

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2014-2015

UNIVERSITATEA DIN ORADEA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI**

Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE ECONOMICE**

Domeniul de masterat: **MARKETING**

Domeniul secundar de masterat:

Tipul masteratului: **Cercetare**

Durata studiilor / nr. de credite: **4 semestre/120 credite**

Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (IF)**

1. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

Misiunea programului de studii universitare de master *Marketing și comunicare în afaceri* este să creeze specialiști de marketing cu competențe manageriale, să producă și să distribuie valori, cunoaștere și know-how de specialitate necesare organizațiilor și instituțiilor din mediul economic și social.

2. OBIECTIVELE PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

Obiectivele programului de studii universitare de master *Marketing și comunicare în afaceri* sunt:

1. Să formeze absolvenți, specialiști în marketing, pregătiți să își asume roluri manageriale și să ia decizii în organizații (firme, instituții și organizații nonprofit) în contextele societății cunoașterii, ale dinamicii pieței românești, europene și mondiale, înzestrați cu competențele necesare conducerii marketingului organizațiilor, a comunicării de marketing a acestora, care să se poată integra și contribui la echipe și organizații.
2. Să formeze antreprenori care să valorifice oportunitățile piețelor, să se adapteze la dinamica mediului, să dezvolte afaceri, care să promoveze noi elemente de valoare: bunuri, servicii și elemente de ofertă inovatoare prin care să satisfacă nevoile indivizilor și societății.
3. Să faciliteze procesele de învățare, cercetare și cunoaștere a economiei, marketingului și managementului atât ale studenților, cât și ale absolvenților, ale membrilor comunități universitare, ale indivizilor și organizațiilor partenere din mediile organizaționale, instituționale și de afaceri.
4. Să realizeze parteneriate și să dezvolte permanent o comunitate de indivizi și organizații din mediul economic, social și de afaceri românesc și european care doresc să își dezvolte abilitățile și competențele de marketing, manageriale și antreprenoriale.
5. Să dezvolte o bază de resurse de cunoaștere cuprinzând teorii, concepte, metode, tehnici, instrumente și modele de bune practici, rezultate ale cercetărilor piețelor și mediului de afaceri, să stimuleze cercetarea științifică în domeniul marketingului și a mediului economic și social românesc, european și mondial.
6. Să contribuie la integrarea absolvenților pe piața muncii, în organizații și comunități, în societatea românească, europeană și în viitor
7. Să promoveze principii, valori și bune practici ale marketingului ca domeniu al cunoașterii și practicii economice și sociale.

3. COMPETENȚE CARE SE VOR DOBÂNDI DE ABSOLVENȚI LA FINALIZAREA STUDIILOR

3.1. 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
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

3.2. COMPETENȚE TRANSVERSALE:

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

4. FINALITĂȚI

Titlu de absolvire: Masterat în Marketing și comunicare în afaceri

Denumire calificare: Marketing și comunicare în afaceri

Cod calificare: M40707008010, M40704001040

Ocupații posibile pentru absolventul cu *Diplomă de master, conform Clasificării Ocupațiilor din România ISCO 08 (COR):*

Cod 122101- șef serviciu marketing; Cod 122102- șef birou marketing; Cod 122107- manager marketing (tarife, contracte, achiziții); Cod 122108- conducător firma mică patron (girant) în afaceri, intermediari și alte servicii comerciale; Cod 122201- șef agenție reclamă publicitară; Cod 122202- șef birou reclamă publicitară; Cod 122203 - șef serviciu reclamă publicitară; Cod 241230 - ofițer bancar (credite, marketing, produse și servicii bancare); Cod 243102 organizator activitate turism (studii superioare); Cod 243103 - specialist marketing; Cod 243104- manager de produs; 243201 specialist în relații publice; Cod 243202 mediator; Cod 243203- referent de specialitate marketing; Cod 243204-specialist protocol și ceremonial; Cod 243206 - purtător de cuvânt; Cod 243207 - brand manager; Cod 243208- organizator protocol; Cod 243209 - organizator relații; Cod 243210- organizator târguri și expoziții; 243211 prezentator expoziții; Cod 243212 - specialist relații sociale; Cod 243213- expert relații externe; Cod 243216- analist servicii client; Cod 243217 asistent director/responsabil de funcțiune (studii superioare); Cod 243218- corespondent comercial; Cod 243219 - asistent comercial; 243220 - specialist în activitatea de lobby



UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
Ciclul de studii universitare de masterat
 Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI**
 Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE ECONOMICE**
 Domeniul de masterat: **MARKETING**
 Domeniul secundar de masterat:
 Tipul masteratului: **Cercetare**
 Durata studiilor / nr. de credite: **4 semestre/120 credite**
 Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (IF)**

Valabil din anul univ.
 2014-2015
 începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**
 Anul de studiu I

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul I				Total ore	Felul verif.	Credite	SI [ore]	Condiționări
			C	S	L	P					
OBLIGATORII IMPUSE											
FSTE-0254	Organizarea activității de marketing	DAP	2	2	-	-	56	Ex	9	196	
FSTE-0257	Psihologia și comportamentul economic de consum	DAP	2	1	1	-	56	Ex	8	168	
FSTE-0250	Mediul de marketing	DAP	2	2	-	-	56	Ex	8	168	
FSTE-0036	Comunicare în limba engleză	DAP	-	1	1	-	28	Ex	5	112	
TOTAL			6	6	2	-	196		30	644	

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul II				Total ore	Felul verif.	Credite	SI [ore]	Condiționări
			C	S	L	P					
OBLIGATORII IMPUSE											
FSTE-0249	Media și comunicații de marketing	DAP	2	1	1	-	56	Ex	7	140	
FSTE-0253	Metode și tehnici de negociere și vânzare	DAP	2	2	-	-	56	Ex	7	140	
FSTE-0251	Metode și tehnici de cercetare în marketing	DAP	2	1	1	-	56	Ex	6	112	
FSTE-0238	Etica marketingului	DSI	2	-	-	-	28	Ex	6	140	
FSTE-0444	Practică	DSI	-	-	-	-	60	Cv	4	52	
TOTAL			8	4	2	-	256		30	584	

Legendă: C - Curs; S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual;
 DAP - Disciplină de Aprofundare; DSI - Disciplină de Sinteză; DCA - Disciplină de Cunoaștere Avansată
 Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.



[Signature]

Director departament,
 Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA



RECTOR,
 Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU



Conf. univ. dr. Adriana GIURGIU

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**
 Anul de studiu **II**

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul III				Total ore	Felul verif.	Credite	SI [ore]	Condiționări
			C	S	L	P					
OBLIGATORII IMPUSE											
FSTE-0263	Strategii și politici de marketing	DSI	2	2	-	-	56	Ex	8	168	
FSTE-0261	Sisteme de gestiune a informațiilor de marketing	DAP	2	1	1	-	56	Ex	8	168	
FSTE-0262	Strategii de marcă	DAP	2	2	-	-	56	Ex	7	140	
FSTE-0260	Sisteme de aprovizionare și distribuție	DAP	2	1	-	-	42	Ex	7	154	
TOTAL			8	6	1	-	210		30	630	

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul IV				Total ore	Felul verif.	Credite	SI [ore]	Condiționări
			C	S	L	P					
OBLIGATORII IMPUSE											
FSTE-0233	Cercetări aprofundate de marketing	DSI	2	2	-	-	48	Ex	8	176	
FSTE-0239	Implementarea strategiei de marketing	DSI	2	2	-	-	48	Ex	8	176	
FSTE-0237	E-marketing	DAP	2	1	1	-	48	Vp	7	148	
FSTF-0411	Proiecte de marketing	DSI	-	-	-	2	24	Cv	7	172	
TOTAL			6	5	1	2	168		30	672	

Legendă: C - Curs; S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual;
 DAP - Disciplină de Aprofundare; DSI - Disciplină de Sinteză; DCA - Disciplină de Cunoaștere Avansată
 Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.



Director departament,
 Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA



Conf. univ. dr. Adriana GIURGIU

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
Ciclul de studii universitare de masterat
Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI**
Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE ECONOMICE**
Domeniul de masterat: **MARKETING**
Domeniul secundar de masterat:
Tipul masteratului: **Cercetare**
Durata studiilor / nr. de credite: **4 semestre/120 credite**
Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (IF)**

Valabil din anul univ.
2014-2015
începând cu anul I

I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE MASTER

Număr credite alocate, conform legislației: 120

- 120 credite pentru disciplinele obligatorii impuse;
- 0 credite pentru disciplinele obligatorii opționale;
- 4 credite la practică incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1 și pct.2;
- 10 credite pentru elaborarea lucrării de disertație (incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1);
- 10 credite alocate examenului de disertație, constând în prezentarea și susținerea disertației.

II. STRUCTURA ANULUI UNIVERSITAR (în număr de săptămâni)

Anul	Activități didactice		Sesiuni de examene					Practică*	Vacanță		
	sem. I	sem. II	Iarnă	Restanțe Iarnă	Vară	Restanțe Vară	Restanțe Toamnă		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	14	14	3	1	3	2	1	2	2	1	10
Anul II	14	12	3	1	3	2	1	-	2	1	7

III. NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ LA DISCIPLINELE OBLIGATORII (IMPUSE ȘI OPȚIONALE)

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II
Anul I	14	14
Anul II	15	14

Nr. Crt.	Disciplina	Nr. de ore		Total		Standard ARACIS [min / max. %]
		An I	An II	Ore	%	
1.	Obligatorii:	452	372	824	100	-
2.	Opționale:	0	0	0	0	-
TOTAL		452	372	824	100	100
3.	Facultative	0	0	0	0	-

Nr. Crt.	Disciplina	Nr. de ore		Total		Standard ARACIS [min / max. %]
		An I	An II	Ore	%	
1.	De aprofundare	364	196	560	67,96	-
2.	De sinteză	88	176	264	32,04	-
TOTAL		452	372	824	100	100



IV. PONDEREA DISCIPLINELOR DIN CATEGORIILE OBLIGATORII (IMPUSE +OPȚIONALE) + FACULTATIVE:

Număr total de ore : 824

din care:

- Total număr ore curs: 446
- Total număr ore aplicații: 378
- Discipline obligatorii (pondere în total discipline): 100%;
- Discipline opționale (pondere în total discipline): 0%;
- Discipline de aprofundare (pondere în total discipline): 65%;
- Discipline de sinteză (pondere în total discipline): 35%;
- Raportul nr. ore săptămânale curs / aplicații: 1/1,19;
- Ore alocate disciplinelor obligatorii (% din total): 100%;
- Ore alocate disciplinelor opționale (% din total): 0%;
- Ore alocate disciplinelor de aprofundare (% din total): 68%;
- Ore alocate disciplinelor de sinteză (% din total): 32%;
- Raportul total ore curs / total ore aplicații: 1/1,18.

Numărul total de credite: 120

- Credite aferente disciplinelor de aprofundare din totalul de credite obligatorii: 79 / 120 (65,83%);
- Credite aferente disciplinelor de sinteză din totalul de credite obligatorii: 41 / 120 (34,16%).

Ponderea în Planul de învățământ:

Total ore, inclusiv facultative= 824

D obligatorii / Total = 824 / 824 = 100%

Raport ore prelegeri /seminarii = 378 / 446 = 1 / 0,847

Ponderea practicii în Planul de învățământ : 60 / 824 = 7,28%

Raport examene / colocvii, proiecte = 14 Ex / 3 Cv,P = 1 / 0,21

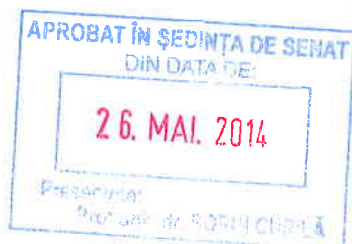
V. FLEXIBILITATEA PROCESULUI EDUCAȚIONAL

Flexibilitatea programului de studii este asigurată prin discipline opționale și facultative. Disciplinele opționale sunt propuse pentru semestrele 1 ÷ 6/8/12 și sunt grupate în discipline opționale sau pachete opționale. Din fiecare pachet de discipline opționale studentul alege una care devine obligatorie. Această activitate se desfășoară înainte de începerea anului universitar din care fac parte semestrele care conțin disciplinele sau pachetele de discipline opționale.

VI. EXAMENUL DE FINALIZARE STUDII (DISERTAȚIE)

1. Comunicarea temei disertației: semestrul II;
2. Elaborarea disertației: 10 x 28 ore = 280 ore, semestrele III și IV;
3. Susținerea disertației: luna iulie / septembrie.

VII. UN PUNCT DE CREDIT NECESITĂ UN TOTAL DE 28 ORE/SEMESTRU DE ACTIVITATE DIDACTICĂ ȘI INDIVIDUALĂ



[Handwritten signature]