

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2 Facultatea	Fizică
1.3 Departamentul	Fizică
1.4 Domeniul de studii	Fizică
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	FIZICĂ APLICATĂ ÎN MEDICINĂ/conform COR: asistent de cercetare în fizică (248102); asistent de cercetare în fizică tehnologică (211107); fizician (211101); fizician medical (226906); profesor în învățământul liceal (232201 - în condițiile legii)

2. Date despre disciplină

2.1 Denumire disciplina	Marketing și Management în Industria Medicală			FAM 1206			
2.2 Titular activități de curs	Ec. Dr. Alexandra Petcu						
2.3 Titular activități de seminar	Ec. Dr. Alexandra Petcu						
2.4 Titular activități de laborator/lucrari							
2.5 Anul de studiu	1	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	E	2.8 Regimul disciplinei	DS

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care ore curs	1	seminar	1	laborator	
3.2. Numar ore pe semestru	28	din care ore curs	14	seminar	14	laborator	
3.3. Distribuția fondului de timp:							ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren							8
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							14
Tutoriat							3
Examinări							2
Alte activități.....							
3.4 Total ore studiu individual	47						
3.5 Total ore pe semestru ¹	75						
3.6 Numărul de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	Competențe generale: capacitatea de analiză și sinteză; capacitatea de a lucra independent și în echipă

¹ Numărul total de ore nu trebuie să depășească valoarea (Număr credite) x 27 ore

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Curs online, platforma Moodle https://elearning.e-uvt.ro Computer/laptop, conexiune internet Suportul de curs este încărcat pe platforma Moodle https://elearning.e-uvt.ro
5.2 de desfășurare a seminarului	Seminar online, platforma Moodle https://elearning.e-uvt.ro Baza materială (computer/laptop, conexiune internet); Materialul de seminar este încărcat pe platforma Moodle https://elearning.e-uvt.ro
5.3 de desfășurare a laboratorului	-

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere: Cunoașterea bazelor teoretice ale proceselor de antreprenariat, respectiv de marketing și management din cadrul unei organizații</p> <p>2. Explicare și interpretare: Descrierea orientărilor strategice ale firmei și explicarea contribuției acestora la performanța firmei Descrierea proceselor manageriale și de marketing, inclusiv cu privire la planificare strategică de marketing, management al cunoștințelor, management al relațiilor cu clienții și partenerii strategici, management al schimbării în contextul obiectivelor de dezvoltare durabilă</p> <p>3. Instrumental – aplicative: Realizarea unui plan de afaceri sau echivalent (business model canvas) pentru o afacere în domeniul produselor sau serviciilor medicale, care va include cel puțin analiza pieței, analiza concurenței, descrierea produselor sau serviciilor, plan de asigurare a capitalului uman, proiecții financiare, contribuție la obiectivele de dezvoltare durabilă</p> <p>4. Atitudinale: Utilizarea creativă a propriilor cunoștințe și deprinderi Dezvoltarea capacității de autoevaluare și de autoperfecționare Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniile antreprenariat, marketing și management</p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea și verificarea aplicării principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</p> <p>CT2 Identificarea, asumarea și evaluarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p> <p>CT3 Identificarea, crearea, valorificarea și promovarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</p> <p>CT4 Capacitatea de a lucra într-o echipă pluridisciplinară, a identifica obiectivele de realizat utilizând resursele disponibile, folosind atât metode clasice de documentare (cărți sau proceduri de lucru), cât și utilizarea resurselor de comunicare moderne și formare profesională asistată (internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.) atât în limba română cât și într-o limbă de circulație internațională, estimând timpii de lucru necesari pentru respectarea termenelor de realizare, identificând eventualele riscuri aferente pentru finalizarea proiectelor/situațiilor propuse.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	OG: Studenții să identifice noțiunile și fenomenele specifice de antreprenariat, marketing și management într-un context dat și să aplice aceste cunoștințe în analiza și prelucrarea datelor specifice industriei
---------------------------------------	--

	medicale, precum și în rezolvarea problemelor specifice marketingului și managementului unei organizații.
7.2 Obiectivele specifice	<p>O.c¹: Studenții să definească noțiunile specifice și să descrie fenomenele proprii domeniilor antreprenoriat, marketing și management.</p> <p>O.ap²: Studenții să utilizeze metodele de studiu al comportamentului consumatorului de produse și servicii medicale.</p> <p>O.ap³: Studenții să rezolve probleme de marketing și management.</p> <p>O.ap⁴: Studenții să își dezvolte capacitatea de organizare și muncă în echipă.</p> <p>O.ap⁵: Studenții să aprecieze și să cultive un mediu de muncă bazat pe valoare și calitate.</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Introducere în antreprenoriat. Recunoașterea oportunităților și metode de design thinking	Prelegere, conversație introductivă, conversație euristică, exemplificare, analogia, conversația de fixare și aprofundare a cunoștințelor	Bibliografie accesibilă la biblioteca FEAA, Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale
Gândirea strategică și orientările strategice ale unei organizații în contextul obiectivelor de dezvoltare durabilă		
Analiza pieței și a comportamentului clienților. Cazul echipamentelor și produselor industriei medicale		
Managementul strategic al relațiilor cu părțile interesate și partenerii strategici. Procesul creării valorii		
Fundamente ale managementului organizațional		
Abilitățile manageriale: managementul stresului, motivarea, antrenarea, managementul conflictului și munca în echipă		
Dezvoltarea unui plan de afaceri sau echivalent (business model canvas) pentru o afacere în domeniul produselor sau serviciilor medicale		
Bibliografie		
1. Cravens, D.W. & Piercy, N.F. (2012), <i>Strategic Marketing</i> . 10 th edn., New York: McGraw Hill/Irwin.		
2. Kotler, P., Keller, K.L., Goodman, M., Brady, & Hansen, T. (2019), <i>Marketing Management. European Edition</i> , 4 th edn., Harlow: Pearson Education Limited.		
3. Whetten, D.A., Cameron, K.S. (2011), <i>Developing Management Skills</i> . 8 th edn., New Jersey: Pearson Education.		
4. Wilson, R.M.S., Gilligan, C. (2012). <i>Strategic Marketing Management. Planning, implementation and control</i> . 3 rd edn., Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.		
5. Chan Kim, W. & Maugborne R. (2004), <i>Blue Ocean Strategy, How to create uncontested market space and make competition irrelevant</i>		
6. Ries E. (2011), <i>The Lean Startup</i>		
8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
Aplicarea unor metode de design thinking în domeniul industriei medicale	Conversație introductivă, conversație euristică, problematizare, conversație de fixare a cunoștințelor, studii de caz, modelări și simulări numerice	<p>Studentii își vor forma/exersa/dezvolta:</p> <ul style="list-style-type: none"> abilitățile de a prelucra date și a interpreta rezultatele capacitatea de organizare și investigare. <p>Prelucrarea datelor și graficele se vor realiza utilizând instrumente de lucru colaborativ și pachetul MS Office.</p>
Studiul pieței echipamentelor și produselor medicale		
Analiza concurenței în industria medicală		
Studiul comportamentului clienților în industria medicală		
Analiza SWOT și a capacităților de unei organizații din industria medicală		

Elaborarea unui plan de afaceri sau echivalent (business model canvas) pentru o afacere în industria medicală		
Prezentarea planului de afaceri/ business model canvas		
Bibliografie 1. Cravens, D.W. & Piercy, N.F. (2012), <i>Strategic Marketing</i> . 10 th edn., New York: McGraw Hill/Irwin. 2. Kotler, P., Keller, K.L., Goodman, M., Brady, & Hansen, T. (2019), <i>Marketing Management. European Edition</i> , 4 th edn., Harlow: Pearson Education Limited. 3. Whetten, D.A., Cameron, K.S. (2011), <i>Developing Management Skills</i> . 8 th edn., New Jersey: Pearson Education. 4. Wilson, R.M.S., Gilligan, C. (2012). <i>Strategic Marketing Management. Planning, implementation and control</i> . 3 rd edn., Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. 5. Chan Kim, W. & Maugborne R. (2004), <i>Blue Ocean Strategy, How to create uncontested market space and make competition irrelevant</i> 6. Ries E. (2011), <i>The Lean Startup</i>		

9. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
9.1 Curs	Studentii să identifice noțiunile și să descrie/explice procesele de antreprenoriat, respectiv de marketing și de management din cadrul unei organizații.	Evaluare sumativă: Test grilă	50%
9.2 Seminar	Plan de afaceri sau business model canvas pentru un produs sau serviciu din industria medicală	Evaluare formativă: prezentare orală	50%
9.3 Laborator / lucrări practice			
9.4 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> - Să cunoască structura unui plan de afaceri sau a unui business model canvas; - Să cunoască structura proceselor de marketing și management din cadrul unei organizații; - Să elaboreze un plan de afaceri/ business model canvas pentru un produs sau serviciu din industria medicală. 			

Data completării:
27.01.2022

Semnătura titularului de curs,
Ec.Dr. Alexandra Petcu



Semnătura titularului de seminar,
Ec.Dr. Alexandra Petcu



Semnătura directorului de departament
Conf. Dr. habil. C. N. Marin

