



Unitatea de învățământ: Liceul Tehnologic de Industrie Alimentară Fetesti

Profilul: Servicii

Domeniul de pregătire de bază: Turism și alimentație

Domeniul de pregătire generală: Alimentație

Calificarea: Tehnician în gastronomie

Modulul I: Marketingul afacerii

Nr de ore/an: 66h (T-33h/LT-33h)

Nr. ore/săptămână: T-1h/săptămână; LT-5h/săptămână

Clasa: a XI-a A

Profesor: Serban Ecaterina

Plan de învățământ aprobat prin Anexa nr. 2 la O.M.E.C.I. nr. 3423 din 18.03.2009

Programa aprobată prin Anexa nr. 2 la O.M.Ed.C. nr. 3172 din 30.01.2006



Avizat,
Șef catedră

PLANIFICARE CALENDARISTICĂ

AN ȘCOLAR: 2017-2018

Nr. crt.	Unitatea de competență	Competențe specifice	Conținuturi	Nr. ore			Săptămâna			Obs.
				T	LT	IP	LT	T	IP	
(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1.	UC10. Marketingul afacerilor	CI. Analizează rolul marketingului în activitatea agentului economic	<p>Rolul marketingului în activitatea agentului economic</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Obiectivele marketingului:</i> economice (cifra de afaceri, cota de piață, volumul vânzărilor) și psihologice (imaginea firmei, nivelul fidelizării clienților, gradul de satisfacere al clienților); <i>Principiile marketingului:</i> satisfacerea clienților și obținerea de profit; 		3		S2			
					2		S2			

Nr. crt.	Unitatea de competență	Competențe specifice	Conținuturi	Nr. ore			Săptămâna			Obs.
				T	LT	IP	LT	T	IP	
(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
			<ul style="list-style-type: none"> Comunicarea eficientă cu consumatorii pentru satisfacerea nevoilor acestora: verbală, nonverbală; 		3		S3			
			<ul style="list-style-type: none"> Coordonarea funcțiilor de marketing în realizarea scopurilor propuse: investigarea pieței și a nevoilor, conectarea la mediu, maximizarea profitului și satisfacerea superioară a clienților. 		2		S3			
		C2. Determină nevoile clienților	Cercetarea de marketing și nevoile clienților <ul style="list-style-type: none"> Investigarea nevoilor clienților: surse primare, surse secundare; 		3		S15			
			Recapitulare semestrul I		2		S15			
			<ul style="list-style-type: none"> Stabilirea metodelor de cercetare a nevoilor clienților: investigarea surselor primare, cercetarea directă, experimentul de marketing; 		3		S3			Sem. II
			<ul style="list-style-type: none"> Analizarea și interpretarea datelor: grafice, diagrame, scale, chestionare (manual sau informatizat). 		3		S3			
			C3. Analizează oportunitățile de marketing	Oportunitățile de marketing <ul style="list-style-type: none"> Evaluarea factorilor externi ai agentului economic: micromediul. 		3		S6		

Nr. crt.	Unitatea de competență	Competențe specifice	Conținuturi	Nr. ore			Săptămâna			Obs.
				T	LT	IP	LT	T	IP	
(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
			macromediul;							
			<ul style="list-style-type: none"> Identificarea constrângerilor asupra activităților de marketing a agentului economic: de mediu, etice, legale, sociale, publicitare; 		3		S65			
			<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea și fundamentarea diferitelor strategii de piață: pe baza factorilor endogeni și exogeni; după poziția agentului economic față de elementele evoluției pieței. 		3		S9			
			Recapitulare finală		3		S9			