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei științifice de cercetare pentru dezvoltarea de proiecte de management și marketing.
Aptitudini	Studentul/Absolventulanalizează**d**atele de management și marketing şiutilizează**a**decvatanalizeleînproceseledecizionale de marketing.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe curiozitate intelectuală, în procesele de elaborare și implementare a activităților de cercetare de management și marketing.

8. Conținuturi

8.1 Curs	**Metode de predare**	**Număr ore alocate**
Noțiuni introductive privind conceptul de marketing în industria chimică	Prelegerea Dezbatere	1
Studiulpieței		1
Cercetarea în domeniul marketingului în industria chimică		1
Mixul de marketing		1
Politica de produs în industria chimică-concepte, funcții		1
Strategia de marketing		1
Politica de preț în industria chimică-concepte, funcții		1
Tipologia prețurilor pe diverse tipuri de piețe în industria chimică		1

Politica de distribuție în industria chimică		1
Metode de evaluare a activităților de distribuție în industria chimică		1
Politica de evaluare a activităților de distribuție în industria chimică		1
Mixul de comunicare în industria chimică-instrmente, tehnici de comunicare		1
Publicitatea în industria chimică-instrument de promovare		1
Strategia și campania de promovare în industria chimică		1

Bibliografie

[1]. Adrian Micu, Marketing, Editura Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 2019
[2]. Adrian Micu, Markrting, EdituraKutur, Turcia, 2017
[3]. Adrian Micu, Strategii de marketing, suport de curs

8.2 Seminar	**Metode de predare**	**Număr ore alocate**
1.Studiul pieței	Studiul de caz Dezbatere	2
2.Politica de produs în industria chimică		2
3.Strategia de marketing		2
4.Politica de preț în industria chimică		4
5.Tipologia prețurilor pe diverse tipuri de piețe în industria chimică		4
6.Politica de distribuție în industria chimică		4
7.Mixul de comunicare în industria chimică-instrmente, tehnici de comunicare		4
8.Publicitatea în industria chimică-instrument de promovare		2
9.Strategia și campania de promovare în industria chimică		2
10.Verificări		2

Bibliografie

[1]. Adrian Micu, Marketing, Editura Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 2019
[2]. Adrian Micu, Markrting, EdituraKutur, Turcia, 2017
[3]. Adrian Micu, Strategii de marketing, suport de curs

9. Evaluare

Tip activitate	**9.1 Criterii de evaluare**	**9.2 Metode de evaluare**	**9.3 Pondere din nota finală**
9.4 Curs	*Verificarea cunoștințelor Verificarea capacității de sinteză Evaluarea comunicării și argumentării*	*Examen oral*	40 %
9.5 Seminar	*Capacitatea de aplicare a cunoștințelor*	*Participare activă la seminar*	20 %
	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	*Prezentarea unui referat (studiu de caz)*	40%
9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare			

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
Continutul disciplinei se coroborează cu discipline similare din programe din ţară şi străinătate. În urma consultării cu absolvenţii nostri , cu angajatorii lor şi cu alţi reprezentanţi ai mediului de afaceri, a rezultat că disciplina este adaptată la cerinţele industriei de prelucrare a petrolului dar şi la cerinţele industriei de extracţie şi transport al ţiţeiului şi gazelor			

Data completării, 25.09.2026

Titular activităților de curs, Prof. univ. dr. Micu Adrian

Titular aplicații, Prof. univ. dr. Micu Adrian

Data avizării în Departament, 1.10.2026

Director de Departament, Prof. univ. dr. Simona DOBRINAȘ

_____

Decan, Conf. univ. dr. Viorica POPESCU

_____