

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CERCETĂRII ȘI TINERETULUI

PROGRAMA
pentru examenul de obținere a gradului didactic II

SPECIALITATEA: MARKETING

PROFESORI

Aprobată prin O.M.E.C.T. nr.....

BUCUREȘTI
2007

I. NOTĂ INTRODUCȚIVĂ

Programa pentru examenul de obținere a gradului didactic II în învățământ reprezintă documentul curricular și normativ de bază în temeiul căruia vor fi structurate și asigurate atât orientarea generală în domeniul cunoașterii științifice și didactic/metodice a domeniului de referință, cât și parcurgerea, prin studiu sistematic, a unei tematici adaptate nivelului profesional al cadrului didactic, relevante, moderne și cu o sensibilă deschidere interdisciplinară.

Programa este concepută ca bază necesară și utilă atât pentru perfecționarea continuă, cât și pentru testarea/evaluarea concepției, cunoașterii, înțelegerii și interpretării principalelor roluri profesionale ale funcției din perspectiva nivelurilor carierei didactice. Acestea se vor corela cu normativitatea psihopedagogică pe baza căreia sunt proiectate, aplicate și inovate structurile și unitățile de competențe - cunoștințele, abilitățile, valorile și atitudinile - corespunzătoare standardelor și statutului asumat/jucat de cadrul didactic în unitățile de învățământ preuniversitar din România.

În cadrul acestei programe, de importanță majoră sunt acele componente care vor valoriza **rolul constructiv, coparticipativ al** cadrului didactic în calitatea sa de actor cu statut de educator, de purtător al mesajelor științei devenite disciplină de învățământ, de reprezentant al comunității profesorilor de specialitate din instituția școlară și substanța **competențelor dobândite** de acesta, în concordanță cu motivația profesională, cu o serie de **roluri specifice**. De exemplu, pentru dimensiunea didactică, menționăm rolurile: evaluator intern și extern, consilier în procesul de învățare și, mai ales, în depășirea dificultăților în învățare, mediator didactic în procesul de adecvare a logicii domeniului de specialitate la psihologia învățării, predării, evaluării etc.

Au fost urmărite formarea și structurarea competențelor pentru profesia de cadru didactic, cu aplicare la predarea disciplinelor de specialitate din aria curriculară „Tehnologii”. Pe lângă competențele specifice, în specialitate, sunt vizate competențele pentru îndeplinirea eficientă a unui rol social precum și competențele metodice.

Tematica programei reflecta **ponderile**:

- conținuturilor destinate pentru formarea competențelor științifice (aprox.. 60%);
- conținuturilor destinate formării competențelor didactice, încorporând metodică și aplicațiile școlare ale domeniului (aprox. 30%);
- conținuturilor altor tipuri de competențe necesare cadrelor didactice - competențe cheie (aprox. 10%).

În elaborarea programelor au fost aplicate **criterii de selectare a conținuturilor**, precum: relevanța conținuturilor pentru dezvoltarea competențelor cadrelor didactice, utilitatea explicită a conținuturilor pentru activitatea didactică, adaptabilitatea la contexte profesionale, socioculturale, sociale, economice și tehnologice în schimbare/în evoluție, integralitatea și coerența viziunii asupra cunoașterii de specialitate, abordate în relație cu didactica domeniului de specialitate, actualitatea științifică, în raport cu schimbările/ inovațiile la nivel conceptual, metodologic și aplicativ și asigurarea calității în educație.

Competențe specifice:

- cunoașterea și aprofundarea de către candidați a conținuturilor științifice de specialitate și metodice pentru disciplinele/modulele de specialitate;
- realizarea de conexiuni între conținuturile disciplinelor/modulelor de specialitate și problemele de învățare specifice domeniului de pregătire;
- realizarea corelațiilor intra, inter și pluridisciplinare a conținuturilor;
- operarea cu standardele de pregătire profesională și programele școlare pentru proiectarea unui demers didactic adaptat nivelului de învățământ, calificării și specificului clasei;

- utilizarea tehnologiilor informaționale în demersul didactic;
- aplicarea adecvată a principiilor și metodelor specifice didacticii disciplinelor/modulelor tehnologice;
- elaborarea, selectarea și aplicarea unor metode de evaluare adecvate obiectivelor sau competențelor vizate;
- proiectarea și/sau selectarea unor conținuturi pentru programele opționale sau curriculum în dezvoltare locală de tipul aprofundare/extindere/opțional ca disciplină nouă;
- comunicarea eficientă cu partenerii în activitatea educațională;
- aplicarea unor forme de management al clasei în funcție de activitatea de învățare proiectată;
- transmiterea, în funcție de particularitățile de vârstă ale elevilor, a conținuturilor astfel încât să dezvolte structuri operatorii, afective și atitudinale;
- dezvoltarea competențelor civice și interpersonale ale elevilor și conduita antreprenorială a acestora;
- stimularea potențialului fiecărui elev și dezvoltarea creativității.

II. TEME PENTRU DIDACTICA GENERALĂ ȘI METODICA PREDĂRII DISCIPLINELOR / MODULELOR DE SPECIALITATE

1. Locul și rolul disciplinelor/modulelor de specialitate în învățământul preuniversitar. Construirea demersurilor didactice pentru realizarea unui învățământ centrat pe elev.
2. Curriculumul școlar:
 - a) elemente componente (curriculum național, planuri - cadru, arii curriculare, trunchi comun, discipline, module);
 - b) documente curriculare (standarde de pregătire profesională, planuri-cadru și planuri de învățământ, programe școlare, manuale școlare, auxiliare curriculare);
 - c) obiectivele predării – învățării – evaluării la disciplinele/modulele din aria curriculară „Tehnologii”. Competențe generale, competențe specifice, unități de competență și competențe;
 - d) proiectarea curriculumului în dezvoltare locală sau la decizia școlii de tipul: aprofundare/extindere/opțional ca disciplină nouă;
3. Operaționalizarea obiectivelor didactice: proceduri de operaționalizare și exemple.
4. Relația între competențe și conținuturi de instruire.
5. Metode și procedee de predare-învățare:
 - a) clasificarea și caracteristicile principalelor grupe de metode de învățământ;
 - b) exemplificări de aplicare a unor metode specifice disciplinelor/modulelor de specialitate;
 - c) utilizarea metodelor de predare activ-participative, centrate pe elev / tehnicilor de învățare prin cooperare: metoda proiectului; studiul de caz; jocul de rol; lucrul în echipă; problematizarea;
 - d) metode de stimulare a creativității elevilor: brainstorming-ul, ingineria ideilor, sinectica, metoda 6-3-5, discuția panel, metoda “6-6” (Philips);
 - e) utilizarea tehnologiilor informatice și de comunicare în procesul didactic; exemplificări.
6. Mijloacele de învățământ și integrarea lor în procesul de predare-învățare-evaluare:
 - a) funcțiile didactice ale mijloacelor de învățământ;
 - b) tipuri de mijloace de învățământ și caracteristicile lor; exemplificări.
7. Medii de instruire reale și virtuale: cabinete, laboratoare, ateliere, complexe multimedia, săli de clasă, ferme didactice, târguri și expoziții, șantiere (descriere și condiții de utilizare);

8. Forme de organizare a activității didactice: lecția și variantele de lecție; firma de exercițiu; alte forme de organizare (cercurile de elevi, consultațiile etc.).
9. Evaluarea rezultatelor școlare în concordanță cu obiectivele curriculare și criteriile de performanță din standardele de pregătire profesională:
- evaluarea, componentă fundamentală a procesului de învățământ: definire, funcții;
 - metode și tehnici de evaluare;
 - erori în evaluare și modalități de minimizare a lor;
 - construirea instrumentelor de evaluare (teste, chestionare, fișe etc.);
 - calitățile instrumentelor de evaluare: validitate, fidelitate, obiectivitate și aplicabilitate;
 - tipologia itemilor: definiție, clasificări, caracteristici, domenii de utilizare, reguli de proiectare, modalități de corectare și notare.
10. Proiectarea demersului didactic: planificare calendaristică, proiectarea unității de învățare, proiectarea lecției (pentru diferite tipuri de lecții). Proiectarea de activități de învățare intra, inter și transdisciplinare. Cercurile științifice ale elevilor. Proiectarea în echipă în contextul curriculumului modular.
11. Modalități de adaptare a procesului instructiv-educativ în vederea integrării elevilor cu cerințe educaționale speciale (CES).
12. Integrarea abilităților cheie în contextul diferitelor discipline tehnologice și module de specialitate.
13. Pregătirea profesorului pentru activitatea didactică (profesională, psihopedagogică și metodică).

Bibliografie

- | | | |
|----|----------------------------|---|
| 1 | Adăscăliței, A., | Instruire asistată de calculator, Editura Polirom, Iași, 2007 |
| 2 | Boncota, I., | Caiet metodic cu aplicații practice, Ed. ASE, București, 2003 |
| 3 | Cerghit, I., | Metode de învățământ, Editura Polirom, Iași, 2006 |
| 4 | Carcea, I.M., | Consultanță și consiliere educațională, EDP, București, 2005 |
| 5 | Ciobanu, Olga | Educație economică, Ed. ASE, București, 2000 |
| 6 | Cucoș, C., | Pedagogie, Ed. Polirom, Iași, 1996, revizuire 2002 |
| 7 | Cristea, S. (coord) | Curriculum pedagogic, EDP, București, 2006 |
| 8 | Crețu, C., | Curriculum diferențiat și personalizat, Ed.Polirom, Iași, 1998 |
| 9 | Druță, M-E., | Didactica disciplinelor economice, Ed. ASE, București, 2002 |
| 10 | Druță, M-E., Grűnberg, C., | Portofoliul seminariilor de didactica disciplinelor economice, Ed. ASE, București, 2002 |
| 11 | Ionescu, M., Radu, I., | Didactica modernă, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 1995 |
| 12 | Iucu, R., | Managementul și gestiunea clasei de elevi, Editura Polirom, Iași, 2000; |
| 13 | Jinga, I., Negreț, I., | Învățarea eficientă, EDITIS, București, 1994 |
| 14 | Jinga, I., Istrate, E. | Instruirea și evaluarea asistată de calculator, Editura ALL, București, 2006 |

- | | | |
|----|--|---|
| 15 | Joița, E., | Eficiența instruirii, EDP, București, 1998 |
| 16 | Manolescu, M., | Evaluarea școlară, Editura Meteor, București, 2006 |
| 17 | Neacșu, I., | Instruire și învățare, ediția a II-a, revizuită, EDP, București, 1999 |
| 18 | Nicola, I., | Tratat de pedagogie școlară, Editura Aramis, București, 2000 |
| 19 | Negreț, I., | Didactica Nova, Editura Aramis, București, 2004 |
| 20 | Potolea, D., | Profesorul și strategiile conducerii învățării, în vol. Structuri, strategii și performanțe în învățământ (coord. Jinga, I., Vlăsceanu, L.), Ed. Academiei, București, 1989 |
| 21 | Radu, I., T., | Evaluarea în procesul didactic, EDP, București, 2000 |
| 22 | Roșca, I., Zamfir, G., Apostol, C.G., Bodea, C.N., | Informatica instruirii, Editura Economică, București, 2002 |
| 23 | Toma, S., | Profesorul factor de decizie, Editura Tehnică, București, 1999 |
| 24 | Tomșa, G., | Orientarea și dezvoltarea carierei la elevi, Casa de editură și presă „Viața Românească”, București, 1999 |
| 25 | Zamfir, G., | Instruirea asistată de calculator în domeniul economic, Ed. INFOREC, București, 2000 |
| | xxx | Curriculum național aprobat de M.E.C.T. (www.edu.ro) |
| | xxx | Ghiduri metodologice pentru aplicarea programelor școlare pentru aria curriculară „Tehnologii”, M.E.C.T. |

III. TEMATICA DE SPECIALITATE

1. **Esența marketingului**- contextul apariției și evoluției marketingului; conceptul de marketing și funcțiile acestuia; locul și rolul marketingului;
2. **Dezvoltarea marketingului și domeniul de aplicare** - etape în evoluția teoriei și practicii marketingului; valențele și universalitatea marketingului, specializarea marketingului în activitățile economice și noneconomice;
3. **Marketingul în activitatea de piață a întreprinderii**- mediul de marketing al întreprinderii, conținutul mediului intern și extern, relațiile întreprinderii cu mediul extern, piața întreprinderii-conținut, sferă, dimensiuni, factori de influență, dinamică și profil;
4. **Proiectarea cercetărilor de marketing**- conținutul cercetărilor de marketing, aria și tipologia cercetărilor de marketing, organizarea cercetărilor de marketing;
5. **Metode și tehnici de culegere și analiză a informațiilor în cercetările de marketing** -măsurarea și scalarea fenomenelor în cercetările de marketing, metode de obținere a informațiilor, analiza informațiilor în cercetările de marketing;
6. **Cercetarea comportamentului de cumpărare și consum**- nevoile de consum, obiect al investigațiilor de marketing; clasificarea, ierarhizarea, cunoscerea și investigarea nevoilor; investigarea comportamentului consumatorului;
7. **Coordonatele politicii de marketing** - conținutul, rolul și condițiile formulării politicii de marketing; marketingul strategic; alegerea pieței țintă; segmentarea pieței; dimensiuni

comportamentale ale pieței; strategia de piața - nucleul politicii de marketing; marketingul-mix - instrument de promovare a politicii de marketing;

8. Politica de produs- conținutul politicii de produs; conceptul de produs în optica marketingului; introducerea în fabricație și lansarea noilor produse pe piața; ambalajul - componentă a politicii de produs, strategii de produs;

9. Politica de preț- locul prețului în mixul de marketing, intercondiționarea cu celelalte componente ale mixului, factorii de influență ai nivelului prețurilor, strategii de prețuri;

10. Politica de distribuție- conținutul, rolul și tipurile distribuției; canale de distribuție, tipologia intermediarilor; strategii de distribuție;

11. Politica de comunicație promoțională- sistemul de comunicație a întreprinderii; structura activității promoționale și strategii promoționale;

12. Procesul decizional și programarea activității de marketing- conținutul și tipologia deciziilor de marketing; sistemul informațional de marketing; metologia elaborării și adoptării deciziei de marketing; programul de marketing - elaborare, etape, metode de coordonare; controlul programului de marketing;

13. Managementul marketingului- integrarea marketingului în structura organizatorică a întreprinderii; atribuțiile și sistemul de relații ale compartimentului de marketing structura internă a compartimentului de marketing și personalul acestuia; alternative ale organizării activității de marketing în cadrul firmelor românești;

IV. BIBLIOGRAFIE

1. Anghel, L., Florescu, C., Zaharia, R. *Aplicații în marketing*, Editura Expert, București, 1999
2. Balaure, V. (coordonator) *Marketing*, Editura Uranus, ediția a II-a, București, 2002
3. Catană, Ghe. Al., *Marketing*, Editura Dacia, Cluj- Napoca, 2003;
4. Cătoi, Iacob coordonator) *Cercetări de marketing*, Editura Uranus, București, 2002
5. Epuran, Ghe., *Tehnici promoționale*, Editura Universității Bacău, 1998;
6. Foltean F., *Marketing*, Editura Brumar, Timișoara, 2000;
7. Florescu, C. (coordonator) *Marketing*, Editura Marketer, București, 1992.
8. Kotler, Ph. *Managementul marketingului- analiză, planificare, implementare, control*, Editura Teora, București, 1997 (traducere din limba engleza a ediției a VIII-a). Capitolele 3, 12, 14, 15
9. Munteanu, C. și colab., *Marketing*, Editura Sedcomlibris, Iași, 2006
10. xxx *Manualele specifice aprobate de MECT și utilizate în învățământul preuniversitar*