

Domeniul: **Marketing**

Programul de studiu: **Marketing și comunicare în afaceri**

Forma de învățământ: **zi**

Durata programului de studiu: **4 semestre**

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Anul I

Cod	Discipline	Tip	Semestrul I				Total ore	Felul verific.	Credite
			C	P	S	L			
DISCIPLINE OBLIGATORII									
UO-FSE.MCA.01.01	Organizarea activității de marketing	DA	2	-	2	-	56	Ex.	9
UO-FSE. MCA.01.02	Psihologia și comportamentul economic de consum	DA	2	-	1	1	56	Ex.	8
UO-FSE. MCA.01.03	Mediul de marketing	DA	2	-	2	-	56	Ex.	8
UO-FSE. MCA.01.04	Comunicare în limba engleză	DA	-	-	1	1	28	Ex.	5
TOTAL			6	-	6	2	196		30

Cod	Discipline	Tip	Semestrul II				Total ore	Felul verific.	Credite
			C	P	S	L			
DISCIPLINE OBLIGATORII									
UO-FSE. MCA.02.01	Media și comunicații de marketing	DA	2	-	1	1	56	Ex.	7
UO-FSE. MCA.02.02	Metode și tehnici de negociere și vânzare	DA	2	-	2	-	56	Ex.	7
UO-FSE. MCA.02.03	Metode și tehnici de cercetare în marketing	DA	2	-	1	1	56	Ex.	6
UO-FSE. MCA.02.04	Etica marketingului	DS	2	-	-	-	28	Ex.	6
UO-FSE. MCA.02.05	Practică	DS					60	Cv.	4
TOTAL			8	-	4	2	256		30

Legendă: Ex. – examen, Cv. – colocviu, Vp. – verificare pe parcurs
 DA – disciplină de aprofundare, DS – disciplină de sinteză

Domeniul: **Marketing**

Programul de studiu: **Marketing și comunicare în afaceri**

Forma de învățământ: **zi**

Durata programului de studiu: **4 semestre**

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Anul II

Cod	Discipline	Tip	Semestrul III				Total ore	Felul verif.	Cre-dite
			C	P	S	L			
DISCIPLINE OBLIGATORII									
UO-FSE. MCA.03.01	Strategii și politici de marketing	DS	2	-	2	-	56	Ex.	8
UO-FSE. MCA.03.02	Sisteme de gestiune a informațiilor de marketing	DA	2	-	1	1	56	Ex.	8
UO-FSE. MCA.03.03	Strategii de marcă	DA	2	-	2	-	56	Ex.	7
UO-FSE. MMK.03.04	Sisteme de aprovizionare și distribuție	DA	2	-	1	-	42	Ex.	7
TOTAL			8	-	6	1	210		30

Cod	Discipline	Tip	Semestrul IV				Total ore	Felul verif.	Cre-dite
			C	P	S	L			
DISCIPLINE OBLIGATORII									
UO-FSE. MCA.04.01	Cercetări aprofundate de marketing	DS	2	-	2	-	48	Ex.	8
UO-FSE. MCA.04.02	Implementarea strategiei de marketing	DS	2	-	2	-	48	Ex.	8
UO-FSE. MCA.04.03	E-marketing	DA	2	-	1	1	42	Vp.	7
UO-FSE. MCA.04.04	Proiecte de marketing	DS	-	2	-	-	24	Cv.	7
TOTAL			6	2	5	1	162		30

Legendă: Ex. – examen, Cv. – colocviu, Vp. – verificare pe parcurs
 DA – disciplină de aprofundare, DS – disciplină de sinteză

I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE MASTER

1. **120** credite pentru disciplinele obligatorii (inclusiv creditele aferente disciplinei Practică)
2. **4** credite la practică
3. **10** credite pentru elaborarea și susținerea lucrării de disertație:

Pentru ocuparea unui post didactic (învățământul gimnazial, liceal sau superior) absolventul trebuie să posede *Certificatul de absolvire* eliberat de către Departamentul pentru pregătirea și perfecționarea personalului didactic. Pentru obținerea certificatului, absolventul trebuie să dobândească creditele aferente disciplinelor de la Modulul Psiho-Pedagogic.

II. DESFĂȘURAREA STUDIILOR (în număr de săptămâni)

Anul	Activități didactice		Practică*	Sesiuni de examene			Vacanța		
	Sem.I	Sem.II		iarnă	vară	restanțe	iarna	primăvara	vara
I	14	14	2 săpt.	3	3	3	2	1	10
II	14	12 + 2 săpt. elab. lucrării de disertație	-	3	3	3	2	1	10

*Practica se organizează pe baza unor programe elaborate în catedre și aprobate de Consiliul Facultății.

Practica se desfășoară în laboratoarele facultății și în unități economice de profil, pe baza unor convenții de practică.

III. NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ LA DISCIPLINELE OBLIGATORII ȘI OPȚIONALE

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II
I	14	14
II	14	14

IV. PONDEREA DISCIPLINELOR DIN CATEGORIILE OBLIGATORII + OPȚIONALE:

- Discipline de aprofundare: 65%;
- Discipline de sinteză: 35%;
- Ore alocate disciplinelor de aprofundare: 68%
- Ore alocate disciplinelor de sinteză: 32%
- Raportul curs / aplicații: 1/1,18.

V. MODUL DE ALEGERE A DISCIPLINELOR OPȚIONALE

Nu există discipline opționale.

VI. EXAMENUL DE DISERTAȚIE

1. Comunicarea temei lucrării de disertație: semestrul 2
2. Elaborarea lucrării de disertație: 2 săptămâni din semestrul 4
3. Susținerea lucrării de disertație: iunie, februarie

VII. COMPETENȚE DOBÂNDITE DE ABSOLVENȚI:

Competențe profesionale:

1. Elaborarea de sinteze, studii și analize aprofundate ale mediului de marketing și ale diferitelor piețe, elemente componente și participanți, sinteza și utilizarea informațiilor economice în vederea fundamentării deciziilor de marketing în cadrul organizațiilor
2. Realizarea de cercetări aprofundate de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul real cât și în mediul online.
3. Fundamentarea, conceperea și implementarea de strategii și politici și planuri în domeniul marketingului organizațiilor
4. Elaborarea și implementarea unor proiecte, instrumente, proceduri și bune practici de marketing ale organizațiilor prin utilizarea conceptelor și metodelor specifice marketingului,
5. Relaționarea eficientă cu diferite categorii de public ale organizațiilor, crearea, dezvoltarea și utilizarea unor instrumente, proceduri și medii și contexte care să faciliteze atât tranzacțiile cât și relațiile cu acestea

Competențe transversale:

6. Coordonarea de echipe profesionale, asumarea, atribuirea și urmărirea îndeplinirii responsabilităților specifice în domeniul economic
7. Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, diagnoza și autocontrolul învățării
8. Fundamentarea și asumarea de strategii economice, în condiții de responsabilitate și autonomie