



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Marketing antreprenorial**  
Anul universitar 2026-2027

**1. Date despre program**

|                                        |                                    |
|----------------------------------------|------------------------------------|
| 1.1. Instituția de învățământ superior | Universitatea Babeș-Bolyai         |
| 1.2. Facultatea                        | Business                           |
| 1.3. Departamentul                     | Servicii de Ospitalitate           |
| 1.4. Domeniul de studii                | Administrarea Afacerilor           |
| 1.5. Ciclu de studii                   | Master                             |
| 1.6. Programul de studii / Calificarea | Antreprenariat și inovare / Master |
| 1.7. Forma de învățământ               | Învățământ cu frecvență (IF)       |

**2. Date despre disciplină**

|                                         |                                      |                        |                                 |                        |                |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|---------------------------------|------------------------|----------------|
| 2.1. Denumirea disciplinei              | <b>Marketing antreprenorial</b>      |                        |                                 | Codul disciplinei      | <b>IMR0088</b> |
| 2.2. Titularul activităților de curs    | Prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma   |                        |                                 |                        |                |
| 2.3. Titularul activităților de seminar | C Prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma |                        |                                 |                        |                |
| 2.4. Anul de studiu                     | I                                    | 2.5. Semestrul         | I                               | 2.6. Tipul de evaluare | Examen         |
| 2.7. Regimul disciplinei                | Obligativu                           | 2.8. Tipul disciplinei | Disciplină de specializare (DS) |                        |                |

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

|                                                                                                        |    |                     |    |                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------|----|----------------------------------|------------|
| 3.1. Număr de ore pe săptămână                                                                         | 4  | din care: 3.2. curs | 2  | 3.3. seminar/ laborator/ proiect | 2          |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ                                                                | 56 | din care: 3.5. curs | 28 | 3.6 seminar/laborator            | 28         |
| <b>Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b> |    |                     |    |                                  | <b>ore</b> |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)                                       |    |                     |    |                                  | 20         |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren         |    |                     |    |                                  | 40         |
| Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri                        |    |                     |    |                                  | 20         |
| Tutoriat (consiliere profesională)                                                                     |    |                     |    |                                  | 2          |
| Examinări                                                                                              |    |                     |    |                                  | 2          |
| Alte activități                                                                                        |    |                     |    |                                  | 10         |
| <b>3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b>                       |    |                     |    | <b>94</b>                        |            |
| <b>3.8. Total ore pe semestru</b>                                                                      |    |                     |    | <b>150</b>                       |            |
| <b>3.9. Numărul de credite</b>                                                                         |    |                     |    | <b>6</b>                         |            |

**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                   | Sală dotată cu calculator și videoproiector.<br>• Studenții se vor prezenta la prelegeri și lucrările practice cu telefoanele mobile închise.<br>• Studenții trebuie să-și aducă contribuția la desfășurarea cursului prin scurte intervenții sau întrebări concrete. De asemenea trebuie să parcurgă materialele indicate de cadrul didactic. |
| 5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului | Sală dotată cu calculator și videoproiector.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Termenele de predare ale proiectelor vor fi anunțate de cadrul didactic în primele 2 întâlniri. Nu se acceptă proiecte după termenul stabilit. Utilizarea instrumentelor bazate pe inteligență artificială (ex. ChatGPT, Copilot, Gemini, MidJourney etc.) pentru realizarea proiectelor, temelor sau oricăror alte produse academice evaluate în cadrul disciplinei NU este permisă.<br><b>Este obligatorie prezența la 90% dintre orele de laborator. Studenții care nu respectă această cerință nu se vor putea prezenta la examen.</b> |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 6.1. Competențele dobândite în urma absolvirii programului de studii

| Competențe profesionale |                                                                   |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Codul competenței       | Competență                                                        |
| CP19                    | Analizează contextul unei organizații                             |
| CP25                    | Elaborează strategiile societății                                 |
| CP26                    | Gestionează cunoștințele în domeniul afacerilor                   |
| CP27                    | În luarea deciziilor bazate pe date                               |
| CP28                    | Identifică indicatori-cheie de performanță                        |
| CP29                    | Identifică nevoi organizaționale nedetectate                      |
| CP32                    | Interpretează informațiile comerciale                             |
| CP37                    | Realizează analize de date                                        |
| CP38                    | Îmbunătățește procesele de afaceri                                |
| CP41                    | În luarea deciziilor comerciale strategice                        |
| CP42                    | Identifică furnizori                                              |
| CP43                    | Monitorizează comportamentul consumatorilor                       |
| CP44                    | Recomandă îmbunătățiri ale produselor                             |
| CP45                    | Se menține la curent cu inovațiile din diverse domenii comerciale |
| Competențe transversale |                                                                   |
| Codul competenței       | Competență                                                        |
| CT1                     | În luarea inițiativei                                             |
| CT3                     | Își asumă responsabilitatea                                       |
| CT6                     | Gândește analitic                                                 |
| CT7                     | Munceste în echipă                                                |
| CT8                     | Gândește critic                                                   |

### 6.2. Rezultatele învățării specifice programului de studii

| Rezultatele învățării vizate prin disciplină                              |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Codul competenței                                                         | Cunoștințe și înțelegere<br>(Knowledge and understanding)                                                                                                                           | Abilități academice specifice<br>(Specific academic skills)                                                                                                                                                                      |
| CP19<br>CP25-29<br>CP32<br>CP37<br>CP38<br>CP41-45<br>CT1<br>CT3<br>CT6-8 | Studentul/absolventul explică conceptele, strategiile și instrumentele de marketing, vânzări și cercetare de piață. Interpretează comportamentul consumatorului și dinamica pieței. | Studentul/absolventul aplică și analizează metode de cercetare de piață și strategii de marketing pentru poziționarea produselor și serviciilor. Elaborează strategii de produs și vânzări bazate pe date și nevoile clienților. |

### 7. Rezultatele învățării specifice disciplinei

| Cunoștințe și înțelegere (Knowledge and understanding)                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Studentul/Absolventul explică principiile marketingului antreprenorial și relația acestuia cu inițiativele antreprenoriale. |

|                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. Studentul/Absolventul descrie ecosistemul antreprenorial, procesul decizional al clientului și mecanismele de creare a valorii. |
| 3. Studentul/Absolventul diferențiază strategiile de segmentare, țintire, diferențiere, poziționare și branding.                   |
| 4. Studentul/Absolventul explică strategiile mixului de marketing și procesele de evaluare și control.                             |
| <b>Abilități academice specifice (Specific academic skills)</b>                                                                    |
| 1. Studentul/Absolventul analizează procesul decizional al clientului, structura DMU și dimensiunea pieței.                        |
| 2. Studentul/Absolventul selectează piața-țintă și elaborează profilul clientului potențial.                                       |
| 3. Studentul/Absolventul formulează propunerea de valoare și strategiile de poziționare și diferențiere.                           |
| 4. Studentul/Absolventul proiectează și evaluează mixul de marketing al unei inițiative antreprenoriale.                           |

## 8. Conținuturi

| 8.1 Curs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Metode de predare - învățare                                              | Observații |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| Ce este marketingul antreprenorial?<br>Implicațiile antreprenoriatului asupra funcției de marketing. Implicațiile funcției de marketing asupra inițiativelor antreprenoriale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Prelegere interactivă, utilizarea materialelor multimedia, exemplificarea | 2 curs     |
| Ecosistemul de marketing antreprenorial<br>Crearea valorii în context antreprenorial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Prelegere interactivă, utilizarea materialelor multimedia, exemplificarea | 1 curs     |
| Procesul decizional al clientului (etape, determinarea Customer's Decision-Making Unit – DMU, calcularea mărimii pieței totale)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Prelegere interactivă, utilizarea materialelor multimedia, exemplificarea | 1 curs     |
| Strategii de segmentare a pieței<br>Strategii de alegere a pieței țintă (identificarea mărimii pieței țintă, crearea profilului clientului potențial)<br>Crearea propunerii de valoare în context antreprenorial<br>Strategii de diferențiere<br>Strategii de poziționare<br>Strategii de brand                                                                                                                                                                                                                                                                  | Prelegere interactivă, utilizarea materialelor multimedia, exemplificarea | 4 curs     |
| Strategii de produs (nivelurile ofertei, CVP, strategii)<br>Strategii de preț<br>Strategii de distribuție<br>Strategii de promovare<br>Strategii legate de mixul extins de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Prelegere interactivă, utilizarea materialelor multimedia, exemplificarea | 5 curs     |
| Evaluarea și controlul activității de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Prelegere interactivă, utilizarea materialelor multimedia, exemplificarea | 1 curs     |
| <b>Bibliografie</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                           |            |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aulet, B., Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup, Expanded &amp; Updated. John Wiley &amp; Sons, 2024.</li> <li>2. Cacciolatti, L., Lee, S.H., Entrepreneurial Marketing for SMEs, Palgrave Macmillan, 2015.</li> <li>3. Crane, F.G., Marketing for Entrepreneurs: Concepts and Applications for New Ventures, 3rd Edition, SAGE Publications, Inc, 2021.</li> <li>4. Goldstein, B., Entrepreneurial Marketing: A Blueprint for Customer Engagement, SAGE Publications, Inc, 2020.</li> </ol> |                                                                           |            |

| 5. Kotler, P., Kartajaya, H., Huan, H.D., Mussry, J., Entrepreneurial marketing: beyond professionalism to creativity, leadership, and sustainability, First edition, Hoboken, NJ: Wiley, 2023.<br>6. Lodish, L., Morgan, H., Archambeau, S., Babin, J., Marketing that Works: How Entrepreneurial Marketing Can Add Sustainable Value to Any Sized Company, Second Edition, Pearson Education, 2016.<br>7. Nijssen, E.J., Entrepreneurial Marketing: An Effectual Approach, 2nd edition, Routledge, 2017.<br>8. Nijssen, E.J., Entrepreneurial Marketing: How to Develop Customer Demand, 3rd Edition, Routledge, 2021.<br>9. Poniewaz, S., Marketing Strategy Ultimate Planning Guide for Entrepreneurs & Small Business Owners, The Pony Group LLC, 2020.1.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------|
| 8.2 Seminar / laborator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Metode de predare - învățare               | Observații |
| Laborator organizatoric. Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Prezentare orală, multimedia exemplificare | 1 seminar  |
| Ecosistemul de marketing antreprenorial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Studii de caz, Aplicații                   | 1 seminar  |
| Procesul decizional al clientului                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Studii de caz, Aplicații                   | 1 seminar  |
| Strategii de segmentare a pieței. Strategii de alegere a pieței țintă<br>Crearea propunerii de valoare în context antreprenorial<br>Strategii de diferențere<br>Strategii de poziționare<br>Strategii de brand                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Studii de caz, Aplicații                   | 1 seminar  |
| Strategii de produs. Strategii de preț. Strategii de distribuție. Strategii de promovare. Strategii legate de mixul extins de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Studii de caz, Aplicații                   | 2 seminare |
| Evaluarea și controlul activității de marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Studii de caz, Aplicații                   | 1 seminar  |
| Bibliografie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                            |            |
| 1. Aulet, B., Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup, Expanded & Updated. John Wiley & Sons, 2024.<br>2. Cacciolatti, L., Lee, S.H., Entrepreneurial Marketing for SMEs, Palgrave Macmillan, 2015.<br>3. Crane, F.G., Marketing for Entrepreneurs: Concepts and Applications for New Ventures, 3rd Edition, SAGE Publications, Inc, 2021.<br>4. Goldstein, B., Entrepreneurial Marketing: A Blueprint for Customer Engagement, SAGE Publications, Inc, 2020.<br>5. Kotler, P., Kartajaya, H., Huan, H.D., Mussry, J., Entrepreneurial marketing: beyond professionalism to creativity, leadership, and sustainability, First edition, Hoboken, NJ: Wiley, 2023.<br>6. Lodish, L., Morgan, H., Archambeau, S., Babin, J., Marketing that Works: How Entrepreneurial Marketing Can Add Sustainable Value to Any Sized Company, Second Edition, Pearson Education, 2016.<br>7. Nijssen, E.J., Entrepreneurial Marketing: An Effectual Approach, 2nd edition, Routledge, 2017.<br>8. Nijssen, E.J., Entrepreneurial Marketing: How to Develop Customer Demand, 3rd Edition, Routledge, 2021.<br>9. Poniewaz, S., Marketing Strategy Ultimate Planning Guide for Entrepreneurs & Small Business Owners, The Pony Group LLC, 2020. |                                            |            |

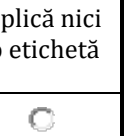
## 9. Evaluare

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe. Componentele procesului de evaluare desfășurate pe parcursul semestrului nu pot fi recuperate/refăcute în sesiunile de examinare.</li> <li>Pentru a putea cumula punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea notei minime 5 (cinci) în cadrul examenului final (scris/oral).</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| Tip activitate | 9.1 Criterii de evaluare                                                                                                                                                            | 9.2 Metode de evaluare                                                                                       | 9.3 Pondere din nota finală |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 9.4 Curs       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea și însușirea conceptelor de specialitate;</li> <li>Corectitudinea utilizării cunoștințelor de specialitate acumulate;</li> </ul> | Examen oral (prezentarea proiectului)<br>Predarea și prezentarea proiectului de echipă Business Model Canvas | 60%                         |

|                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Coerența logică în gândire.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                      |     |
| 9.5 Seminar/laborator                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitatea de a utiliza corect noțiunile de specialitate învățate;</li> <li>Interesul pentru pregătirea individuală, seriozitatea în abordarea problemelor;</li> <li>Creativitatea;</li> <li>Capacitatea de a lucra în echipă;</li> <li>Capacitatea de a formula și lua cele mai bune decizii de marketing pe baza unor situații date.</li> </ul> | Participare activă la întâlnirile de pe parcurs – rezolvare teme de reflecție, intervenții pe parcurs, quiz-uri etc. | 40% |
| 9.6 Standard minim de promovare                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                      |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>cunoașterea noțiunilor fundamentale predate;</li> <li>utilizarea și aplicarea corectă a conceptelor de specialitate.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                      |     |

## 10. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)<sup>1</sup>

|                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                      |                                                                                       |                                                                                       |                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|    |    | Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă                                        |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                      |                                                                                       |                                                                                       |                                                                                       |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Nu se aplică nici o etichetă                                                          |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|                                      |                                              |                                         |
|--------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>Data completării:</b>             | <b>Semnătura titularului de curs</b>         | <b>Semnătura titularului de seminar</b> |
| 22.05.26                             | Prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma           | Prof.univ.dr. Smaranda Adina Cosma      |
| <b>Data avizării în departament:</b> | <b>Semnătura directorului de departament</b> |                                         |
| 27.05.26                             | Conf. dr. Marius BOTA                        |                                         |

<sup>1</sup> Selectați o singură etichetă, cea care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivește cel mai bine disciplinei. Dacă disciplina tratează tema dezvoltării durabile la modul general (de ex. prin prezentarea/introducerea cadrului general al dezvoltării durabile etc.) atunci se poate alocă eticheta generală de Dezvoltare Durabilă. Dacă niciuna dintre etichete nu descrie disciplina, selectați ultima opțiune: „Nu se aplică nici o etichetă”.