

FIȘA DISCIPLINEI
1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea de Vest din Timișoara
1.2. Facultatea	Facultatea de Educație Fizică și Sport
1.3. Departamentul	Educație Fizică și Sportivă
1.4. Domeniul de studii	Educație Fizică și Sportivă
1.5. Ciclul de studii	Master Kinetoterapia în patologia ortopedico-traumatică
1.6. Programul de studii / calificarea	Educație Fizică și Sportivă Cod C.O.R: Kinetoterapie în patologia ortopedico-traumatică/ Kinetoterapeut – cod C.O.R 226405, Fiziokinetoterapeut - cod C.O.R 22640, Fizioterapeut - cod C.O.R 226402, Profesor de cultură fizică medicală - cod C.O.R 226406, Cercetător în fiziokinetoterapie - cod C.O.R 226403, Asistent de cercetare în fiziokinetoterapie- cod C.O.R 226404, Profesor în învățământul gimnazial/liceal- cod C.O.R 233002, 233001

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Promovarea și finanțarea activităților de kinetoterapie						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Domokos Martin						
2.3. Titularul activităților de seminar/LP	Conf. univ. dr. Domokos Martin						
2.4. Anul de studii	2	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7. Regimul disciplinei	OB

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate/pe teren					35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Examinări					5
Tutorat					7
Alte activități ...					
3.7. Total ore studiu individual	107				
3.8. Total ore pe semestru	135				
3.9. Număr de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde e cazul)

4.1. de curriculum	• Nu este cazul
4.2. de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde e cazul)

5.1. de desfășurarea a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sala de curs dotată cu aparatură audio-video; Prezență obligatorie conform regulamentului universitar și a scutirilor de frecvență Telefoanele trebuie puse pe modul silențios
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Prezență obligatorie conform regulamentului universitar și a scutirilor de frecvență Sala de gimnastică dotată cu aparatura necesară pentru desfășurarea activităților practice plus aparatură audio-video. Telefoanele trebuie puse pe modul silențios

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Cunoașterea particularităților patologiei sportive. Cunoașterea etiopatogeniei, semiologiei și principiilor de tratament și reabilitare ale celor mai frecvente leziuni traumatice și de suprasolicitare în sport;</p> <p>C2. Explicarea și interpretarea unor programe de exerciții de recuperare folosite în patologia sportivă; capacitatea de explicare și interpretare a efectelor diverselor metode și tehnici complementare kinetoterapiei în reabilitarea patologiei studiate.</p> <p>C3. explicarea mecanismelor producerii unor anumite leziuni traumatice și interpretarea modificărilor regionale și locale determinate de un traumatism sportiv sau de suprasolicitarea cronică a unor structuri sau sisteme în contextul unei activități sportive;</p>
Competențe transversale	<p>CT1. angajarea în relații de parteneriat cu persoane, instituții care au se ocupă de diagnosticarea, tratamentul și recuperarea unor astfel de cazuri (medici specialiști în medicină sportivă, în ortopedie-traumatologie, în recuperare medicală și balneofizioterapie, precum și alți kinetoterapeuți sau fiziokinetoterapeuți, dispensare sau policlinici sportive, clinici de ortopedie-traumatologie, clinici de recuperare medicală și balneofizioterapie).</p> <p>CT2. participare la propria dezvoltare profesională prin studierea continuă a literaturii de specialitate, cunoașterea noilor tendințe în reabilitarea acestor afecțiuni, prin participarea la congrese, simpozioane etc., studierea revistelor de specialitate;</p> <p>CT3. promovarea unui mediu centrat pe valori etice, profesionale și pe dorința de a ajuta atât cât este posibil, sportivul de performanță sau persoanele care practică sportul ca activitate recreațională.</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Cursul are menirea de a oferi studenților informații privind cunoașterea aspectelor specifice marketingului și finanțării în kinetoterapie, înțelegerea structurii pieței și a modului de funcționare a acesteia în domeniul kinetoterapiei, însușirea unui sistem de cunoștințe teoretice despre produsul, strategii de prețuri, promovarea în kinetoterapie, însușirea unui sistem de cunoștințe teoretice privind planul de afaceri, strângerea de fonduri, sponsorizarea.</p>
7.2. Obiectivele specifice	<p>O.c.¹¹-Să descrie elementele componente ale marketingului în kinetoterapie;</p> <p>O.ap.¹²-Să identifice importanța marketingului în kinetoterapie;</p> <p>O.at.¹³-Să argumenteze importanța folosirii marketingului în kinetoterapie;</p> <p>O.c.²¹- Să descrie elementele componente ale pieței și politicii de preț în centrele de recuperare în kinetoterapie;</p> <p>O.ap.²²-Să identifice factorii care influențează piața și politica de preț din centrele de recuperare în kinetoterapie;;</p> <p>O.at.²³-Să argumenteze importanța cunoașterii pieței și a politicilor de preț din centrele de</p>

recuperare în kinetoterapie;; O.c. ³¹ -Să descrie cercetarea de marketing într-o organizație de kinetoterapie; O.ap. ³² -Să identifice importanța aplicării unei cercetări de marketing într-o organizație de kinetoterapie; O.at. ³³ - Să argumenteze cercetării de marketing într-o organizație de kinetoterapie; O.c. ⁴¹ -Să descrie componența unui plan de afaceri și a unui dosar de sponsorizare a unui cabinet de kinetoterapie; O.ap. ⁴² - Să identifice nevoile unui plan de afaceri și a unui dosar de sponsorizare la cabinetele de kinetoterapie; O.at. ⁴³ -Să argumenteze influențele unui plan de afaceri și a unui dosar de sponsorizare asupra dezvoltării kinetoterapiei;

8. Conținuturi*

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1 Marketing în kinetoterapie - noțiuni fundamentale, definiție, funcții (2 ore) (O.c. ¹¹ , O.ap. ¹² , O.at. ¹³ , O.c. ²¹ , O.ap. ²² , O.at. ²³)	Prelegerea interactivă, explicația, conversația, prezentare ppt.	Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea răspunsului la cinci întrebări cheie: 1. Care este etimologia cuvântului marketing? 2. Ce reprezintă marketingul în kinetoterapie? 3. Ce reprezintă cercetarea nevoilor de consum în kinetoterapie? 4. Care sunt trăsăturile care pot fi evidențiate de marketingul în kinetoterapie? 5. Care sunt funcțiile marketingului în kinetoterapie? Referințe 1. PowerPoint curs nr. 1.
2 Piața în kinetoterapie și segmentarea acesteia (2 ore) (O.c. ¹¹ , O.ap. ¹² , O.at. ¹³ , O.c. ²¹ , O.ap. ²² , O.at. ²³)	Prelegerea interactivă, explicația, conversația, prezentare ppt.	Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea răspunsului la cinci întrebări cheie: 1. Ce este segmentarea pieței în kinetoterapie? 2. Care sunt criteriile importante pentru a alege sau nu să segmentezi o piață de desfacere în kinetoterapie? 3. Care sunt principiile fundamentale ale segmentării unei piețe de desfacere în kinetoterapie? 4. Ce reprezintă segmentarea beneficiilor? 5. Ce reprezintă ratele de utilizare ale clienților din kinetoterapie? Referințe 1. PowerPoint curs nr. 2.
3 Produsul în kinetoterapie Politica de preț - Strategii de prețuri (2 ore) (O.c. ¹¹ , O.ap. ¹² , O.at. ¹³ , O.c. ²¹ , O.ap. ²² , O.at. ²³)	Prelegerea interactivă, explicația, conversația, prezentare ppt.	Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea răspunsului la cinci întrebări cheie: 1. Ce reprezintă produsul în accepțiune marketingului în kinetoterapie? 2. Care sunt componentele care definesc un

		<p>produs în kinetoterapie?</p> <p>3. Care este ciclul de viață al unui produs de kinetoterapie?</p> <p>4. Ce înseamnă o strategie de îmbunătățire a unui produs de kinetoterapie?</p> <p>5. Care sunt obiectivele politicii de preț?</p> <p>Referințe</p> <p>1. PowerPoint curs nr. 3.</p>
<p>4 Cercetarea de marketing, comunicarea și promovarea vânzărilor (2 ore) (O.c.¹¹, O.ap.¹², O.at.¹³, O.c.²¹, O.ap.²², O.at.²³)</p>	<p>Prelegerea interactivă, explicația, conversația, prezentare ppt.</p>	<p>Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea răspunsului la cinci întrebări cheie:</p> <p>1. Ce reprezintă o cercetare de marketing în kinetoterapie?</p> <p>2. Ce reprezintă o promovare a vânzărilor în kinetoterapie?</p> <p>3. Ce reprezintă sponsorizarea în kinetoterapie?</p> <p>4. Ce servicii se consumă în kinetoterapie?</p> <p>5. Care sunt tipurile de programe de promovare a vânzărilor?</p> <p>Referințe</p> <p>1. PowerPoint curs nr. 4.</p>
<p>5 Marketingul – etape de lucru, obiective, evaluare (2 ore) (O.c.¹¹, O.ap.¹², O.at.¹³, O.c.²¹, O.ap.²², O.at.²³)</p>	<p>Prelegerea interactivă, explicația, conversația, prezentare ppt.</p>	<p>Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea răspunsului la cinci întrebări cheie:</p> <p>1. Ce este un plan de marketing în kinetoterapie?</p> <p>2. Ce reprezintă cercetarea pieței în kinetoterapie?</p> <p>3. Care sunt criteriile de denumire a organizațiilor de kinetoterapie?</p> <p>4. Care sunt mijloacele promoționale în kinetoterapie?</p> <p>Referințe</p> <p>1. PowerPoint curs nr. 5.</p>
<p>6 Planul de afaceri în kinetoterapie (2 ore) (O.c.¹¹, O.ap.¹², O.at.¹³, O.c.²¹, O.ap.²², O.at.²³, O.c.⁴¹, O.ap.⁴², O.at.⁴³)</p>	<p>Prelegerea interactivă, explicația, conversația, prezentare ppt.</p>	<p>Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea răspunsului la cinci întrebări cheie:</p> <p>1. Care este definiția unui plan de afaceri?</p> <p>2. Care este scopul laborării planului de afaceri?</p> <p>3. Care sunt etapele realizării unui plan de afaceri?</p> <p>4. Care sunt factorii de mediu externi?</p> <p>5. Care sunt costurile care intră în cadrul produsului?</p> <p>Referințe</p> <p>1. PowerPoint curs nr. 6.</p>
<p>7 Dosarul de sponsorizare în kinetoterapie (2 ore) (O.c.¹¹, O.ap.¹², O.at.¹³, O.c.²¹, O.ap.²²,</p>	<p>Prelegerea interactivă, explicația, conversația, prezentare ppt.</p>	<p>Prelegerea va fi interactivă, de-a lungul activității studenții fiind implicați prin solicitarea răspunsului la cinci întrebări cheie:</p> <p>1. Ce cuprinde un dosar de sponsorizare în</p>

O.at. ²³ , O.c. ³¹ , O.ap. ³² , O.at. ³³ , O.c. ⁴¹ , O.ap. ⁴² , O.at. ⁴³)		kinetoterapie? 2. Care sunt activitățile de comunicare? 3. Care sunt obiectivele unui dosar de sponsorizare? 4. Ce cuprinde bugetul creării unui cabinet de kinetoterapie? 5. Ce cuprinde scrisoarea de însoțire? Referințe 1. PowerPoint curs nr. 7.
Bibliografie 1. Folteanu F. șicolaboratorii, Marketing, Ed. Brumar, Timișoara, 2002 2. Mullin, B.J., Hardy, J., Sotton, Sutton W.A. – Sport Marketing - Human Kinetics, 1993 3. C. Negrușicolaboratorii, Introducere în marketing, Ed. Augusta, 1998 4. C. Negrușicolaboratorii, Bazele marketingului, Ed. Eubee, Timișoara, 2000 5. Oprișan, V, Marketing și comunicare în sport – Editura Uranus, București, 2001 6. Voicu S., Nagel A., Introducere în managementul și legislația sportului, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2003		
8.2. Seminar/laborator/ LP	Metode de predare	Observații
1. Marketing – noțiuni fundamentale, definire, funcții (2 ore)	Prezentare orală Problematizarea Explicația Exercițiul, studiul de caz	Durata laboratorului este de 2 ore. Studenții se vor organiza pe grupe, reprezentat de un student care va susține discursul sau va coordona exercițiile. Bibliografie: aferentă cursului 1.
2. Marketingul în kinetoterapie. Piața în segmentarea acesteia – misiune – și valorile esențiale ale unui produs din domeniul kinetoterapiei la alegere. (2 ore)	Prezentare orală Problematizarea Explicația Exercițiul, studiul de caz	Durata laboratorului este de 2 ore. Studenții se vor organiza pe grupe, reprezentat de un student care va susține discursul sau va coordona exercițiile. Bibliografie: aferentă cursului 2.
3. Marketingul în kinetoterapie – etape de lucru, obiective, evaluare (2 ore)	Prezentare orală Problematizarea Explicația Exercițiul, studiul de caz	Durata laboratorului este de 2 ore. Studenții se vor organiza pe grupe, reprezentat de un student care va susține discursul sau va coordona exercițiile. Bibliografie: aferentă cursului 3.
4. Analiza SWOT (2 ore)	Prezentare orală Problematizarea Explicația Exercițiul, studiul de caz	Durata laboratorului este de 2 ore. Studenții se vor organiza pe grupe, reprezentat de un student care va susține discursul sau va

		coordona exercițiile. Bibliografie: aferentă cursului 4.
5. Finanțarea în kinetoterapie. (2 ore)	Prezentare orală Problematizarea Explicația Exercițiul, studiul de caz	Durata laboratorului este de 2 ore. Studentii se vor organiza pe grupe, reprezentat de un student care va susține discursul sau va coordona exercițiile. Bibliografie: aferentă cursului 5.
6. Planul de afaceri (2 ore)	Prezentare orală Problematizarea Explicația Exercițiul, studiul de caz	Durata laboratorului este de 2 ore. Studentii se vor organiza pe grupe, reprezentat de un student care va susține discursul sau va coordona exercițiile. Bibliografie: aferentă cursului 6.
7. Dosarul de sponsorizare (2 ore)	Prezentare orală Problematizarea Explicația Exercițiul, studiul de caz	Durata laboratorului este de 2 ore. Studentii se vor organiza pe grupe, reprezentat de un student care va susține discursul sau va coordona exercițiile. Bibliografie: aferentă cursului 7.

Bibliografie

7. 1. Armean P., *Management sanitar. Noțiuni fundamentale de sănătate publică*. Editura C.N.I. Coresi, București, 2004
8. Horine L. *Administration of physical education and sport program* (ed. a 2-a), Wm.C. Brown Publishers, Dubuque, 1991
1. Folteanu F. șicolaboratorii, Marketing, Ed. Brumar, Timișoara, 2002
2. Mullin, B.J., Hardy, J., Sotton, Sutton W.A. – *Sport Marketing - Human Kinetics*, 1993
3. C. Negrușicolaboratorii, *Introducere în marketing*, Ed. Augusta, 1998
4. C. Negrușicolaboratorii, *Bazele marketingului*, Ed. Eubeea, Timișoara, 2000
5. Opișan, V, *Marketing și comunicare în sport* – Editura Uranus, București, 2001
- Voicu S., Nagel A., *Introducere în managementul și legislația sportului*, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2003

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile disciplinei sunt abordate în manieră inter-, intra-, trans- și/sau multidiscplinară astfel încât să stimuleze inițiativa, independența în gândire, analiza critică și gândirea creativă, care stau la baza formării la studenți a competențelor necesare cercetării științifice în domeniu, a competențelor profesionale și transversale necesare absolvenților pentru rezolvarea eficientă și creativă a problemelor și a situațiilor noi de muncă;

Studentii vor dobândi deprinderi și abilități de folosire eficientă și corectă a teoriilor din **Administrareașiconducereacentrelor de recuperare.**

Prin studierea aprofundată a conținuturilor oferite de disciplina **Administrareașiconducereacentrelor de recuperare**, masteranzii vor dobândi abilitățile necesare aplicării ei în condiții variate conform programelor școlare în vigoare și corelat cu așteptările angajatorilor: Inspectoratul școlar Județean, Instituțiile de învățământ preuniversitar, asociații profesionale.

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	C. privind nivelul de însușire a conținutului cursului	Observarea curentă – examen scris tip grilă	50 %
10.5. Seminar/laborator	Criteriul progresului	Observarea curentă	50% : 25% probele practice; 25 % - teme, referate, proiecte
	C. bazat pe atitudinea față de disciplină	Testarea cunoștințelor de specialitate un proiect final cu prezentare Power Point	

10.6. Standard minim de performanță

Cunoașterea în linii mari a problematicii cursului;

Realizarea proiectării unităților de conținut pentru ciclul liceal

Nota finală: nota proiect final(50% din nota) + nota seminar (50%)

Absența la seminar înseamnă absență de la examen


Îndeplinirea criteriului de frecvență la curs și lucrări practice (sarcină obligatorie) este o condiție de intrare în examenul practice și la examenul scris.

În cazul în care evaluatorii constată situații în care studentul plagiază, punctajul acordat pentru referat va fi egal cu zero, această situație aducând după sine interzicerea participării la examenul scris până când nu se predă un nou referat care să respecte regulile de scriere și citare.

Evaluarea în sesiunea de restanțe și măririle de notă se bazează pe același sistem de notare. Studentul va face dovada realizării sarcinilor din timpul semestrului.

Data completării
01.09.2017

Semnătura titularului de curs



Semnătura titularului de seminar



Semnătura directorului de departament