FIŞA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituţia de învăţământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	FACULTATEA DE ŞTIINŢE
Departament	ŞTIINTE ALE MEDIULUI, FIZICĂ, EDUCATIE FIZICA SI SPORT
Domeniul de studiu	EDUCATIE FIZICA SI SPORT
Ciclul de studii	LICENTA
Specializarea	SPORT ŞI PERFORMANŢĂ MOTRICĂ

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MANAGEMENT APLICAT IN ŞTIINŢA SPORTULUI ŞI EDUCATIEI FIZICE			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
380607C06I032	O	III	II	5
Tipul de evaluare	Categoria formativă a disciplinei *DDC*			
Examen				
Titular activităţi curs	ASOCIAT DR IOANA ALEXANDRA HULPUS			
Titular activităţi seminar / laborator/ proiect	ASOCIAT DR IOANA ALEXANDRA HULPUS			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învăţământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1			**3**
Extinderea disciplinei în planul de învăţământ – Total ore din planul de învăţământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total ($NOAD_{sem}$)
28	14			**42**

Distribuţia fondului de timp pentru studiu individual	Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	20
Tutoriat:	3
Examinări:	4
Total ore alocate studiului individual ($NOSI_{sem}$)	83
Total ore pe semestru ($NOAD_{sem}$ + $NOSI_{sem}$)	**125**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

De curriculum	-
De competenţe	-

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

De desfăşurare a cursului	• Participare activă • Lectura suportului de curs

De desfăşurare a sem/lab/pr	• Lectura bibliografiei recomandate • Elaborarea şi susţinerea lucrărilor planificate • Participare activă

6. Competenţe specifice acumulate

Competenţe profesionale	Competenţe profesionale: • Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, şi metodologiilor din domeniul marketingului • Aplicarea tehnicilor şi instrumentelor specifice marketingului • Aplicarea cunoştinţelor necesare în culegerea datelor şi informaţiilor referitoare la o problemă concretă • Implicarea în elaborarea deciziilor care privesc grupul de muncă. • Evaluarea propriei activităţi, precum si a celor din grup.
Competenţe transversale	• Realizarea sarcinilor profesionale în mod eficient şi responsabil, cu respectarea regulilor deontologice specifice domeniului • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă (cu elemente de interdisciplinaritate), cu respectarea palierelor ierarhice • Colaborarea cu membrii colectivului din care face parte în stabilirea sarcinilor si responsabilităţilor incusiv realizarea unor practici inovative • Utilizarea eficientă a resurselor de comunicare şi a surselor de informare şi de formare profesională asistată, atât în limba română, cât şi într-o limbă străină de circulaţie internaţională

7. Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	• Cunoaşterea, înţelegerea conceptelor, teoriilor şi a metodelor specifice marketingului in sport; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională;
Obiectivele specifice	• Examinarea fundamentelor marketingului, subliniindu-se coordonatele definitorii ale domeniului, locul şi rolul acestei ştiinţe aplicative în cadrul domeniului sportiv; • Abordarea subiectului modernizării marketingului, evidenţierea rolului sponsorizării; . • Demonstrarea gândirii sistemice în identificarea oportunităţilor/ameninţărilor mediului extern, precum si a forţelor/slăbiciunilor organizaţiei, în formularea si implementarea strategiilor privind calitatea serviciilor si activităţilor sportive; • Folosirea abilităţilor si cunostinţelor dobândite prin munca în grup.

8. Conţinuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	ELEMENTE INTRODUCTIVE PRIVIND CONCEPTELE OPERAŢIONALE ALE MARKETINGULUI ÎN SPORT	4
Curs 2	FUNCTIILE MARKETINGULUI SPORTIV	2
Curs 3	CELE DOUĂ DIMENSIUNI ALE MARKETINGULUI SPORTIV	2
Curs 4	MEDIUL DE MARKETING	2
Curs 5	PIATA SERVICIILOR SPORTIVE	2
Curs 6	ASPECTE PRIVIND STRATEGIA DE MARKETING	2
Curs 7	MARKETINGUL PENTRU SPORT-marketingul specific organizaţiilor sportive	2

Curs 8	MARKETING PRIN SPORT	2
Curs 9	CONSUMATORUL DE SPORT	2
Curs 10	MOTIVATIA SI COMPORTAMENTUL CONSUMATORILOR DE SPORT	4
Curs 11	SPONSORIZAREA	4
	Total ore curs:	**28**
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	ELEMENTE INTRODUCTIVE PRIVIND CONCEPTELE OPERAŢIONALE ALE MARKETINGULUI ÎN SPORT	2
Sem 2	FUNCTIILE MARKETINGULUI SPORTIV	1
Sem 3	CELE DOUĂ DIMENSIUNI ALE MARKETINGULUI SPORTIV	1
Sem 4	MEDIUL DE MARKETING	1
Sem 5	PIATA SERVICIILOR SPORTIVE	1
Sem 6	STRATEGIA DE MARKETING	1
Sem 7	MARKETINGUL PENTRU SPORT-marketingul specific organizaţiilor sportive	1
Sem 8	MARKETING PRIN SPORT	1
Sem 9	CONSUMATORUL DE SPORT	1
Sem 10	MOTIVATIA SI COMPORTAMENTUL CONSUMATORILOR DE SPORT	2
Sem 11	SPONSORIZAREA	2
	Total ore seminar/laborator	14

Metode de predare

Explicaţia, exemplificarea, conversaţia euristică, învăţarea prin cooperare, studiul documentelor	Explicaţia, conversaţia euristică.	

Bibliografie

Referinţe bibliografice recomandate	
	Hulpus, A., *Abordari de marketing im sportul romanesc, Editura Universitatii Lucian Blaga din Sibiu, Sibiu 2016* *Oprişan, V., Marketing şi comunicare în sport, Editura Uranus, Bucureşti, 2001;*
Referinţe bibliografice suplimentare	Cătoiu, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I.C., Vegheş, C., Metode şi tehnici utilizate în cercetările de marketing, Aplicaţii, Editura Uranus, Bucureşti,1999;
	Constantinescu, M., Utilizarea instrumentelor de marketing pentru promovarea educaţiei prin sport, publicat în Buletinul Ştiinţific al Conferinţei Educaţie Fizică şi Sport, nr.8 (1/2004), vol 1;
	Constantinescu, M., Asocierea de imagine între companie şi sportiv-element de diferenţiere în comunicarea de marketing, revista de Marketing Online, vol 1, nr1.ianuarie 2007;
	Constantinescu, M., Olteanu, V., Şerbănică, D., The use of Professional Sport Identity as a Marketing Instrument, la cea de-a VI-a Conferinţă Internaţională „Sport:Economic, Management and Marketing Aspects" organizată de Institutul pentru Educaţie şi Cercetare Atena, Grecia, 29-30 iunie 2006, publicat în volumul Conferinţei „An Amalgam of Sport and Exercise Research;

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Disciplina corespunde standardelor generale educatiei fizice si sportului,contribuid la formarea competentelor profesionale si transversale a absolventilor specific programului de studiu

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Examen	Lucrare scrisă cu subiecte teoretice si aplicaţii	60%	
Laborator/seminar	Participare activă		10%	
	Prezentare proiect		30%	
Standard minim de performanţă				
• Prezenţa la minimum 15% din totalul cursurilor; • Prezenţa la minimum 50% din totalul seminariilor; • Cel puţin 1-2 intervenţii la seminariile la care studentul este prezent; • Elaborarea şi susţinerea referatului; • Nota 5(cinci) obţinută la examen.				

(*) **Fişa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilităţi, în funcţie de tipul şi gradul acestora.**
(**) CPE – condiţionează participarea la examen; nCPE – nu condiţionează participarea la examen; CEF - condiţionează evaluarea finală;

Data completării: 26.09.2018
Data avizării în Departament: 01.10.2018

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	ASOCIAT DR.IOANA ALEXANDRA HULPUS	
Director de departament	LECTOR UNIV. DR VOICHITA GHEOCA	