

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Științe ale Educației
Departamentul	Departamentul de Științe ale Educației
Domeniul de studii	Științe ale educației
Ciclul de studii	Master
Programul de studii/calificarea	Managementul instituțiilor educaționale

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	MARKETING EDUCAȚIONAL				
Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Constantin-Florin DOMUNCO				
Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Constantin-Florin DOMUNCO				
Anul de studiu	I	Semestrul	2	Tipul de evaluare	E
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	2	Curs	2	Seminar		Laborator		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	Curs	28	Seminar		Laborator		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	54
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	53
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	0
II d) Tutoriat	6
III Examinări	3
IV Alte activități (precizați):	6

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	113
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	150
Numărul de credite	6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	•
Competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> • Materiale bibliografice pentru curs în format electronic • Prezentarea cursurilor în format ppt/prezi (laptop+videoproiector) 		
Desfășurare aplicații	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 15%;">Seminar</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Materiale bibliografice pentru seminar în format electronic • Prezentarea temelor de seminar în format ppt/prezi (laptop+videoproiector) • Postarea de comentarii și lucrări online prin intermediul platformei educaționale Google Classroom </td> </tr> </table>	Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Materiale bibliografice pentru seminar în format electronic • Prezentarea temelor de seminar în format ppt/prezi (laptop+videoproiector) • Postarea de comentarii și lucrări online prin intermediul platformei educaționale Google Classroom
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Materiale bibliografice pentru seminar în format electronic • Prezentarea temelor de seminar în format ppt/prezi (laptop+videoproiector) • Postarea de comentarii și lucrări online prin intermediul platformei educaționale Google Classroom 		

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1.1 Dezvoltarea unui sistem conceptual specific managementului școlar și a unei viziuni generale și adaptabile asupra funcționării instituțiilor educaționale. C2.1 Prelucarea și utilizarea cunoștințelor psihopedagogice din domeniul managementului educațional în practica strategică. C4.2 Interpretarea conceptelor specifice managementului instituției educaționale în evaluarea și explicarea avantajelor și limitelor proiectării unor relații cu alte medii externe instituției. C5.1 Identificarea variabilelor individuale și instituționale care intervin în dezvoltarea carierei și în evoluția performanțelor instituționale.
Competențe transversale	CT2. Dezvoltarea și asumarea unor strategii de conducere și relaționare specifice rolurilor situate la diverse niveluri ierarhice din cadrul organizației școlare

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea principalelor aspecte legate de marketingul educațional și însușirea elementelor teoretico-metodologice aplicabile în proiectarea, implementarea și evaluarea strategiilor de marketing. O1. Dezvoltarea capacității de a analiza și de a opera cu concepte specifice marketingului educațional; O2. Dezvoltarea capacității de a găsi soluții optime în procesul de implementare a strategiilor de marketing școlar; O3. Aplicarea unor strategii de marketing specifice managementului modern în instituțiile de învățământ; O4. Însușirea competențelor necesare unui management școlar eficient; O5. Conștientizarea implicării elementelor teoretice și aplicative ale marketingului educațional în evoluția unităților de învățământ.
-----------------------------------	--

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Introducere în marketingul educațional 1.1 Marketing, marketing educațional – delimitări conceptuale 1.2 Comportamentul consumatorului de produse educaționale: atitudini, valori, credințe, tipare de gândire 1.3 Înțelegerea deciziei de cumpărare a unui produs educațional	2	Prelegerea, expunerea, conversația, brainstorming-ul, demonstrația, explicația, dezbateră, problematizarea	
2. Fundamentele cercetării de marketing 2.1 Definiție, etape, tipologii 2.2 Culegerea și analiza datelor 2.3 Instrumente de cercetare: chestionarul 2.4 Publicul țintă și eșantionarea 2.5 Formularea și testarea ipotezelor	6		
3. Procesul de marketing și poziționarea produselor educaționale 3.1 De ce este nevoie de poziționare? 3.2 Piață, segmente, nișe și indivizi 3.3 Strategii de diferențiere a produselor	2		
4. Fundamentele mixului de marketing 4.1 Produs, brand, ciclul de viață al produsului de marketing 4.2 Prețul și politica prețului 4.3 Canalele de marketing 4.4 Comunicarea de marketing: media, relații publice și publicitate	4		

<p>5. Planul de marketing educațional 5.1 Ce este planul de marketing? 5.2 Obiectivele și structura unui plan de marketing educațional 5.3 Componentele unui plan de marketing</p>	2		
<p>6. Strategia de marketing 6.1 Ce este strategia de marketing? 6.2 Obiective financiare și non-financiare 6.3 Atragerea de noi clienți vs. păstrarea vechilor clienți 6.4 Identificarea grupurilor țintă pentru serviciile educaționale</p>	4		
<p>7. Implementarea mixului de marketing 7.1 Definiția mix-ului de marketing: tactici pe termen scurt și tactici pe termen lung 7.2 Ciclul de viață al produselor educaționale 7.3 Strategia de branding educațional 7.4 Strategia de comunicare integrată a programelor educaționale</p>	4		
<p>8. Evaluarea strategiei de marketing 8.1 Evaluarea atingerii obiectivelor financiare 8.2 Evaluarea atingerii obiectivelor non-financiare: gradul de cunoaștere a produsului educațional 8.3 Evaluarea obiectivelor strategice 8.4 Evaluarea obiectivelor clienților</p>	4		
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Enache, R. (2013). <i>Marketing educațional</i>. Institutul European: Iași. • Kotler, Ph. (2003). <i>Managementul marketingului</i>. Teora: București. • Kotler, Ph., & Fox, K. (1985). <i>Strategic Marketing for Educational Institutions</i>. Englewood Cliffs Prentice Hall: New York. • Tecău, A.S. (2013). <i>Comportamentul consumatorului</i>. Editura Universitară: București. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Enache, R. (2013). <i>Marketing educațional</i>. Institutul European: Iași. • Kotler, Ph. (2003). <i>Managementul marketingului</i>. Teora: București. • Tecău, A.S. (2013). <i>Comportamentul consumatorului</i>. Editura Universitară: București. 			

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

- În stabilirea conținuturilor disciplinei s-au avut în vedere programele analitice similare existente în mediul academic și a particularităților masteratului Managementul instituțiilor educaționale.

2. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> • Inșușirea conținutului teoretic conceptual al disciplinei predate; • Capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, metodelor și procedeelelor specifice disciplinei. 	1. Elaborarea unui plan de marketing educațional pentru o instituție școlară / program de studiu / tabără școlară etc.	100%

Standard minim de performanță



Standarde minime pentru nota 5:

- capacitatea de a opera minimal în sfera teoretică a marketingului educațional;
- capacitatea de a aplica informațiile specifice marketingului educațional în situații concrete;
- demonstrarea unui fond atitudinal coerent cu valorile promovate de un management adaptat nevoilor educaționale contemporane;

Programa analitică / Fișa disciplinei Marketing educațional, MIE an I, 2020-2021

Standarde minime pentru nota 10:

- capacitatea de a nuanța în funcție de context valențele multiple ale marketingului educațional contemporan;
- operaționalizarea tehnicilor de gestionare a instituțiilor educaționale în perspectiva unui marketing educațional eficient;
- demonstrarea unor resurse atitudinale de valorizare a marketingului educațional în contextul educațional contemporan.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de aplicație
28.09.2020		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament conf. univ. dr. Otilia GLIPA
1.10.2020	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului conf. univ. dr. Adina Aurora COLOMEISCHI
01/10/2020	