

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 cultural								
2.2. Cod	28.0256IF3.2-07.3								
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	9.00		
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	11.00		
Pregătire seminarii, laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	9.00		
Tutoriat	2.00		
Examinări	2.00		
Alte activități			

4. Precondiții

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții desfășurare activități

pentru CURS(C)	Cursul se desfășoară în spațiile destinate acestui tip de activitate educațională dotate corespunzător cu tehnologie multimedia (proiector video și acces Internet). Accesul și participarea la cursuri sunt realizate în conformitate cu prevederile regulamentului de organizare a studiilor de licență.
pentru SEMINAR(S)	Seminarul se desfășoară în spațiile destinate acestui tip de activitate educațională dotate corespunzător. Accesul și participarea la cursuri sunt realizate în conformitate cu prevederile regulamentului de organizare a studiilor de licență.

6. Competențe specifice acumulate

-

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general	Disciplina_Dif urmărește familiarizarea studenților cu elementele conceptuale specifice marketingului cultural și dezvoltarea deprinderilor acestora de utilizare a instrumentelor sale specifice.
7.2. Obiective specifice	Definition of the concept of cultural marketing. Explanation of the content of the cultural heritage as an object of the cultural marketing. Explanation of the content of the cultural environment as a component of the marketing environment of the organization. Presentation and explanation of the cultural market's content, structure and characteristics. Definition of the concept of the cultural marketing mix and explanation of its operationalization. Illustration of the cultural marketing contribution to the sustainable development of the local communities.

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 "Marketing cultural" este oferită studenților Facultății de Marketing cu sprijinul unor organizații culturale sau din domenii de activitate conexe interesate în susținerea cu informații (sub forma studiilor de caz și a datelor de intrare pentru realizarea proiectelor și lucrărilor aplicative) și logistică (prin susținerea unor conferințe și prelegeri cu participarea specialiștilor în marketing cultural) ai acestora.

10. Evaluare

Activitatea	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere în nota finală
10.1. Evaluare finală	Însușirea cunoștințelor specifice transmise prin intermediul prelegerilor, conferințelor și prezentărilor realizate.	Examen scris (15 întrebări-grilă și 3 întrebări deschise).	50.00
10.2. Modalitatea de notare	Note întregi 1-10		
10.3. Standard minim de performanță	Studentul probează un grad de cunoaștere de cel puțin 50 % la examenul scris, participă la realizarea unui proiect de echipă cu un nivel de calitate reprezentând cel puțin 50 % din cel așteptat și realizează un proiect individual având un nivel calitativ reprezentând cel puțin 50 % din cel așteptat.		

Data listării,
06/10/2026

Titulari,

Data avizării în departament,

Director departament,