

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2 Facultatea	De Drept și Științe Sociale
1.3 Departamentul	Educație Fizică și Sport
1.4 Domeniul de studii	Kinetoterapie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii	Kinetoterapie și motricitate specială

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing in Kinetoterapie	KMSIII 71					
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Maican Silvia						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Maican Silvia						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	DC

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care 3.2 curs	1	din care 3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din Planul de învățământ	28	din care 3.5 curs	14	din care 3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități....					0
<b>3.7. Total ore studiu individual</b>				<b>22</b>	
<b>3.8. Total ore din planul de învățământ</b>				<b>28</b>	
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>				<b>50</b>	
<b>3.10 Numărul de credite</b>				<b>2</b>	

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Participare activă
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Lectura bibliografiei recomandate Documentare suplimentară Elaborarea și susținerea prezentărilor planificate Participare activă

### 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<b>C6</b> Utilizarea elementelor de management și marketing specifice domeniului. <b>C6.1</b> Descrierea structurii și a modului în care funcționează organizațiile care oferă servicii de kinetoterapie, în relația lor dinamică cu piața <b>C6.2</b> Descrierea și explicarea proceselor organizaționale ce constituie contextul serviciilor kinetoterapeutice; explicarea relației dintre cerere și ofertă pe piața serviciilor de kinetoterapie.
<b>Competențe transversale</b>	-

## 7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea metodelor și tehnicilor de bază în cercetarea științifică
7.2 Obiectivele specifice	Să cunoască principalele metode de cercetare științifică; Să cunoască tehnicile și instrumentele specifice fiecărei metode; Să aleagă metoda, tehnica și instrumentele cele mai adecvate problemei de studiat; Să construiască un design de cercetare și instrumente adecvate; Să poată redacta un raport de cercetare coerent și consistent, ușor de utilizat în aplicațiile practice.

## 8. Conținuturi

Curs	Metode de predare	Observații
<b>1. Bazele marketingului</b>	Prelegere, conversație	2oră
<b>2. Marketingul în domeniul kinetoterapiei</b>	Prelegere, exemplificări, Conversație	2 ore
<b>3. Strategii de Organizarea și administrarea centrelor de recuperare.</b>	Prelegere, exemplificări, conversație,	2 ore
<b>4. Marketingul centrelor de recuperare</b>	Prelegere, exemplificări, conversație	2 ore
<b>5. Demersul de marketing în abordarea problematicii Kinetoterapiei</b>	Prelegere, exemplificări Conversație	2 ore
<b>6. Trăsături specifice ale marketingului în domeniul kinetoterapiei</b>	Prelegere, exemplificări Conversație	2 ore
<b>7. Instrumente clasice ale politicii de comunicare în marketingul Kinetoterapiei</b>	Prelegere, Exemplificări, conversație	2 ore
<b>Bibliografie</b>		
1. <b>BAZELE MARKETINGULUI: MANUAL DESTINAT STUDENTILOR FACULTATILOR DE PROFIL SI INTREPRINZATORILOR Particulari</b> / Stefanescu, Paul (1994),BUCURESTI		
2. <b>BUSINESS TO BUSINESS MARKETING</b> / Laurentiu-Dan ANGHEL, Eva-Cristina PETRESCU (2002) ANGHEL, Laurentiu-Dan PETRESCU, Eva-Cristina , Bucuresti: URANUS, 2002		
3. <b>MARKETING: Concepte de baza si aplicatii</b> / Eva-Cristina PETRESCU Bucuresti: URANUS, 2008 (2008)		
<b>8.2 Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații / Nr. ore</b>
Notiuni generale de marketing	Prezentări, dezbateri, aplicații	2
Prezentarea de către studenți a unor strategii de marketing	Prezentări, dezbateri, aplicații	2
Analiza pietei în activitatea de kinetoterapie	Prezentări, dezbateri, aplicații	2
Conceperea unui proiect în activitatea de kinetoterapie	Prezentări, dezbateri, aplicații	4
Politica de promovare: - Comunicarea de marketing integrată Prezentare proiect: Organizarea unei campanii de promovare a unor cabinete de recuperare	Prezentări, dezbateri, aplicații	4

**9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului**

Disciplina vine în sprijinul celor care, în diferite poziții de decizie evaluează, programează și monitorizează serviciile de kinetoterapie, publice și private.

**10. Evaluare**

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Volumul și corectitudinea cunoștințelor	Lucrare scrisă	30
	Rigoarea științifică a limbajului	Lucrare scrisă	10
	Organizarea conținutului	Lucrare scrisă	10
	Originalitatea	Lucrare scrisă	10
10.5 Seminar/laborator	Susținerea unui referat sau proiect de cercetare	Fișă de evaluare seminar	20
	Participare activă la seminarii	Fișă de evaluare seminar	20
10.6 Standard minim de performanță: nota minima 5			
50% rezultat după însumarea punctajelor ponderate conform pct.10.3.			

Data completării

\_\_\_\_\_

Semnătura titularului de curs

\_\_\_\_\_

Semnătura titularului de seminar

\_\_\_\_\_

Data avizării în Departament

\_\_\_\_\_

Semnătura Directorului de Departament

\_\_\_\_\_