



UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRONOMICE
ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ DIN BUCUREȘTI



FACULTATEA DE MANAGEMENT, INGINERIE ECONOMICĂ ÎN AGRICULTURĂ ȘI DEZVOLTARE RURALĂ

Departamentul: Management și Marketing

Asistent, poziția 43

DISCIPLINELE:

- 1. Analiza tehnico economica**
- 2. Gestiunea si analiza tehnico economica a unitatilor de alimentatie publica**
- 3. Marketing**
- 4. Agromarketing**

ATRIBUTIILE/ACTIVITATILE AFERENTE

Activitățile care fac obiectul normei didactice sunt următoarele: 1. predarea aplicațiilor practice de **Analiza tehnico economica**, conform planului de învățământ; 2. predarea aplicațiilor practice de **Gestiune si analiza tehnico economica a unitatilor de alimentatie publica**, conform planului de învățământ; 3. predarea aplicațiilor practice de **Marketing**, conform planului de învățământ; 4. predarea aplicațiilor practice de **Agromarketing**, conform planului de învățământ; 5. documentarea științifică și elaborarea resurselor de învățare în vederea utilizării acestora pentru predare; 6. documentarea științifică și elaborarea de studii, documentații etc., în vederea publicării și utilizării de către studenți; 7. îndrumarea științifică a studenților pentru elaborarea de lucrări individuale sau în echipă pe durata studiilor și îndrumarea lucrărilor de licență; 8. asigurarea consultațiilor pentru studenți în vederea îndrumării învățării; 9. identificarea nevoilor personale de formare și formarea continuă; 10. elaborarea și publicarea de lucrări științifice, de studii, proiecte etc.; 11. dezvoltarea de mijloace și proceduri pentru asigurarea și evaluarea calității lucrărilor aplicative și de cercetare; 12. dezvoltarea materialului didactic și a bazei materiale aferente activităților de învățământ și cercetare (aparatură, echipamente, săli de curs, laboratoare didactice etc.). **Norma didactică:** 1. Analiza tehnico economica, IEA III Călărași /2 ore convenționale, IEA III București/4 ore convenționale; 2. Gestiune si analiza tehnico economica a unitatilor de alimentatie publica IMAPA III/4 ore convenționale; 3. Marketing, Horti III/2 ore convenționale, ZOO IV/2 ore convenționale; 4. Agromarketing, IEA III/2 ore convenționale; **Total normă didactică:** 16 ore conv. Total volum activități aferente postului: 1696 ore.

TEMATICĂ ȘI BIBLIOGRAFIE

ANALIZA TEHNICO-ECONOMICĂ, GESTIUNEA SI ANALIZA TEHNICO ECONOMICA A UNITATILOR DE ALIMENTATIE PUBLICA

Tematica:

1. Metode generale utilizate în analiza tehnico-economică;
2. Metode specifice analizei tehnico-economice: diviziunea, gruparea, comparația, substituirea, corelația;
3. Analiza cheltuielilor la nivelul unei unități;
4. Analiza cifrei de afaceri la nivelul unei unități;
5. Analiza rentabilității la nivelul unei unități.

Bibliografie

1. Ciobănașu Marilena - 2011, Analiza economico-financiara. Editura Universitara, București
2. Oancea Margareta – 2007, Managementul, gestiunea economică și strategia unităților agricole, Ed. Ceres, București
3. Robu V., Anghel I. Șerban Claudia Elena- 2014, Analiza economico-financiară a firmei. Editura Economică, București
4. Tindeche Cristiana – 2015, Analiza tehnico-economică a unităților de alimentație publică și agroturism - îndrumar pentru lucrari practice. Editura CERES, București
5. Tindeche Cristiana – 2013, Gestiunea și analiza tehnico-economică a unităților de alimentație publică și agroturism. Editura CERES, București

MARKETING Si AGROMARKETING

Tematica:

1. Conceptul de marketing
2. Mediul extern al firmei agricole și agroalimentare
3. Piața, cererea de consum și oferta de produse agricole
4. Ciclul de viață al produselor agricole și agroalimentare
5. Chestionarul de interviu
6. Prețul - componentă de bază a mixului de marketing
7. Conținutul, rolul și funcțiile distribuției produselor agricole și agroalimentare
8. Tehnici promoționale
9. Mixul promoțional al firmei
10. Calitatea și competitivitatea pe piață a produselor agricole
11. Ecomarketingul în agricultură.

Bibliografie

1. Constantin M., Frone F., Chihaia Anișoara – Marketing – Probleme și studii de piață, U.S.A.M.V.B. , Facultatea de Zootehnie, A.M.C., 2005.
2. Constantin M.- Marketingul producției agroalimentare – Tratat, Ed. AgroTehnica, Bucuresti, 2009
3. Chiran A. – coordonator – MARKETING AGROALIMENTAR – teorie și practică, Ed. Orizonturi, București, 2002.
4. Frone Florin, Constantin Marian, Marketing, Editura Ceres, 2010
5. Funar S, Marketing agroalimentar, Editura Digitaldata, Cluj Napoca, 1998
6. Gîndu E, Marcheting-organizare, strategii, decizii, comportamentul consumatorilor, Editura Tehnopress, Iași, 2006
7. Philip Kotler – Principiile marketingului, Ed. Teora, 2008.

