**FIŞA DISCIPLINEI**

1. **Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1. Instituția de învățământ superior | Universitatea de Medicină şi Farmacie “Grigore T. Popa” din Iaşi |
| 1.2. Facultatea | Bioinginerie Medicală |
| 1.3. Departamentul | Știinţe Biomedicale |
| 1.4. Domeniul de studii | Știinţe Inginereşti Aplicate |
| 1.5. Ciclul de studii | Licenţă |
| 1.6. Programul de studii / Calificarea | Bioinginerie / Bioinginer |

1. **Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1. Denumirea disciplinei / Codul disciplinei | | | | **Economia si marketingul sanatatii** | | **B1201** |
| 2.2. Titularul activităților de curs | | | | Șef de lucrări Dr. Daniel Boldureanu | | |
| 2.3. Titularul activităţilor practice | | | | Șef de lucrări Dr. Daniel Boldureanu | | |
| 2.4. Anul de studiu | **II** | 2.5. Semestrul | **1** | 2.6. Tipul de evaluare | **Colocviu, C1** | |
| 2.7. Regimul disciplinei | | **Obligatorie** | | **Disciplină complementară** | | |

1. **Timp total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1. Număr de ore pe săptămână | | Din care: 3.2. Curs | 3.3. Activități practice | |
| Semestrul 1 | **4** | **2** | **2** | |
| Semestrul 2 |  |  |  | |
| 3.4. Total ore din planul de învățământ | | Din care: 3.5. Curs | 3.6. Activități practice | |
| **56** | | **28** | **28** | |
| 3.7. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual: | | | Ore sem. 1 | Ore sem. 2 |
| Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | 14 |  |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | 5 |  |
| Pregătire laboratoare/seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri | | | - |  |
| Tutoriat | | | 4 |  |
| Examinări | | | 2 |  |
| Alte activități | | | - |  |
| Total ore studiu individual | | | **19** |  |
| 3.8. Total ore pe semestru | | | **75** |  |
| 3.9. Număr de credite | | | **3** |  |

1. **Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1. de curriculum | Informatica I, Ştiinţele comportamentului |
| 4.2. de competențe | Utilizarea aplicatiilor software din pachetul Microsoft Office (Access & Excel) pentru: colectarea, stocarea, prelucrarea, reprezentarea si analiza statistică a datelor |

1. **Condiţii pentru desfășurarea activităților didactice**

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1. Curs | Existenta facilitatilor de prezentare video |
| 5.2. Activitate practică | Materiale tipărite cu studii de caz, manual şi materiale bibliografice |

1. **Competenţe specifice acumulate**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Competențe**  **profesionale** | **-** | - |
| **-** | - |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Competențe**  **Transversale** | **CT2** | Capacitatea studentilor de a lucra în grup, de a consulta literatura de specialitate şi de a interepreta studiile de caz prezentate |
| **CT3** | Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi valorificarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare |
| **-** | - |

1. **Obiectivele disciplinei**

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1. Obiectiv general | Formarea la student a unor capacităţi intelectuale de analiză, sinteză şi comparaţie în domeniul economiei şi marketingului sănătăţii care să-i asigure ulterior, ca bioinginer medical, posibilitatea adoptării unor decizii corecte. |
| 7.2. Obiective specifice | Însuşirea conceptelor, metodelor şi instrumentelor necesare îndeplinirii funcţiilor de bază ale economiei şi marketingului sănătăţii;  - Înţelegerea mecanismului de funcţionare a economiei de piaţă;  - Deprinderea modului de valorificare produsele şi serviciile pe o piaţă. |

1. **Conţinutul disciplinei**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **8.1. Curs** | | **Metode de predare** | **Ore** |
| 1 | Importanţa știinţei economice. Factorii de producţie | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 2 | Formele de funcţionare a economiei | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 3 | Teoria producţiei | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 4 | Legea cererii şi a ofertei. Preţul | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 5 | Piaţa monetară. Sistemul bancar. Creditul | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 6 | Salariul. Şomajul | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 7 | Inflaţia. Concurenţa | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 8 | Conceptul de marketing. Evoluţia ştiinţei marketingului | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 9 | Funcţiile marketingului | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 10 | Micromediul şi macromediul de marketing | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 11 | Cercetarea de marketing | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 12 | Strategii de piaţă în marketing | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 13 | Mixul de produs. Mixul de preţ | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |
| 14 | Mixul de promovare. Mixul de distribuţie | Prelegere interactivă, Discuţii, Explicaţii | 2 ore |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **8.2. Activități practice - seminar** | | **Metode de predare** | **Ore** |
| 1 | Importanţa știinţei economice. Factorii de producţie  Instructaj de securitate și sănătate ȋn muncă, legea 319/2006, HG 1425/2006.  Procedura proprie privind instituirea de măsuri sanitare și de protecție în perioada pandemiei de Covid-19.  Prezentarea planului de măsuri pentru desfășurarea activităților didactice în contextul pandemiei de Covid-19. | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 2 | Formele de funcţionare a economiei | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 3 | Teoria producţiei | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 4 | Legea cererii şi a ofertei. Preţul | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 5 | Piaţa monetară. Sistemul bancar. Creditul | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 6 | Salariul. Şomajul | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 7 | Inflaţia. Concurenţa | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 8 | Conceptul de marketing. Evoluţia ştiinţei marketingului | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 9 | Funcţiile marketingului | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 10 | Micromediul şi macromediul de marketing | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 11 | Cercetarea de marketing | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 12 | Strategii de piaţă în marketing | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 13 | Mixul de produs. Mixul de preţ | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |
| 14 | Mixul de promovare. Mixul de distribuţie | Discuţii, Explicaţii, Studii de caz | 2 ore |

**8.3. Bibliografie:**

***Obligatorie***

|  |
| --- |
|  |
| 1. Boldureanu D, *Economia și marketingul sănătății*, Editura „Gr.T.Popa” Iaşi, 2019  2. Marinescu G., Petrescu Gh., Boldureanu D., *Marketing*, Ediţia a II a, Editura „Gr.T.Popa” Iaşi, 2012  3. Marinescu G., Petrescu Gh., Boldureanu D., *Micro şi macroeconomie*, Editura „Gr.T.Popa” Iaşi, 2009 |

***Opțională***

|  |
| --- |
|  |
| 1. Ignat I., Pohoață I.,Luțac Gh., Pascariu G., *Economie politică*, Ediția a doua, revizuită, Editura Economică, București, 2002 |
| 2. Maxim, E., *Marketing*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2003 |

1. **Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| Conţinutul *Fişei disciplinei* este rezultatul unui proces de evaluare periodicǎ anualǎ desfǎşuratǎ în cadrul facultăţii şi care a avut la bazǎ informaţii de la studenţi, absolvenţi şi angajatori. Cunoştinţele şi deprinderile sunt stabilite ca obiective didactice şi precizate ca atare în programe analitice revizuite anual. După analiza în cadrul disciplinei, acestea sunt discutate şi aprobate în cadrul departamentului, în sensul armonizării cu alte discipline. Pe tot acest parcurs este evaluată sistematic, corespondenţa dintre conţinut şi aşteptările comunităţii academice, a reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și ale angajatorilor. |

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | Criterii de evaluare | Metoda de evaluare | Pondere din nota finală |
| 10.1. Evaluarea cunoștințelor teoretice | Însuşirea noţiunilor şi aspectelor teoretice prezentate în cadrul cursului | Examen scris | 50 % |
| 10.2. Evaluarea cunoștințelor practice (Seminar/laborator/proiect) | Însuşirea noţiunilor şi aspectelor practice | Colocviu | 40 % |
| 10.3. Evaluarea în timpul semestrului |  | Verificare periodică | 10 % |
| 10.4. Standard minim de performanţă | | | |
| Condiţie minimă de promovare:  Definirea și interpretarea principalelor concepte ale economiei și marketingului sănătății. | | | |

Data completării Titular de curs / semnătura Titular de activități practice / semnătura,

Şef lucrări dr. Daniel Boldureanu

Şef lucrări dr. Daniel Boldureanu

22.09.2020

Data avizării în Consiliul Profesoral / Consiliul Departamentului

Director departament / semnătura

30.09.2020

Conf. dr. Daniela-Viorelia Matei

Decan / semnătura,

Prof. Dr. Anca Irina Galaction