

Fișa disciplinei

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE
1.2. Facultatea	MARKETING
1.3. Departamente	(Departament) MARKETING
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Forma de învățământ	CU FRECVENȚĂ
1.7. Programul de studii	Marketing
1.8. Limba de studiu	Engleză
1.9. Anul universitar	2028-2029

2. Date despre disciplina

2.1. Denumire	Marketing sportiv								
2.2. Cod	28.0256IF3.2-07.1								
2.3. Anul de studii	3	2.4. Semestrul	2	2.5. Forma de evaluare	Verificare	2.6. Regimul disciplinei	Optional	2.7. Nr. credite ECTS	4
2.8. Titulari									

3. Timp total estimat

3.1. Număr de săptămâni	14.00		
3.2. Număr de ore pe săptămână	3.00	din care	
		CURS(C)	2.00
		SEMINAR(S)	1.00
3.3. Total ore din planul de învățământ	42.00	din care	
		CURS(C)	28.00
		SEMINAR(S)	14.00
3.4. Total ore de studiu pe semestru (număr ECTS*25 ore)	100.00		
3.5. Total ore studiu individual	58.00		
<i>Distribuția fondului de timp pentru studiu individual</i>			
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	15.00		
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	3.00		
Pregătire seminarii, laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	11.00		
Tutoriat	2.00		
Examinări	2.00		
Alte activități			

4. Precondiții

4.1. de curriculum	Marketing
4.2. de competențe	C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing

5. Condiții desfășurare activități

pentru CURS(C)	
pentru SEMINAR(S)	

6. Competențe specifice acumulate

-

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general	Dobândirea cunoștințelor de specialitate privind metodele și instrumentele de marketing utilizate în domeniul sportiv
7.2. Obiective specifice	• Familiarization to the particularities of marketing application in sport • Analysis of the special features of sport services and their implications in the marketing activity • Deepening the process of segmentation, targeting and positioning in the sports market • Applying the marketing mix to the sports market • The planning of a sporting event • The analysis of sponsorship as promotional tool in sports marketing

8. Conținuturi

8.1. CURS(C)	Metode de predare/ lucru	Recomandări
0		
Bibliografie -		
8.2. SEMINAR(S)	Metode de predare/ lucru	Recomandări
0		
Bibliografie -		

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

Disciplina „Dif” este corespunzătoare curriculei stabilite pentru acest program de licență, venind în continuarea disciplinei „Marketingul serviciilor” (anul III, sem I). Conținutul a fost stabilit prin identificarea nevoilor de pe piața forței de muncă (cluburi sportive, entități non-profit, precum și organisme ale statului responsabile în privința promovării sportului la nivelul societății), prin dialogul cu specialiștii în marketing sportiv, precum și cu titularii celorlalte discipline intercorelate (Marketing serviciilor, Comportamentul consumatorului, Practica de specialitate).

10. Evaluare

Activitatea	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere în nota finală
10.1. Evaluare finală	Cunoașterea conceptelor și teoriilor predate la curs și în bibliografia de specialitate	Examen scris	60.00

10.2. Modalitatea de notare	Note întregi 1-10
10.3. Standard minim de performanță	Obținerea a 50% din numărul total de puncte rezultat prin cumulara punctajelor aferente examenului și activității de seminar.

Data listării,
06/10/2026

Titulari,

Data avizării în departament,

Director departament,