

FISA DISCIPLINEI

Denumirea universității: Universitatea AȘM Facultatea: Științe ale Naturii			Denumirea cursului: Marketing ecologic Codul cursului în planul de studii: S.02.O.014				
Nivelul calificării ISCED: 7 Domeniul de formare profesională: 052 Științe ale mediului Program de masterat: Bioeconomie și economie ecologică			Departamentul responsabil de curs: Științe biologice și geonomice Titular/Responsabil de curs: Gribincea Aurelia, dr., conf.univ.				
Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
150	40	110	30	10	-	E	5

Descriere succintă a corelării cursului cu programul de studii

Cursul de lecții *Marketing ecologic* reprezintă o disciplină de specializare organic legată de științele Managementului, Teoria economică și alte domenii adiționale, ce cuprind elemente de bază ale științelor economice moderne în domeniul economiei ecologice. În cadrul cursului studenții vor face cunoștințe cu modul integrării componentei ecologice la nivelul sistemului de marketing, posibilitățile de îmbunătățire a activității de marketing în sensul respectului pentru calitatea mediului și a vieții în cadrul unei firme, vor asimila cunoștințe în domeniul produselor, serviciilor ecologice și modul de abordare a piețelor ecologice.

Competențe dezvoltate în cadrul cursului

Competențe generale:

- analiza critică a informației din literatura științifică de specialitate;
- aplicarea cunoștințelor teoretice din domeniu în soluționarea problemelor cu importanță aplicativă;
- formularea obiectivelor de cercetare și elaborarea unui plan de realizare a acestora;
- argumentarea actualității investigațiilor propuse și interpretarea rezultatelor cercetărilor proprii;
- organizarea și realizarea activității științifice în echipă în scopul realizării sarcinilor din domeniul profesional;
- elaborarea și aplicarea unor strategii de muncă care ar permite eficientizarea și sporirea gradului de responsabilitate în realizarea activităților din domeniu.

Competențe specifice:

- argumentarea utilizării unei metodologii anumite în studiul dezvoltării bioeconomiei și economiei ecologice, inclusiv folosirea rațională și protecția resurselor naturale;
- analiza informațiilor din domeniul bioeconomiei și economiei ecologice la nivel regional, continental sau global pentru utilizarea lor în cadrul programelor naționale de dezvoltare;
- aplicarea teoriilor, metodelor și modelelor contemporane din domeniul bioeconomiei și economiei ecologice;
- aprecierea și evaluarea situațiilor de risc în cazul folosirii neraționale a condițiilor și resurselor naturale;
- selectarea și utilizarea metodelor adecvate de realizare a cercetărilor științifice în domeniul bioeconomiei și economiei ecologice;
- soluționarea problemelor de cercetare privind procesele și fenomenele din domeniul științe ale mediului și ale bioeconomiei prin utilizarea programelor/aplicațiilor tehnologiilor informaționale adecvate;
- stabilirea priorităților studiilor interdisciplinare în cercetările științifice;
- adaptarea realizărilor științifice din alte domenii la investigațiile din domeniul bioeconomiei și economiei ecologice.

Finalități de studii

Studentul la finele cursului va fi capabil:

- să cunoască direcțiile de studiu și strategia de promovare a sectorului economiei ecologice ca bază a politicilor ecoeconomice durabile moderne;
- să determine obiectul de studiu și să identifice problemele de bază ale ecomarketingului;
- să cunoască direcțiile de studiu și strategia de promovare a sectorului economiei ecologice ca bază a politicilor ecoeconomice durabile moderne;
- să cunoască argumentele pentru necesitatea dezvoltării ecomarketingului;

- să cunoască funcțiile ecomarketingului;
- să cunoască funcțiile economice ale calității;
- să argumenteze costurile calității;
- să cunoască principiile standardizării și tipologia standardelor;
- să înțeleagă noile abordări în standardizarea europeană;

Condiții prerechizit: audierea cursurilor Management de mediu, Schimbări climatice, Afaceri ecologice, Economia resurselor regenerabile, Elaborarea și administrarea proiectelor.

Teme de bază: Ecomarketingul - specializare a marketingului social. Sistemul calitatii .Fundamentarea strategiei de ecomarketing a firmei. Piata produselor si serviciilor ecologice. Ecomixul de marketing. Consumul durabil. Aplicarea principiilor ecomarketingului în diverse activitati economice.Piata produselor agroalimentare ecologice.

Strategii de predare-învățare: prelegeri interactive, metoda comparativă, analiza și sinteza, metoda geografică.

Strategii de evaluare: teste de evaluare, prezentări, rapoarte, dezbateri, elaborarea portofoliilor, teze/proiecte etc. Nota finală se constituie din rezultatul evaluării finale (40%), curente (40%) și calității lucrului individual al studentului pe parcursul semestrului, inclusiv portofoliul, participare la discuții, prezentări, activitatea la seminare etc., (20%).

Bibliografie

1. Planul de Acțiuni UE-MOLDOVA. <http://www.europa.md/rom/sbmen/31>
3. Legea Republicii Moldova cu privire la produsele de uz fitosanitar și la fertilizanți (Nr.119-XV din 22.04.2004)
4. Legea Republicii Moldova privind produsele alimentare (Nr. 78-XV din 18.03.2004)
6. Legea Republicii Moldova privind zootehnia (Nr. 412-XIV din 27.05.1999)
7. Comerțul cu produse agroalimentare între Republica Moldova și Uniunea Europeană parcurge o nouă etapă, în contextul liberalizării acestuia, caracterizată prin extinderea regimului preferențial pentru perioada 2013-2015.
- 8.DIMA, D. și colab. Mărfurile alimentare în comerțul internațional, București, Editura Economică, 2001
- Bibliografie
9. IOSIF, GH., și colab. Ecomarketingul societăților comerciale, București, Editor Tribuna Economică, 1999
10. KOTLER, PH. Managementul marketingului, București, Editura Teora, 1997
11. MANOLE V. și colab. Marketing, București, Editura ASE, 2000
12. MANOLE, V., STOIAN, M. Agromarketing, București, Editura ASE, 2001
13. Duca-Gribincea A. Particularitățile biomecanice ale proiectării încălțămintei sportive: aspecte merceologice și de management inovațional-tehnologic.Botoșani,ed.Agata,2010.204p.
14. Legea viei si vinului nr. 57-XVI din 10.03.2006
15. Gribincea A. Marketing-management. Chișinău, CEP USM, 2007.223p. ISBN978-9975-70-460-1
16. www.insse.ro Intititul Național de Statistică
17. www.maap.ro Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale
18. www.apia.ro
19. <http://civileats.com/category/agroecology-2>
20. <http://www.non-gmoreport.com>
21. <http://www.wfto.com/standard-and-guarantee-system>
22. <http://www.agroinform.md> AGROinform: *Federația Agricultorilor din R.Moldova*
23. <http://export.acsa.md> ACSA: Exportul produselor agroalimentare moldovenesti
24. www.ince.md Institutul Național de Cercetări Economice a AȘM
25. www.statistica.md

Data

Semnătura