**FIȘA DISCIPLINEI**

1. **Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| Facultatea | **Drept și Științe Administrative** |
| Departamentul | **Drept și Științe Administrative** |
| Domeniul de studii | **Ştiinţe Administrative** |
| Ciclul de studii | **Masterat** |
| Programul de studii | **MANAGEMENT ŞI ADMINISTRAȚIE EUROPEANĂ** |

1. **Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Denumirea disciplinei | | | **POLITICI DE MARKETING ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ** | | | | | |
| Anul de studiu | | II | | Semestrul | 3 | Tipul de evaluare | Examen | |
| Regimul disciplinei | Categoria formativă a disciplinei  DSI – Discipline de sinteză; DAP – Discipline de aprofundare, DC – complementară | | | | | | | DSI |
| Categoria de opționalitate a disciplinei:  DOB – obligatorie, DOP – opțională, DFA - facultativă | | | | | | | DOP |

1. **Timpul total estimat** (ore alocate activităților didactice)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| I a) Număr de ore pe săptămână | 1 | Curs | 1 | Seminar | 1 | Laborator/  Lucrări practice |  | Proiect |  |
| I b) Totalul de ore pe semestru din planul  de învățământ | 28 | Curs | 14 | Seminar | 14 | Laborator/  Lucrări practice |  | Proiect |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Distribuția fondului de timp pe semestru | 70 ore |
| II.a) Studiu individual | 70 |
| II.b) Tutoriat (pentru ID) | - |
| III. Examinări | 2 |
| IV. Alte activități (precizați): | - |

|  |  |
| --- | --- |
| Total ore studiu individual (II.a+II.b+III) | 72 |
| Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV) | 100 |
| Numărul de credite | 4 |

1. **Competențe specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| Competențe profesionale/generale | CP1. Promovează politici în domeniul ocupării forței de muncă;  CP2. Asigură managementul de proiect;  CP3. Promovează conștientizarea problemelor legate de mediu; |
| Competențe transversale | CT2. Construiește spirit de echipă. |

1. **Rezultatele învățării**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Cunoștințe | Aptitudini | Responsabilitate și autonomie |
| Cunoștințe despre recrutarea, formarea și evaluarea performanței angajaților în sectorul public.  Identifică cerințele de conformitate specifice cadrului legislativ domeniului administrației publice.  Stabilește principiile dezvoltării durabile, care vizează echilibrul între nevoile economice, sociale și de mediu, pentru a asigura un viitor sustenabil  Participă activ la activitățile de echipă, contribuind cu idei și soluții pentru atingerea obiectivelor comune. | Stabilește măsuri de evaluare a informațiilor și a datelor pentru a formula concluzii informate și recomandări cu privire la activitatea în administrația publică,  Analizea și evaluează acte normative, reglementări și directive europene, identificând implicațiile acestora asupra administrației publice în cadrul proiectelor.  Colectează informații despre tehnologiile și practicile ecologice care pot reduce impactul negativ asupra mediului, cum ar fi energia regenerabilă, reciclarea și agricultura sustenabilă.  Colaborează și împărtășește responsabilitățile în mod echitabil, respectând rolurile stabilite în echipă. | Monitorizează problematica si actualizează periodic solutiile în domeniul administrației publice.  Monitorizează și evaluează legislația europeană și a impactului acesteia asupra administrației publice, inclusiv respectarea normelor și standardelor aplicabile,  Respectă standardele europene, cadrul legal și etic privind politicile de mediu.  Demonstrează flexibilitate și adaptabilitate în relația cu ceilalți membri ai echipei, acceptând schimbările și ajustările necesare. |

1. **Obiectivele disciplinei** (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| Obiectivul general al disciplinei | Descrierea principalelor concepte legate de organizarea, planificarea şi coordonarea campaniilor de marketing desfăşurate de instituții publice; dobândirea aptitudinilor practice necesare organizării unor campanii de marketing |

1. **Conținutul predării și învățării**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Curs | Nr. ore | Metode de predare | Observații |
| **I.MARKETINGUL PUBLIC ȘI MARKETINGUL ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ**  1.1.Piața serviciilor publice  1.2.Marketingul public  1.3. Principii și funcții ale marketingului în sectorul public  1.4. Marketing în administrația publică | 2 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| **II. Politici de marketing în administrația publică**  2.1. Particularitățile politicilor / mixului de marketing în administrația publică  2.2.Politica de produs  2.3.Politica de promovare în administrația publică | 2 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| **III. Politica de produs**  3.1. Specificul politici de produs în administrația publică  3.2. Conceptul de servicii publice  3.3. Calitatea serviciilor publice  3.4. Serviciile publice în Uniunea Europeană  3.5. Politici publice | 2 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| **IV. Comunicarea în administrația publică**  4.1. Conceptul de comunicare a instituțiilor publice  4.2. Comunicarea interpersonală în administrația publică  4.3. Comunicarea externă  4.4. Comunicarea între instituția publică și cetățeni  4.5.Modalități de comunicare  4.6. Comunicarea informațiilor de interes public | 2 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| **V. Promovarea serviciilor publice**  5.1. Conceptul de comunicare a instituțiilor publice  5.2. Imaginea serviciilor publice  5.3.Identitatea instituțională  5.4.Imaginea primăriei  5.5. Publicitatea în administrația publică | 1 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| **VI. RELAȚIILE PUBLICE ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ**  6.1.Compartimentul de relații publice  6.2.Biroul de presă al instituției publice  6.3.Fișierele de presă  6.4.Purtătorul de cuvânt în administrația publică  6.5.Conferința de presă  6.6. Comunicatul de presă  6.7.Evenimentul de relații publice | 2 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| **VII. MARKETINGUL ONLINE ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ**  7.1.eGovernment  7.2.Serviciile de informare electronică pentru cetățeni  7.3.Comunicarea online în administrația publică din România  7.4.Promovarea online în administrația publică | 2 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| **VIII. Marketingul în administrația publică și inteligența artificială**  8.1.Inteligența Artificială în publicitate  8.2. Studii de caz | 1 | Prelegere activă însoțită de materiale video ilustrative. Sesiune de întrebări din partea studenților prezenți. | Studenții pot descărca de pe platforma google classroom a disciplinei materialele necesare. |
| Bibliografie minimală recomandată | | | |
| Nedelea, Al., *Marketing în administraţia publică*, Bucureşti, 2006  Nedelea M.O, Nedelea Al.M., *Administraţie publică. Studii de caz*, Ed. Performantica, Iaşi, 2016  Nedelea, Al., *Marketing*, Ed. Performantica, Iaşi, 2016 (cota biblioteca USV III 24161)  Nedelea, Al., *Marketing. Studii de caz*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2018 (cota biblioteca USV III 24751)  Nedelea, Al., Nedelea M.O., Cioban G., Cioban C., *Politici de marketing. Studii de caz*, Ed. Economică, București, 2018  Nedelea, Al.M. (coord.),*Marketing. Proiecte, aplicații, teste-grilă*, Ed. Economică, București, 2018  Nedelea, Al.M., *Marketing. Teorie și practică*, Ed. Wolters Kluwer, București, 2018  Nedelea, Al., *Marketing. Studii, proiecte şi teste grilă,* Ed. Performantica, Iaşi, 2016 | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect) | Nr. ore | Metode de predare | Observații |
| 1.Seminar introductiv. Prezentarea programei analitice. Surse bibliografice şi documentare Tematica referatelor. | 2 | resurse procedurale: *evaluare şi exerciţii frontal, grup /pereche, individual*  - resurse materiale: *videoproiectorul* |  |
| 2. Rolul marketingului în cadrul administraţiei publice (studii de caz) | 2 | resurse procedurale: *evaluare şi exerciţii frontal, grup /pereche, individual*  - resurse materiale: *videoproiectorul* |  |
| 3. Studii de caz privind piaţa serviciilor publice | 2 | resurse procedurale: *evaluare şi exerciţii frontal, grup /pereche, individual*  - resurse materiale: *videoproiectorul* |  |
| 4. Cercetarea de marketing. Modele de chestionare | 2 | resurse procedurale: *evaluare şi exerciţii frontal, grup /pereche, individual*  - resurse materiale: *videoproiectorul* |  |
| 5. Studii de caz vizând marketingul instituţiilor publice | 2 | resurse procedurale: *evaluare şi exerciţii frontal, grup /pereche, individual*  - resurse materiale: *videoproiectorul* |  |
| 6. Analiza SWOT | 2 | resurse procedurale: *evaluare şi exerciţii frontal, grup /pereche, individual*  - resurse materiale: *videoproiectorul* |  |
| 7. Studii de caz privind campaniile de marketing în instituţiile publice | 2 | resurse procedurale: *evaluare şi exerciţii frontal, grup /pereche, individual*  - resurse materiale: *videoproiectorul* |  |
| Bibliografie minimală recomandată | | | |
| Nedelea, Al., *Marketing în administraţia publică*, Bucureşti, 2006  Nedelea, Al., *Marketing. Studii de caz*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2018  Nedelea, Al., Nedelea M.O., Cioban G., Cioban C., *Politici de marketing. Studii de caz*, Ed. Economică, București, 2018  Nedelea, Al.M. (coord.),*Marketing. Proiecte, aplicații, teste-grilă*, Ed. Economică, București, 2018  Nedelea, Al.M., *Marketing. Teorie și practică*, Ed. Wolters Kluwer, București, 2018  Nedelea, Al.M., *Marketing personal*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2018  Nedelea, Al., *Marketing. Studii, proiecte şi teste grilă,* Ed. Performantica, Iaşi, 2016 | | | |

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | Criterii de evaluare | Metode de evaluare | Pondere din nota finală |
| Curs | * însuşirea conţinutului teoretic conceptual al disciplinei *Politici de marketing în administrația publică*; * cunoaşterea terminologiei utilizate; * capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor şi procedeelor specifice disciplinei *Politici de marketing în administrația publică*; * explicarea şi interpretarea conceptelor din domeniul disciplinei;   cunoaşterea şi înţelegerea aspectelor legate de organizarea campaniilor de marketing | Test docimologic | 50% |
| Seminar | * -capacitatea de a efectua analize asupra componentelor campaniilor de promovare; * înţelegerea modului în care instituțiile publice concep şi realizează campaniile de marketing; * dezvoltarea capacităţii de a organiza o campanie de promovare. | Proiect | 50% |
| Laborator/  Lucrări practice |  |  |  |
| Proiect |  |  |  |

Fișa disciplinei include, dacă este cazul, elemente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Data completării | Grad didactic, nume, prenume,  semnătura titularului de curs | Grad didactic, nume, prenume,  semnătura titularului de aplicație |
| 15.09.2025 | Conf.univ.dr. Mircea Alexandru NEDELEA |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Data avizării | Grad didactic, nume, prenume, semnătura responsabilului de program |
| 19.09.2025 | Conf.univ.dr. Gabriela NEMȚOI |

|  |  |
| --- | --- |
| Data avizării în departament | Grad didactic, nume, prenume, semnătura directorului de departament |
| 22.09.2025 | Conf.univ.dr. Dumitrița FLOREA |

|  |  |
| --- | --- |
| Data aprobării în consiliul facultății | Grad didactic, nume, prenume, semnătura decanului |
| 22.09.2025 | Conf.univ.dr. Liana PASCARIU |