

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI (Centrul Universitar UBB din Reșița)
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE JOCURI SPORTIVE
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚA SPORTULUI ȘI EDUCAȚIEI FIZICE
1.5 Ciclul de studii	MASTERAT
1.6 Programul de studiu / Calificarea	EDUCAȚIE FIZICĂ ȘCOLARĂ ȘI ACTIVITAȚI EXTRACURRICULARE/ MASTER'S DEGREE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei (ro)	MARKETING APLICAT ÎN EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Gheorghe POPOVICI						
2.3 Titularul activităților de LP	Prof. univ. dr. Gheorghe POPOVICI						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	DA
2.8 Codul disciplinei	YMR5004						

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2 curs	1	3.3 lucrări practice	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5 curs	14	3.6 lucrări practice	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					3
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual					97
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• Aplicații Office 365, sală de curs dotată cu laptop, videoproiector, tablă magnetică
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	• Aplicații Microsoft 365, sală de curs dotată cu laptop, videoproiector

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	C2. Organizarea curriculumului integrat și a mediului de instruire și învățare, cu accent interdisciplinar. C4. Descrierea, explicarea și demonstrarea conținuturilor specifice educației fizice școlare și activităților extracurriculare. C6. Utilizarea elementelor de management și marketing specifice domeniului.
Competențe transversale	CT1. Organizarea de activități specifice educației fizice, precum și pentru persoane de diferite vârste și niveluri de pregătire în condiții de asistență calificată, cu respectarea normelor de etică și deontologie. CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptabilității la cerințele pieței muncii, potrivit propriului proiect de dezvoltare personală.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Asimilarea de cunoștințe noi și relevante în domeniul marketingul aplicat în EFS.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Formarea cunoștințelor avansate de aplicare a metodelor, tehnicilor și instrumentelor din marketing aplicate în EFS; Dezvoltarea capacității de abordare interdisciplinară și comparare a cunoștințelor noi cu cele tradiționale din marketingul prin sport și marketingul pentru sport.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Marketingul aplicat în EFS la începutul secolului al XXI-lea	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstratie	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
2. Practica de marketing aplicat în EFS	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare	1 prelegere-1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
3. Fundamentele marketingului sportiv	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
4. Particularitățile marketingului sportiv	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstratie	1 prelegere-1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
5. Sportul ca „multi-produs”	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs

	Argumentare Demonstrație	este pe platforma Microsoft TEAMS
6. Piața țintă în sport	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație Reflexie	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
7. Segmentarea pieței de sport	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație Reflexie	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
8. Poziționarea produsului de sport pe piață	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
9. Cercetări de marketing sportiv	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
10. Marketing pentru sport	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
11. Marketing prin sport	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație Reflexie	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
12. Sponsorizarea în sport	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs

	Demonstrație Reflexie	este pe platforma Microsoft TEAMS
13. Nevoia de un altfel de marketing sportiv	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație Reflexie	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS
14. Noile tendințe în marketingul sportiv modern	Prelegere interactivă Explicație Exemplificare Problematizare Argumentare Demonstrație Reflexie	1 prelegere -1 oră Pentru e-learning suportul de curs este pe platforma Microsoft TEAMS

Bibliografie

1. Amerein P., (2002), *Manual de marketing strategic și operațional*, Editura Teora, București
2. Blyte J., (2005), *Esențialul în marketing*, Editura Rentrop & Straton, București
3. Constantinescu M., (2009), *Marketing sportiv*, Editura ASE București
4. Cristea I, Mitrea D., Boboc F., (2009), *Marketing sportiv*, Editura CNEFS, București
5. Haig Matt., *Manual de e-marketing*, (2005), Editura Rentrop & Straton, București
6. Kotler Ph., *Managementul Marketingului*, (2006), Editura Pearson, Paris, Franța
7. Munteanu V., *Marketing –business – to – business*, (2010), Editura Sedcom Libris, Iași
8. Popovici Gh., *Marketing sportiv*, (2009) Editura Didactică și Pedagogică, București
9. Popovici Gh., *Marketing pentru educație fizică și sportivă*, (2021), Curs CUBB -Reșița
10. Smith A., (2008), *Introduction to sport marketing*, Butterworth-Heinemann Elsevier, Oxford

8.2 Seminar / LP	Metode de predare	Observații
<p>1. Tema 1. Studiu privind marketingul pentru sport</p> <p>Se va realiza un studiu SOS al unui club sportiv pe echipe de lucru de 2-5 studenți privind: situația (S) clubului, obiective (O) de performanță și strategia (S) de promovare și dezvoltare</p>	<p>Aplicații practice de seminar sau pe Platforma Microsoft TEAMS</p>	<p>Lucru individual cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback</p>

2. Pasul I: Analiza situației S a clubului	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru în echipă cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback
3. Pasul II: Identificarea obiectivelor clubului pe ramuri sportive	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	TEST 01 cu ponderea în nota finală: 5%
4. Pasul III: Stabilirea strategiilor de marketing pentru promovarea clubului	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru în echipă cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback
5. Prezentarea studiului	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	TEST 02 cu ponderea în nota finală: 10%
6. Tema 2. Cercetări și studii de marketing prin sport Se va realiza un proiect AIDE pentru promovarea prin sportivi de performanță a unor produse, servicii sau atracții turistice.	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru în echipă cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback
7. Pasul I - ATRAGE ATENȚIA (A)	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	TEST 03 cu ponderea în nota finală: 5%
8. Pasul II – STĂRNEȘTE INTERESUL (I)	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru în echipă cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback
9. Pasul III - PROVOACĂ DORINȚA (D)	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru în echipă cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback
10. Pasul IV - CREEAZĂ EMOȚIA (E)	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru în echipă cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback

11. Prezentarea proiectului	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	TEST 04 cu ponderea în nota finală: 10%
12. Elemente de proiectare pentru reziliență a unui club sportiv	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru individual cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback
13. Elemente de proiectare pentru durabilitate a dezvoltării unui club sportiv	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Lucru individual cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback
14. Discuții finale	Aplicații practice de seminar și pe Platforma Microsoft TEAMS	Recuperări și teste Lucru individual cu lucrări cheie: știu/vreau să știu /am învățat etc. Reflecția (asupra a ceea ce au învățat și cum au învățat) + feedback

Bibliografie

1. **Popovici Gh.**, (2021) *Marketing sportiv*, Ghid de laborator, CUBB din Reșița
2. **Popovici Gh.**, (2020) *Tutorial Microsoft TEAMS*, CUBB din Reșița
3. *** www.w3schools.com/html

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

- Conținutul disciplinei este coroborat așteptările reprezentanților comunității, a asociațiilor profesionale și angajatorilor (Inspectoratul Școlar Județean, Cluburi Sportive Școlare, Licee și Școli generale) respectând cerințele programei școlare din învățământul preuniversitar.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Nivelul cunoștințelor dobândite privind terminologia în marketingul aplicat în EFS. Capacitatea de utilizare adecvată a metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing sportiv. Nivelul abilităților de cercetare online pentru rezolvarea problemelor privind imaginea unui club, reziliența unui club,	Examenul constă din proba scrisă (offline sau online) pe baza unui formular electronic cu 20 de întrebări tip grilă și întrebări deschise cu răspuns liber. Fiecare întrebare are un punctaj de maxim 5 puncte. Pentru promovarea probei scrise fiecare student trebuie să obțină cel puțin jumătate (50 puncte) din punctajul total de 100 puncte.	70%

	durabilitatea unui club și atractivitatea unui club.		
10.5 Seminar/laborator	Nivelul aptitudinilor practice în realizarea unor teme /proiecte date.	4 (patru) Teste tip activități aplicative pe parcusul semestrului.	
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minimum 5 (cinci); • La proba scrisă de la EXAMEN fiecare student trebuie să obțină minim jumătate din punctajul aferent acestei probe (50 din cele 100 de puncte); • Examenul este scris și durează 60 minute. • Nota finală la EXAMEN este dată de formula: $N=0.7 \times N_{ex} + 0.3 \times N_{aa}$. 			

Semnătura titularului de disciplină

Prof. univ. dr. Gheorghe Popovici

Semnătura directorului de departament

Conf. univ. dr. Alin Marius Baciu