

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „BABEȘ-BOLYAI”
1.2 Facultatea	Facultatea de Educație Fizică și Sport
1.3 Departamentul	Kinetoterapie și Discipline Teoretice
1.4 Domeniul de studii	Educație fizică și sportivă
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Managementul Organizațiilor și Activităților Sportive/ manager sportiv

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN ORGANIZAȚII SPORTIVE						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. APOSTU PAULA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. APOSTU PAULA						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DA

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					49
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					45
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități: .....					
3.7 Total ore studiu individual	108				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Masteranzii nu vor perturba desfășurarea cursului prin discuții care nu au legătură cu tema cursului sau prin utilizarea de dispozitive electronice. Atât interacțiunea interpersonală, cât și utilizarea dispozitivelor mobile sunt permise doar ca parte a interacțiunii aferente cursului, în măsura în care li se solicită acest lucru. Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la orele de curs. Masteranzii vor respecta regulile de disciplina.
5.2 De desfășurare a seminarului	Participarea activă la seminarii; parcurgerea programei și referințelor, în vederea dialogului cu profesorul la susținerea lucrării, pe tema dată

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a îndeplini atribuțiile de manager la diferite niveluri ale unei organizații</li> <li>• Capacitatea de a aplica creativ metodele și tehnicile de cercetare specifice științei sportului și științei managementului.</li> <li>• Capacitatea de a conduce grupuri de lucru și de a comunica eficient în contexte dintre cele mai diverse.</li> <li>• Capacitatea de a acționa independent și creativ în abordarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stările critice, de a rezolva inteligent problemele și de a prezenta, în mod ilustrativ, rezultatele obținute.</li> <li>• Capacitatea de a înțelege și de a respecta imperativele de legalitate, deontologie și eficiență ale profesiei.</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de proiectare, elaborare și implementare a strategiilor economice și manageriale pentru rentabilizarea organizațiilor sportive.</li> <li>• Abilitatea de a lucra în echipă, de a antrena și motiva angajații și de a gestiona conflictele la nivel organizațional.</li> <li>• Capacitatea de a conduce: unități școlare, structuri ale administrației publice de specialitate centralizate și deconcentrate, structuri și baze sportive.</li> <li>• Formarea profilului etic și profesional al viitorilor specialiști în domeniul managementului organizațiilor școlare și sportive.</li> <li>• Capacitatea de a elabora proiecte și de a atrage surse de finanțare.</li> <li>• Capacitatea de a fi consultant în managementul organizațiilor, activităților, evenimentelor și competițiilor sportive.</li> <li>• Conceperea, proiectarea și conducerea activităților de educație fizică și sport, în condițiile în care absolventul are studii de specialitate la nivel licență.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea conceptelor de management, respectiv marketing în activitatea organizației sportive în general, științe care stau la baza dezvoltării economiei și care oferă strategii și tehnici de comunicare, de conducere, de promovare eficientă și compatibile cu dinamica mediului social economic. Cele două discipline care prin esența lor sunt atât artă cât și știință permit masterandului o analiză mai profundă a mediului, formarea unei viziuni fundamentate științific.</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dobândirea de cunoștințe tehnice și practice în domeniul managementului și marketingului organizației sportive, cunoștințe care stau la baza eficientizării activității.</li> <li>▪ Utilizarea elementelor de management specifice domeniului;</li> <li>▪ Aplicarea tehnicilor manageriale în cadrul unităților sportive;</li> <li>▪ Înțelegerea pieței produselor și serviciilor în marketingul sportiv;</li> <li>▪ Utilizarea formelor de promovare a produselor și serviciilor marketingului sportiv.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Managementul firmei – considerații generale.	Curs interactiv	2 ore
2. Procesul de management.	Curs interactiv	2 ore
3. Relațiile și principiile de management.	Curs interactiv	2 ore
4. Funcțiile managementului organizațiilor sportive	Curs interactiv	4 ore
5. Strategia și politica organizației sportive.	Curs interactiv	2 ore
6. Procesul strategic în firma/organizația sportivă.	Curs interactiv	2 ore
7. Marketingul în activitatea sportivă.	Curs interactiv	2 ore
8. Funcțiile marketingului în organizația sportivă.	Curs interactiv	2 ore
9. Mixul de marketing în sport.	Curs interactiv	2 ore
10. Decizia de cumpărare în cadrul firmei sportive.	Curs interactiv	2 ore
11. Auditul de marketing în firmele sportive.	Curs interactiv	2 ore
12. Planificarea de marketing în cadrul firmei sportive.	Curs interactiv	2 ore
13. Sponsorizarea în activitatea sportivă.	Curs interactiv	2 ore
		<b>Total: 28 ore</b>

### Bibliografie

1. APOSTU P., - (2015) - Concepte specifice managementului și marketingului în organizațiile sportive, Editura Napoca Star, Cluj-Napoca
2. BALAURE, V. – (2002) – Marketing, ediția a II-a revăzută și adăugită, edit. Uranus, București;
3. BOUCHERIN, B. – (2001) – What kind of sports management should be carried out by volunteers and professionals from associations, seminar. Challenges for sport in the european city, Consiliul European – CDDS, Paris;
4. BURDUȘ, E. – (2004) – Management comparat internațional ediția a II-a, edit. Economică, București;
5. GHERASIM, T., GHERASIM, A. – (2003) – Cercetări de marketing, edit. Economică, București;
6. LAZĂR, I., VEREȘ, V., MORTAN, M., LAZĂR, S.P. – (2004) – Management general, edit. Risoprint, Cluj-Napoca;
7. MIHĂILESCU, N. – (2006) – Management – Marketing – Legislație în activitatea sportivă, edit. Universității din Pitești;
8. MULLIN, B.J. – (1999) – Mix – Marketing, edit. CCPS, București;
9. OPRIȘAN, V. – (2001) – Marketing și comunicare în sport, edit. Uranus, București;
10. VOICU, A.V. – (2010) – Elemente de Legislație, Management și Marketing în legătură cu organizațiile sportive și activitățile acestora, Suport de curs, FEFS Cluj-Napoca;
11. VOICU, A.V. – (1998) – Managementul organizațiilor și activităților sportive, edit. Risoprint, Cluj-Napoca;
12. VOICU, S.F. – (2002) – Managementul sportului, edit. Mirton, Timișoara.

8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
<b>1. Managementul - artă sau știință?</b>	Prezentare de referate, participare activă, discuții tematice	2 ore
<b>2. Eficiența conducerii manageriale în firma sportivă.</b>	Prezentare de referate, participare activă, discuții tematice	2 ore
<b>3. Modele de management din cadrul organizațiilor sportive performante – studiu de caz</b>	Prezentare de referate, participare activă, discuții tematice	4 ore
<b>4. Necesitatea marketingului sportiv – studiu de caz</b>	Prezentare de referate, participare activă, discuții tematice	2 ore
<b>5. Strategii de marketing în organizațiile sportive – studiu de caz</b>	Prezentare de referate, participare activă, discuții tematice	4 ore
		<b>TOTAL: 14 ore</b>

#### Bibliografie

1. APOSTU, P., - (2015) - Concepte specifice managementului și marketingului în organizațiile sportive, Editura Napoca Star, Cluj-Napoca
2. BALAURE, V. – (2002) – Marketing, ediția a II-a revăzută și adăugită, edit. Uranus, București;
3. BOUCHERIN, B. – (2001) – What kind of sports management should be carried out by volunteers and professionals from associations, seminar. Challenges for sport in the european city, Consiliul Europei – CDDS, Paris;
4. BURDUȘ, E. – (2004) – Management comparat internațional ediția a II-a, edit. Economică, București;
5. GHERASIM, T., GHERASIM, A. – (2003) – Cercetări de marketing, edit. Economică, București;
6. LAZĂR, I., VEREȘ, V., MORTAN, M., LAZĂR, S.P. – (2004) – Management general, edit. Risoprint, Cluj-Napoca;
7. MIHĂILESCU, N. – (2006) – Management – Marketing – Legislație în activitatea sportivă, edit. Universității din Pitești;
8. MULLIN, B.J. – (1999) – Mix – Marketing, edit. CCPS, București;
9. OPRIȘAN, V. – (2001) – Marketing și comunicare în sport, edit. Uranus, București;
10. VOICU, A.V. – (2010) – Elemente de Legislație, Management și Marketing în legătură cu organizațiile sportive și activitățile acestora, Suport de curs, FEFS Cluj-Napoca;
11. VOICU, A.V. – (1998) – Managementul organizațiilor și activității sportive, edit. Risoprint, Cluj-Napoca;
12. VOICU, S.F. – (2002) – Managementul sportului, edit. Mirton, Timișoara.

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

Conținutul disciplinei este coroborat cu așteptările reprezentanților comunității, a asociațiilor profesionale și angajatorilor.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Însușirea, cunoașterea și explicarea noțiunilor specifice managementului și marketingului în organizațiile sportive	Examen scris care va consta într-un test alcătuit din întrebări grilă.	40 %
10.5 Seminar	Prezentarea, argumentarea și evaluarea unui referat stabilit de cadrul didactic.	Evaluare practică	50 %
10.6 Seminar	Activitatea în cadrul seminariilor	Evaluare practică	10 %
10.7 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitatea de a elabora și proiecta programe specifice domeniului managementului și marketingului organizațiilor sportive prin utilizarea adecvată a strategiilor didactice moderne corespunzător situațiilor variate întâlnite în activitatea profesională.</li><li>• Accesul în examenul scris este condiționat de obținerea notei 5 (cinci) la activitatea din cadrul seminarelor; Nota la evaluarea practică reprezintă 60% din nota finală</li><li>• Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci);</li><li>• Notele acordate sunt între 1(unu) și 10(zece);</li><li>• Studenții trebuie să abordeze fiecare problemă (întrebare, aplicație practică) din cadrul subiectului de examen;</li><li>• Examenul este scris pe platforma Schoology și durează 60 minute</li></ul>			

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Conf. univ. dr. APOSTU PAULA

Conf. univ. dr. APOSTU PAULA

Semnătura coordonatorului de Master

Conf. dr. Boros-Balint Iuliana