

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

începând cu anul universitar 2012-2013

UNIVERSITATEA DIN ORADEA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

*Programul de studii universitare de licență: **MARKETING***

*Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE ECONOMICE***

*Domeniul de licență: **MARKETING***

*Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite***

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

1. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING

Misiunea programului de studii universitare de licență Marketing este să creeze lideri de piață, atât prin formarea de absolvenți care au competențe generale necesare desfășurării activității de marketing în cadrul organizațiilor, care pot să producă valoare și pot să își aducă aportul la dobândirea avantajului competitiv pe piață de către organizații, cât și prin furnizarea către organizații a resurselor de cunoaștere și know-how necesare satisfacerii nevoilor și așteptărilor clienților lor în scopul creșterii competitivității și profitabilității lor, a dobândirii poziției de lider de piață.

2. OBIECTIVELE PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING

Să formeze absolvenți pregătiți să lucreze în organizații (firme, instituții și organizații nonprofit) în contextele societății cunoașterii, ale pieței românești, europene și mondiale, capabili să le orienteze către atât către resurse cât și către nevoile pieței și clienților, să maximizeze performanțele de marketing, să obțină avantaj competitiv prin utilizarea tehnologiilor, să faciliteze comunicarea, interacțiunile și relațiile cu clienții și partenerii de afaceri, să îmbunătățească procesele de afaceri, comunicare și vânzare, absolvenți înzestrați cu competențele necesare realizării de cercetări temeinice ale pieței și mediului economic și social, cu abilități antreprenoriale de valorificare a oportunităților pieței.

Să formeze antreprenori capabili să identifice și să valorifice oportunități ale pieței, să inițieze afaceri, să construiască echipe și organizații, să dezvolte și să promoveze noi produse și valori care să satisfacă nevoile indivizilor și societății.

Să faciliteze procesele de învățare, cercetare și cunoaștere a marketingului ale studenților, absolvenților, membrilor comunități universitare și ale indivizilor și organizațiilor din mediile organizaționale, instituționale și de afaceri.

Să realizeze 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.

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.

Să contribuie la integrarea absolvenților pe piața muncii, în organizații și comunități, în societatea românească, europeană și în viitor

Să promoveze principii, valori și bune practici ale marketingului ca domeniul al cunoașterii și practicii economice și sociale.

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

Competențe profesionale:

1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing
2. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing
3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul sau
4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing
5. Utilizarea tehnicilor de vânzare
6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației

Competențe transversale:

1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă
2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei
3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

4. FINALITĂȚI

Titlu de absolvire: Licențiat în Științe Economice

Denumire calificare: Marketing

Cod calificare: L070080010

Ocupații posibile pentru absolventul cu Diplomă de licență, conform „Clasificării Ocupațiilor din România” – ISCO – 08 (COR):

Consilier vânzări asigurări - 241604; Organizator târguri și expoziții - 241911; Specialist marketing - 241921; Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing - 244104; Specialist în relații publice - 244701; Referent de specialitate marketing - 244703.

Noi ocupații propuse pentru a fi incluse în COR:

Promotor, Designer spații expunere produse, Tehnoredactor material promoționale, Webdesigner, Asistent Product Manager, Media Planner, Consultant vânzări, Referent comerț exterior (studii superioare), Agent vânzări (studii superioare), Asistent în relații publice și comunicare (studii superioare), Operator de interviu (studii superioare), Asistent brand manager, Agent contractari și achizitii (studii superioare)

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
Anul I

Cod	Discipline	Tip	Semestrul I				Total ore	Felul verif.	Cre-dite	SI [ore]	Condi-ționări
			C	S	L	P					
DISCIPLINE OBLIGATORII (IMPUSE)											
UO.FSE.MK.01.01	Microeconomie	DF	2	1	-	-	42	Ex	5	98	
UO.FSE.MK.01.02	Bazele contabilității	DF	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.01.03	Statistică economică	DF	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.01.04	Informatică economică	DF	2	-	2	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.01.05	Matematici aplicate în economie	DF	2	1	-	-	42	Ex	5	98	
UO.FSE.MK.01.06	Limba străină pentru afaceri I.1	DC	1	1	-	-	28	Cv	5	112	
	TOTAL		11	7	2	-	280		30	560	
UO.FSE.MK.01.07	Educație Fizică I	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	14	

Cod	Discipline	Tip	Semestrul II				Total ore	Felul verif.	Cre-dite	SI [ore]	Condi-ționări
			C	S	L	P					
DISCIPLINE OBLIGATORII (IMPUSE)											
UO.FSE.MK.02.01	Macroeconomie	DF	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.02.02	Management	DF	2	2	-	-	56	Ex	6	112	
UO.FSE.MK.02.03	Marketing	DF	2	2	-	-	56	Ex	6	112	
UO.FSE.MK.02.04	Drept	DF	1	1	-	-	28	Cv	3	56	
UO.FSE.MK.02.05	Doctrină economice contemporane	DC	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.02.06	Limba străină pentru afaceri I.2	DC	1	1	-	-	28	Cv	5	112	
	TOTAL		10	10	-	-	280		30	560	
UO.FSE.MK.02.07	Educație Fizică II	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	14	

Legendă: DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activități Practice;
 Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
 Conf. univ. dr. Dorin Cristian COITA



RECTOR,
 Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU

COORDONATOR PROGRAM DE STUDIU,
 Conf. univ. dr. Naiana Nicoleta ȚARĂ



DECAN,
 Conf. univ. dr. Adriana GIURGIU

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
Anul II

Cod	Discipline	Tip	Semestrul III				Total ore	Felul verif.	Cre-dite	SI [ore]	Condi-ționări
			C	S	L	P					
DISCIPLINE OBLIGATORII (IMPUSE)											
UO.FSE.MK.03.01	Contabilitate	DF	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.03.02	Finanțe publice	DF	2	1	-	-	42	Ex	5	98	
UO.FSE.MK.03.03	Sisteme și aplicații informatice în economie	DS	2	-	2	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.03.04	Economie europeană	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.03.05	Limba străină pentru afaceri I.3	DS	-	2	-	-	28	Cv	5	112	
	TOTAL		8	7	2	-	238		25	462	
DISCIPLINE OPȚIONALE											
UO.FSE.MK.03.06	Comunicare și negociere în afaceri	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
UO.FSE.MK.03.07	Etica afacerilor	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
UO.FSE.MK.03.08	Analiza informațiilor de marketing	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
UO.FSE.MK.03.09	Relații publice	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
	TOTAL		2	2	-	-	56		5	84	
UO.FSE.MK.03.10	Educație Fizică III	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	14	
DISCIPLINE FACULTATIVE											
UO.FSE.MK.03.11	Sisteme de gestionare a informației	DS	2	-	2	-	56	Cv	3	28	

Cod	Discipline	Tip	Semestrul IV				Total ore	Felul verif.	Cre-dite	SI [ore]	Condi-ționări
			C	S	L	P					
DISCIPLINE OBLIGATORII (IMPUSE)											
UO.FSE.MK.04.01	Finanțele întreprinderii	DS	2	2	-	-	56	Ex	4	56	
UO.FSE.MK.04.02	Econometrie	DF	2	1	-	-	42	Ex	4	70	
UO.FSE.MK.04.03	Tranzacții internaționale	DS	2	2	-	-	56	Ex	4	56	
UO.FSE.MK.04.04	Cercetări de marketing	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.04.05	Limba străină pentru afaceri I.4	DS	-	2	-	-	28	Cv	5	112	
UO.FSE.MK.04.06	Practică	DS	-	-	-	-	90	Cv	3		
	TOTAL		8	9	-	-	328		25	378	
DISCIPLINE OPȚIONALE											
UO.FSE.MK.04.07	Marketing agroalimentar	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
UO.FSE.MK.04.08	Monedă și credit	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
UO.FSE.MK.04.09	Gestiunea forțelor de vânzare	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
UO.FSE.MK.04.10	Economia întreprinderii	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	84	
	TOTAL		2	2	-	-	56		5	84	
UO.FSE.MK.04.11	Educație Fizică IV	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	14	
DISCIPLINE FACULTATIVE											
UO.FSE.MK.04.12	Limba străină pentru afaceri II (alta decât cea obligatorie)	DC	1	1	-	-	28	Cv	3	56	

Legendă: DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activități Practice;
 Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.

DIRECTOR DE DEPARTAMENT
 Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA



COORDONATOR PROGRAM DE STUDIU,
 Conf. univ. dr. Naiana Nicoleta ȚARCĂ



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
Anul III

Cod	Discipline	Tip	Semestrul V				Total ore	Felul verific.	Credite	SI [ore]	Condiționări
			C	S	L	P					
DISCIPLINE OBLIGATORII (IMPUSE)											
UO.FSE.MK.05.01	Știința mărfurilor	DS	2	2	-	-	56	Ex	4	56	
UO.FSE.MK.05.02	Marketing internațional	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.05.03	Marketingul serviciilor	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	84	
UO.FSE.MK.05.04	Tehnici de vânzare	DS	2	2	-	-	56	Ex	4	56	
UO.FSE.MK.05.05	Logistică	DS	2	2	-	-	56	Ex	4	56	
UO.FSE.MK.05.06	Baze de date aplicate în marketing	DS	1	-	2	-	42	Cv	4	70	
TOTAL			11	10	2	-	322		26	406	
DISCIPLINE OPȚIONALE											
UO.FSE.MK.05.07	Marketing direct	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	70	
UO.FSE.MK.05.08	Marketingul organizațiilor non-profit	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	70	
UO.FSE.MK.05.09	Managementul serviciilor	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	70	
UO.FSE.MK.05.10	Tehnica operațiunilor de comerț exterior	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	70	
TOTAL			2	1	-	-	42		4	70	
DISCIPLINE FACULTATIVE											
UO.FSE.MK.05.11	Correspondență comercială în limba străină II.1 (alta decât cea obligatorie)	DC	1	1	-	-	28	Cv	3	56	

Cod	Discipline	Tip	Semestrul VI				Total ore	Felul verific.	Credite	SI [ore]	Condiționări
			C	S	L	P					
DISCIPLINE OBLIGATORII (IMPUSE)											
UO.FSE.MK.06.01	Comportamentul consumatorului	DS	2	2	-	-	48	Ex	5	92	
UO.FSE.MK.06.02	Managementul calității	DS	2	1	-	-	36	Ex	4	76	
UO.FSE.MK.06.03	Tehnici promoționale	DS	2	2	-	-	48	Cv	4	64	
UO.FSE.MK.06.04	Marketingul micilor afaceri	DS	2	2	-	-	48	Ex	5	92	
UO.FSE.MK.06.05	Managementul resurselor umane	DS	2	1	-	-	36	Ex	4	76	
UO.FSE.MK.06.06	Proiecte de marketing	DS	-	-	-	2	24	Cv	4	88	
TOTAL			10	8	-	2	240		26	488	
DISCIPLINE OPȚIONALE											
UO.FSE.MK.06.07	Marketing business to business	DS	2	1	-	-	36	Ex	4	76	
UO.FSE.MK.06.08	Antreprenoriat	DS	2	1	-	-	36	Ex	4	76	
UO.FSE.MK.06.09	Managementul proiectelor	DS	2	1	-	-	36	Ex	4	76	
UO.FSE.MK.06.10	Management comercial	DS	2	1	-	-	36	Ex	4	76	
TOTAL			2	1	-	-	36		4	76	
LICENȚĂ											
UO.FSE.MK.06.11	Elaborarea lucrării de licență	DS	-	-	-	-	80	Vp	10	200	
DISCIPLINE FACULTATIVE											
UO.FSE.MK.06.12	Correspondență comercială în limba străină II.2 (alta decât cea obligatorie)	DC	1	1	-	-	24	Cv	3	60	

Legendă: DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activități Practice;
 Felul verific. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
 Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COTTA

RECTOR,
 Prof. univ. dr. Constantin BUNĂU



COORDONATOR PROGRAM DE STUDIU,
 Conf. univ. dr. Naiana Nicoleta ȚARČĂ

Conf. univ. dr. Adriana GIURGIU



I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE LICENȚĂ

Număr credite alocate, conform legislației: **180**

- 162 credite pentru disciplinele obligatorii (impuse), (inclusiv creditele aferente disciplinei Practică și exclusiv creditele alocate disciplinei Educație fizică),
- 3 credite la practică incluse în numărul de credite alocate disciplinelor obligatorii din pct.1 și pct.2,
- 4 credite pentru Educație Fizică (complementare, suplimentare).
- 10 credite pentru elaborarea lucrării de licență,
- 10 credite pentru susținerea examenului de licență, constând din:
 - 5 credite pentru proba "Cunoștințe fundamentale și de specialitate".
 - 5 credite pentru proba "Susținerea lucrării de licență".

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	1	2	-	2	1	10
Anul II	14	14	3	1	3	1	2	3	2	1	7
Anul III	14	12	3	1	3	1	2	-	2	1	-

*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 (IMPUSE ȘI OPȚIONALE)

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II
Anul I	21	21
Anul II	22	22
Anul III	26	23

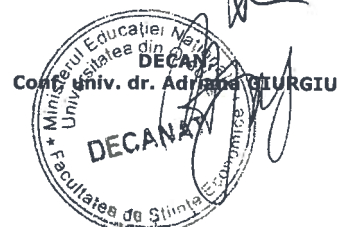
Nr. Crt.	Disciplina	Nr. de ore			Total		Standard ARACIS [min / max. %]
		An I	An II	An III	Ore	%	
1.	Obligatorii	588	594	642	1824	84,84	80-90
2.	Opționale	-	112	78	190	8,84	5-10
	TOTAL	588	706	720	2014	93,68	90-95
3	Facultative	-	84	52	136	6,32	5-10

Nr. Crt.	Disciplina	Nr. de ore			Total		Standard ARACIS [min / max. %]
		An I	An II	An III	Ore	%	
1.	Fundamentale	448	140	-	588	29,20	20-30
2.	În domeniul de specialitate	-	594	720	1258	62,46	55-70
3.	Complementare	140	28	-	168	8,34	5-10
	TOTAL	588	790	772	2014	100	100

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
 Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COLTA



COORDONATOR PROGRAM DE STUDIU,
 Conf. univ. dr. Naiana Nicoleta ȚARCĂ



UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
Programul de studii universitare de licență: **MARKETING**
Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE ECONOMICE**
Domeniul de licență: **MARKETING**
Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**
Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (IF)**

Valabil din anul univ.
2012-2013
începând cu anul I

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

Număr total de ore (inclusiv facultative): 2150

din care:

- Total număr ore curs: 968
- Total număr ore aplicații: 1182

- Discipline obligatorii (pondere în total discipline): 83,33%;
- Discipline opționale (pondere în total discipline): 8,24%;
- Discipline facultative (pondere în total discipline): 8,33%;
- Discipline fundamentale (pondere în total discipline): 25,00%;
- Discipline de specialitate (pondere în total discipline): 54,17%;
- Discipline complementare (pondere în total discipline): 20,83%;
- Raportul nr. ore săptămânale curs / aplicații: 1 / 1,04

- Ore alocate disciplinelor obligatorii (% din total): 84,84%;
- Ore alocate disciplinelor opționale (% din total): 8,84%;
- Ore alocate disciplinelor facultative (% din total): 6,32%;
- Ore alocate disciplinelor fundamentale (% din total): 29,20%;
- Ore alocate disciplinelor de specialitate (% din total): 62,46%;
- Ore alocate disciplinelor complementare (% din total): 8,34%;
- Raportul total ore curs / total ore aplicații: 1 / 1,18.

Numărul total de credite: 180

- Credite aferente disciplinelor fundamentale din totalul de credite obligatorii: 30,41%;
- Credite aferente disciplinelor de specialitate din totalul de credite obligatorii: 59,80%;
- Credite aferente disciplinelor complementare din totalul de credite obligatorii: 9,79%;
- Credite aferente disciplinelor care asigură formarea de baza a unui economist: 73.

Ponderea în Planul de învățământ:

Total ore, inclusiv facultative= 2014 + 136 = 2150

D obligatorii / Total = 1824/ 2150 = 84,84%

D opționale / Total = 190/ 2150 = 8,84%

D facultative/ Total = 136/ 2150 = 6,32%

T1 = ore obligatorii + opționale = 2014

D obligatorii / T1 = 1824/ 2014 = 90,57%

D opționale / T1 = 190/ 2014 = 9,43%

D facultative/ T1 = 136/ 2014 = 6,75%

DF/ T1 = 588/ 2014 = 29,20%

DS/ T1 = 1258/ 2014 = 62,46%

DC/ T1 = 168/ 2014 = 8,34%

Raport ore prelegeri /seminarii = 968/1046 = 1/1,07*

*1046 = 1182 + 80 (elaborare lucrare licență) - 56 (Educație fizică)

Ponderea practicii în Planul de învățământ : 90/ 2014 = 4,47%

Ponderea activității de elaborare a lucrării de licență în Planul de învățământ: 80/2014 = 3,97%

Ponderea activității de elaborare a lucrării de licență în ore DS (obligatorii + opționale): 80/1258 = 6,36%

Raport examene / colocvii = 26 Ex / 17 Cv = 1 / 0,65

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 (LICENȚĂ)

1. Comunicarea temei lucrării de licență: semestrul 4;
2. Elaborarea lucrării de licență: semestrele 5 și 6;
3. Susținerea lucrării de licență: luna iulie/februarie.

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

DIRECTOR DE DEPARTAMENT
Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA

RECTOR,
Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU

COORDONATOR PROGRAM DE STUDIU,
Conf. univ. dr. Naiana Nicoleta TARCA

Conf. univ. dr. Adriana GIURGIU

VIII. DISTRIBUIREA CREDITELOR PE COMPETENȚE (TABELE RNCIS - Grila 1*)
Programul de studii: MARKETING

Nr. crt.	Disciplina **	Sem.	Număr credite	Competențe profesionale						Competențe transversale			
				C1	C2	C3	C4	C5	C6	CT1	CT2	CT3	
1.	Microeconomie	I	5	2		1		1			0,5	0,5	
2.	Bazele contabilității	I	5			2		2	1				
3.	Statistică economică	I	5	2		2		1					
4.	Informatică economică	I	5		4,5						0,5		
5.	Matematici aplicate în economie	I	5	5									
6.	Limba străină pentru afaceri I.1	I	5	3				2					
7.	Educație Fizică I	I	1								1		
8.	Macroeconomie	II	5			5							
9.	Management	II	6			3				3			
10.	Marketing	II	6	1		3	1			1			
11.	Drept	II	3	2				1					
12.	Doctrină economică contemporană	II	5	1,5		2					0,5	0,5	0,5
13.	Limba străină pentru afaceri I.2	II	5	2		2	1						
14.	Educație Fizică II	II	1								1		
15.	Contabilitate	III	5			2		2			0,5	0,5	
16.	Sinanțe publice	III	5			4,5					0,5		
17.	Sisteme și aplicații informatice în economie	III	5		4,5						0,5		
18.	Economie europeană	III	5			3,5					0,5	0,5	0,5
19.	Limba străină pentru afaceri I.3	III	5	2,5		0,5	0,5				0,5	0,5	0,5
20.	Educație Fizică III	III	1								1		
21.	Comunicare și negociere în afaceri	III	5			2		2			0,5	0,5	
22.	Etica afacerilor	III	5			1,5			2		0,5	0,5	0,5
23.	Analiza informațiilor de marketing	III	5		3	1				1			
24.	Relații publice	III	5			1	2			2			
25.	Sisteme de gestionare a informației	III	3		2,5						0,5		
26.	Finanțele întreprinderii	IV	4			2				2			
27.	Econometrie	IV	4	1	1	1			0,5	0,5			
28.	Tranzacții internaționale	IV	4	1,5	1,5	1							
29.	Cercetări de marketing	IV	5	2	2	0,5					0,5		
30.	Limba străină pentru afaceri I.4	IV	5	2		1	0,5				0,5	0,5	0,5
31.	Practică	IV	3	0,5	0,5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,5	0,5		
32.	Educație Fizică IV	IV	1								1		
33.	Marketing agroalimentar	IV	5	2		1	1	1					
34.	Monedă și credit	IV	5			4,5					0,5		
35.	Gestiunea forțelor de vânzare	IV	5						2	3			
36.	Economia întreprinderii	IV	5	1		3					0,5	0,5	
37.	Limba străină pentru afaceri II (alta decât cea obligatorie)	IV	3	0,5		0,5	0,5				0,5	0,5	0,5
38.	Știința mărfurilor	V	4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5			0,5	0,5	0,5
39.	Marketing internațional	V	5	2		2	1						
40.	Marketingul serviciilor	V	5	1		1	1			2			
41.	Tehnici de vânzare	V	4	1					2	1			
42.	Logistică	V	4	1	1	1					0,5	0,5	
43.	Baze de date aplicate în marketing	V	4		3						0,5	0,5	
44.	Marketing direct	V	4	1	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
45.	Marketingul organizațiilor non-profit	V	4	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5				
46.	Managementul serviciilor	V	4	1	1	1					0,5	0,5	
47.	Tehnica operațiunilor de comerț exterior	V	4	0,5		0,5			1	0,5	0,5	0,5	0,5
48.	Correspondență comercială în limba străină II.1 (alta decât cea obligatorie)	V	3						1,5		0,5	0,5	0,5
49.	Comportamentul consumatorului	VI	5	2		1,5					0,5	0,5	0,5
50.	Managementul calității	VI	4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5			0,5	0,5	0,5
51.	Tehnici promoționale	VI	4						2	2			
52.	Marketingul micilor afaceri	VI	5				2			3			
53.	Managementul resurselor umane	VI	4			1,5				1	0,5	0,5	0,5
54.	Proiecte de marketing	VI	4	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5				
55.	Marketing business to business	VI	4				2			2			
56.	Antreprenariat	VI	4			4							
57.	Managementul proiectelor	VI	4		0,5	1		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
58.	Management comercial	VI	4			1		1,5			0,5	0,5	0,5
59.	Elaborarea lucrării de licență	VI	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60.	Correspondență comercială în limba străină II.2 (alta decât cea obligatorie)	VI	3						1,5		0,5	0,5	0,5

Legenda: C1 ÷ C6 - Competențe profesionale; CT1 ÷ CT3 - Competențe transversale

* Se va utiliza Grila 1 (G1 - Descrierea domeniului / programului de studii prin competențe profesionale și competențe transversale) care prezintă variantele: G1L și G1M corepunzătoare ciclurilor de studii de licență și masterat, în conformitate cu Ordinul MECS nr. 5703 / 18.10.2011.

** Se vor trece toate disciplinele din Planul de Învățământ

DIRECTOR DE DEPARTAMENT
Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA

RECTOR,
Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU



COORDONATOR PROGRAM DE STUDIU,
Conf. univ. dr. Naiana Nicoleta ȚARCĂ

DECAN
Conf. univ. dr. Naiana GIURGIU



GRILA 1 (G1 - Descrierea domeniului / programului de studii prin competențe profesionale și competențe transversale) în conformitate cu Ordinul MECS nr. 5703 / 18.10.2011

	Competențe profesionale					
<i>Descriptori de nivel ai elementelor structurale ale competențelor profesionale</i>	C1. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing	C2. Utilizarea instrumentelor si a aplicatiilor informatice in activitatile de marketing	C3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizatia si mediul sau	C4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing	C5. Utilizarea tehnicilor de vanzare	C6. Organizarea activitatilor de marketing în cadrul organizatiei
CUNOȘTINȚE						
1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională	C1.1 Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing	C2.1 Identificarea și descrierea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing	C3.1 Definirea mediului organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia	C4.1 Definirea conceptelor și descrierea politicilor mix-ului de marketing	C5.1 Utilizarea tehnicilor de vanzare	C6.1 Identificarea și definirea rolului departamentului de marketing în cadrul organizației
2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului	C1.2 Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing	C2.2 Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing	C3.2 Interpretarea impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației	C4.2 Explicarea mix-ului de marketing	C5.2 Explicarea tehnicilor de vanzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare	C6.2 Explicarea principalelor atribuții și activități ale departamentului de marketing.
ABILITĂȚI						
3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată	C1.3 Aplicarea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing	C2.3 Folosirea softurilor în activități de marketing	C3.3 Identificarea și selectarea factorilor care influențează funcționarea organizației	C4.3 Aplicarea cunoștințelor specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea unui program de marketing	C5.3 Aplicarea tehnicilor de vanzare și a instrumentelor specifice de comunicare	C6.3 Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru organizarea activităților de marketing
4. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și roluri	C1.4 Studiarea comparativă și evaluarea critică a metodelor, tehnicilor și instrumentelor în activitatea de marketing	C2.4 Evaluarea critică a caracteristicilor instrumentale ale principalelor softuri folosite în activitatea de marketing	C3.4 Evaluarea și clasificarea factorilor care influențează funcționarea organizației	C4.4 Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing	C5.4 Analiza și evaluarea tehnicilor de vanzare și a instrumentelor specifice de comunicare	C6.4 Analiza și evaluarea critică a activităților în cadrul departamentului de marketing
5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu	C1.5 Proiectarea unui studiu de marketing	C2.5 Dezvoltarea și utilizarea bazelor de date specifice activității de marketing	C3.5 Elaborarea unui proiect de analiza a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței	C4.5 Proiectarea programelor de marketing	C5.5 Proiectarea programului de comunicare în vanzări	C6.5 Propunerea modalităților de creștere a eficienței organizării activităților de marketing
Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței	Realizarea unui studiu de marketing	Elaborarea unui raport de marketing utilizând aplicațiile informatice	Elaborarea unei analize SWOT	Conceperea și realizarea unui program de marketing	Proiectarea programului de comunicare în vanzări	Elaborarea unui proiect de organizare a activităților de marketing

Descriptori de nivel ai competențelor transversale	Competențe transversale	Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței
6. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restransă și asistență calificată	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă	Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale
7. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuția de sarcini pentru nivelurile subordonate	CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei	Realizarea unei lucrări/unui proiect, asumând cu responsabilitate sarcini specifice rolului într-o echipă plurispecializată
8. Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea	CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și	Elaborarea și susținerea cu argumente a aplicării unui

eficiență a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională

valorificarea eficiența a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

plan personal de dezvoltare profesională

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA



RECTOR,
Prof. univ. dr. Constantin BUNGAU



COORDONATOR PROGRAM DE STUDIU,
Conf. univ. dr. Naiana Nicoleta ȚARCĂ

Conf. univ. dr. Adriana GIURGIU

