

FIȘA DISCIPLINEI

MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN ORGANIZAȚII SPORTIVE Anul universitar 2025-2026

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	Știința Sportului și Educației Fizice
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studiu/ Calificarea	Managementul Organizațiilor și Activităților Sportive/ Profesor în învățământul liceal, postliceal
1.7. Forma de învățământ	ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN ORGANIZAȚII SPORTIVE	Codul disciplinei	YMR3025
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	1
2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	OB

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 pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					49
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					41
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				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 disciplină.
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. Studenții vor respecta regulile de disciplină, nu va fi acceptată întârzierea la seminarii; studenții au obligația susținerii unui proiect pe o tematică impusă; proiectele se vor susține în cadrul seminarelor conform programării stabilite. La susținerea proiectului, prezența este obligatorie; absența atrăgând pierderea dreptului de a alege o altă temă.

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	• Capacitatea de a organiza, coordona și de a implementa activități sportive și de agrement; -Absolventul este capabil să utilizeze concepte, principii și abordări avansate privind managementul sportului și dezvoltarea competenței organizaționale; -Absolventul are capacitatea de a conduce, de a coordona și de a administra organizații și activități sportive și de agrement; -Absolventul este capabil să gestioneze într-un mod eficient și competitiv organizațiile sportive și de agrement. • Capacitatea de a acționa independent și creativ în abordarea și soluționarea problemelor specifice domeniului; -Absolventul are calități de lider la nivel organizațional. • Capacitatea de a evalua obiectiv și constructiv stările critice, de a rezolva eficient problemele și de a prezenta rezultatele obținute; -Absolventul are capacitatea de a conduce și de a lucra în echipă, de a-și mobiliza și de a-și motiva angajații, precum și de a gestiona conflictele la nivel organizațional; • Capacitatea de a utiliza în mod adecvat strategiile specifice managementului organizațiilor și al activităților sportive în scopul dezvoltării cognitive și socioeconomice; -Absolventul are competențe de comunicare, putând astfel dezvolta relații și parteneriate socioeconomice și educaționale. • Capacitatea de adaptare la medii concurențiale aflate în continuă schimbare; -Absolventul este capabil să identifice oportunitățile de afaceri și să atragă resurse financiare; -Absolventul este în măsură să elaboreze strategii de afaceri și planuri de investiții în domeniul sportului și al agrementului fie pentru firme nou înființate, fie pentru dezvoltarea afacerilor deja existente; -Absolventul își folosește competențele digitale în elaborarea materialelor de specialitate. • Capacitatea de a aplica în mod creativ metodele și tehnicile de cercetare specifice științei sportului și managementului; -Absolventul dezvoltă competențe în domeniul cercetării științifice, fapt care îi permite continuarea perfecționării profesionale în cadrul studiilor de doctorat.
-------------------------	--

Competențe transversale	• Capacitatea de a înțelege și de a respecta imperativele de legalitate, etică și deontologie ale profesiei; - Absolventul este capabil să aplice un raționament strategic și etic în cadrul activităților și al organizațiilor sportive și de agrement. • Capacitatea de proiectare, elaborare și de implementare a strategiilor economice și manageriale pentru rentabilizarea organizațiilor sportive; - Absolventul este capabil să organizeze și să coordoneze evenimente și competiții sportive, precum și activități de agrement. • Capacitatea de a gândi critic și constructiv pentru rezolvarea problemelor într-un mod creativ și inovator; - Absolventul este capabil să elaboreze și să coordoneze acțiunile prevăzute în planurile de marketing și de promovare. • Capacitatea de a coopera eficient în echipe de lucru profesionale interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul Managementului sportiv și al Educației fizice și sportului; - Absolventul demonstrează capacitatea de a munci în echipe de lucru, profesionale și interdisciplinare, în vederea implementării eficiente a unor programe și a unor strategii manageriale; - Absolventul este în măsură să coordoneze activități de management de proiect, folosindu-se de capacitatea de decizie și de gândire critică și inovatoare, precum și de munca în echipă, de calitățile de lider și de competențele digitale. • Capacitatea de a conștientiza nevoile de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale și personale; - Absolventul are capacitatea de a selecta și de a utiliza propriile surse și resurse de învățare; - Absolventul utilizează strategii, metode și tehnici eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării personale și profesionale, precum și a planificării activităților instructiv-educative.
-------------------------	---

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul cunoaște: - conceptele specifice de management aplicate în organizațiile sportive - funcțiile managementului: planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activităților - procesele, relațiile și principiile de management - procesul de elaborare și implementare a strategiilor și politicilor organizației sportive - influența practicilor de management eficient asupra succesului organizațiilor sportive, evaluând rolul liderilor și resurselor în performanța organizațiilor sportive. - procesul privind organizarea activităților de marketing în cadrul organizației sportive
Aptitudini	Studentul este capabil să: - utilizeze concepte, principii și abordări avansate privind managementul sportului și dezvoltarea competenței organizaționale - să gestioneze într-un mod eficient și competitiv organizațiile sportive - să aplice un raționament strategic și etic în cadrul activităților și al organizațiilor sportive - să identifice oportunitățile de afaceri și să atragă resurse financiare - să elaboreze și să coordoneze acțiunile prevăzute în planurile de marketing și de promovare
Responsabilități și autonomie	Promovarea unor practici etice și transparente în managementul sportiv: Absolvenții vor promova principii etice în gestionarea organizațiilor sportive, asigurând transparența și corectitudinea în relațiile cu sportivii, partenerii și publicul. Asumarea rolului de lider în organizarea de activități sportive: Vor asuma responsabilitatea pentru coordonarea activităților de management de proiect, folosindu-se de capacitatea de decizie și de gândire critică și inovatoare, precum și de munca în echipă, de calitățile de lider și de competențele digitale Îmbunătățirea continuă a competențelor de management și marketing: absolvenții au capacitatea de a selecta și de a utiliza propriile surse și resurse de învățare; Absolvenții utilizează strategii, metode și tehnici eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării personale și profesionale, precum și a planificării activităților instructiv-educative.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	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.
7.2 Obiectivele specifice	- Dobândirea de cunoștințe tehnice și practice în domeniul managementului și marketingului organizației sportive, cunoștințe care stau la baza eficientizării activității. - Utilizarea elementelor de management specifice domeniului; - Aplicarea tehnicilor manageriale în cadrul unităților sportive; - Înțelegerea pieței produselor și serviciilor în marketingul sportiv; - Utilizarea formelor de promovare a produselor și serviciilor marketingului sportiv.

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
		Total: 28 ore

Bibliografie

- APOSTU P., - (2015) - Concepte specifice managementului și marketingului în organizațiile sportive, Editura Napoca Star, Cluj-Napoca
- 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.

8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
1. Întocmirea și prezentarea unor proiecte pe o tematică impusă	Prezentare de referate, participare activă, discuții tematice	14 ore
		TOTAL: 14 ore

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. Disciplina este mereu înnoită cu ultimele noutăți din domeniu: noi standarde și noi practici privind managementul și marketingul organizațiilor sportive.

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.	100 %
10.5 Seminar	Prezentarea, argumentarea și evaluarea unui referat stabilit de cadrul didactic. Activitatea în cadrul seminariilor	Notare curentă Calificativ Admis/Respins	
10.6 Standard minim de performanță			
• Accesul în examenul scris este condiționat susținerea unui proiect în cadrul seminariilor și obținerea calificativului ADMIS • Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5(cinci); • Notele acordate sunt între 1(unu) și 10(zece); • Examenul este scris pe platforma Testportal și durează 60 minute; abaterile de la regulile de desfășurare ale examenului se sancționează conform Art. 24 (5) (6) din REGULAMENTUL privind activitatea profesională a studenților din Universitatea Babeș-Bolyai în baza Sistemului european de credite transferabile (ECTS) • 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.			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă					
						

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

04.04.2025

Conf. dr. Apostu Paula

Conf. dr. Apostu Paula

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

24.04.2025

Prof univ. Dr. Ciocoi Pop Dumitru Rare