

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2024- 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe
1.3. Departament	<i>Departamentul de Științe ale Mediului, Fizică, Educație Fizică și Sport</i>
1.4. Domeniul de studiu	<i>Educație Fizică și Sport</i>
1.5. Ciclul de studii ¹	<i>Master</i>
1.6. Specializarea	<i>Antrenament și Performanță</i>

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing în sportul de performanță	Cod	FSTI.MFE.AP.M.RO.3.2000.E-4.3
2.2. Titular activități de curs	<i>Lector univ.dr.Hulpus Alexandru</i>		
2.3. Titular activități practice	<i>Lector univ.dr.Hulpus Alexandru</i>		
2.4. An de studiu ²	2	2.5. Semestrul ³	1
2.6. Tipul de evaluare ⁴	Examen		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	DOU

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	-	-	-	-	2
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	-	-	-	-	28
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutoriat ⁹					2
Examinări ¹⁰					2
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSI_{sem})					72
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOAD_{sem})					28
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})					100
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite¹³					4



4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	<i>Nu este cazul</i>
4.2. Competențe	<i>Nu este cazul</i>

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	<i>Videoproiector, platforme on-line</i>
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	<i>Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice</i>

6. Competențe specifice acumulate ¹⁷

Număr de credite alocat disciplinei ¹⁸		4	Repartizare credite pe competențe ¹⁹
6.1. Competențe profesionale	CP1	<i>Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, noțiunilor și principiilor marketingului în domeniul sportului de performanță.</i>	2
	CP2	<i>Aplicarea tehnicilor și instrumentelor specifice marketingului. Reflecție critică și constructivă, creativitate și inovare în aplicarea cerințelor disciplinei.</i>	1
6.2. Competențe transversale	CT1	<i>Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă (cu elemente de interdisciplinaritate), cu respectarea palierelelor ierarhice.</i>	1

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

7.1. Obiectivul general	Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și a metodelor specifice marketingului în sport; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională;
7.2. Obiectivele specifice	Examinarea fundamentelor marketingului, subliniindu-se coordonatele definitorii ale domeniului, locul și rolul acestei științe aplicative în cadrul domeniului sportiv; Abordarea subiectului modernizării marketingului, evidențierea rolului sponsorizării; . Demonstrarea gândirii sistemice în identificarea oportunităților/amenințărilor mediului extern, precum și a forțelor/slăbiciunilor organizației, în formularea și implementarea strategiilor privind calitatea serviciilor și activităților sportive;

8. Conținuturi

8.1. Curs ²⁰	Metode de predare ²¹	Nr. ore
ELEMENTE INTRODUCATIVE PRIVIND CONCEPTELE OPERAȚIONALE ALE MARKETINGULUI ÎN SPORT	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
FUNCTIILE MARKETINGULUI SPORTIV	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
CELE DOUĂ DIMENSIUNI ALE MARKETINGULUI SPORTIV	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	4

MEDIUL DE MARKETING	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
PIATA SERVICIILOR SPORTIVE	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
ASPECTE PRIVIND STRATEGIA DE MARKETING	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	4
MARKETINGUL PENTRU SPORT-marketingul specific organizațiilor sportive	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
MARKETING PRIN SPORT	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
CONSUMATORUL DE SPORT	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
MOTIVATIA SI COMPORTAMENTUL CONSUMATORILOR DE SPORT	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
SPONSORIZAREA	Prelegere, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	4
Total ore curs:		28

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Hulpus, A., <i>Abordari de marketing în sportul românesc</i> , Editura Universitatii Lucian Blaga din Sibiu, Sibiu 2016
	Hulpuș Alexandru, Hulpuș Ioana, <i>Fundamentele marketingului în sport</i> , Editura ADE PRINT, Sibiu 2021, ISBN 979-606-8938-14-1;
	<i>Oprișan, V., Marketing și comunicare în sport</i> , Editura Uranus, București, 2001;
	Cătoiu, I., Bălan, C., Onete, B., Popescu, I.C., Vegheș, C., <i>Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing, Aplicații</i> , Editura Uranus, București, 1999;
	Constantinescu, M., <i>Utilizarea instrumentelor de marketing pentru promovarea educației prin sport</i> , publicat în Buletinul Științific al Conferinței Educație Fizică și Sport, nr.8 (1/2004), vol 1;
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Constantinescu, M., <i>Asocierea de imagine între companie și sportiv-element de diferențiere în comunicarea de marketing</i> , revista de Marketing Online, vol 1, nr1.ianuarie 2007;
	Constantinescu, M., Olteanu, V., Șerbănică, D., <i>The use of Professional Sport Identity as a Marketing Instrument</i> , la cea de-a VI-a Conferință Internațională „Sport:Economic, Management and Marketing Aspects” organizată de Institutul pentru Educație și Cercetare Atena, Grecia, 29-30 iunie 2006, publicat în volumul Conferinței „An Amalgam of Sport and Exercise Research”;

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²²

Se realizeaza prin contacte periodice cu acestia in vederea analizei problemei.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²³
11.4a Examen / Colocviu	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁴ :	%	100 % (minim 5)	
		Teme de casă:	30 %		
		Alte activități ²⁵ :	%		
		Evaluare finală:	70 % (min. 5)		

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: |__2|_7_| / |0|_9_| / |2|_0|_2|_4_|

Data avizării în Departament: |_0|_1_| / |_1|_0_| / |2|_0|_2|_4_|

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector univ.dr. Hulpus Alexandru	
Responsabil program de studii	Conf. univ.dr. Stoian Iulian	
Director Departament	Lector univ.dr. Tăușan Ionuț	

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare

$$\text{Nr. credite} = \frac{NOCpSpD \times C_C + NOApSpD \times C_A}{TOCpSdP \times C_C + TOApSdP \times C_A} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:



- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplină pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplină pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_c/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți	Curs	Aplicații (S/L/P)
Licență	2	1
Master	2,5	1,5
Licență lb. străină	2,5	1,25

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Competențele din Grilele aferente descrierii programului de studii, adaptate la specificul disciplinei

¹⁸ Din planul de învățământ

¹⁹ Creditele alocate disciplinei se distribuie pe competențe profesionale și transversale în funcție de specificul disciplinei

²⁰ Titluri de capitole și paragrafe

²¹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

²² Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²³ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁴ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁵ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.