PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2017-2018

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 la distanță (ID)**

1. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING

Misiunea programului de studii universitare de licenţă *Marketing* este să creeze lideri de piaţă, atât prin formarea de absolvenţi care au competenţe generale necesare desfăşurării activităţii de marketing în cadrul organizaţiilor, care pot să producă valoare şi pot să îşi aducă aportul la dobândirea avantajului competitiv pe piaţă de către organizaţii, cât şi prin furnizarea către organizaţii a resurselor de cunoaştere şi know-how necesare satisfacerii nevoilor şi aşteptărilor clienţilor lor în scopul creşterii competitivităţii şi profitabilităţii lor, a dobândirii poziţiei de lider de piaţă.

2. OBIECTIVELE PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING

Să formeze absolvenţi pregătiţi să lucreze în organizaţii (firme, instituţii şi organizaţii nonprofit) în contextele societăţii cunoaşterii, ale pieţei româneşti, europene şi mondiale, capabili să le orienteze către atât către resurse cât şi către nevoile pieţei şi clienţilor, să maximizeze performanţele de marketing, să obţină avantaj competitiv prin utilizarea tehnologiilor, să faciliteze comunicarea, interacţiunile şi relaţiile cu clienţii şi partenerii de afaceri, să îmbunătăţească procesele de afaceri, comunicare şi vânzare, absolvenţi înzestraţi cu competenţele necesare realizării de cercetări temeinice ale pieţei şi mediului economic şi social, cu abilităţi antreprenoriale de valorificare a oportunităţilor pieţei.
Să formeze antreprenori capabili să identifice şi să valorifice oportunităţi ale pieţei, să iniţieze afaceri, să construiască echipe şi organizaţii, să dezvolte şi să promoveze noi produse şi valori care să satisfacă nevoile indivizilor şi societăţii.
Să faciliteze procesele de învăţare, cercetare şi cunoaştere a marketingului ale studenţilor, absolvenţilor, membrilor comunităţi universitare şi ale indivizilor şi organizaţiilor din mediile organizaţionale, instituţionale şi de afaceri.
Să realizeze şi să dezvolte permanent o comunitate de indivizi şi organizaţii din mediul economic, social şi de afaceri românesc şi european care doresc să îşi dezvolte abilităţile şi competenţele de marketing.
Să dezvolte o bază de resurse de cunoaştere cuprinzând teorii, concepte, metode, tehnici, instrumente şi modele de bune practici, rezultate ale cercetărilor pieţelor şi mediului de afaceri, să stimuleze cercetarea ştiinţifică în domeniul marketingului şi a mediului economic şi social românesc, european şi mondial.
Să contribuie la integrarea absolvenţilor pe piaţa muncii, în organizaţii şi comunităţi, în societatea românească, europeană şi în viitor
Să promoveze principii, valori şi bune practici ale marketingului ca domeniul al cunoaşterii şi practicii economice şi sociale.

3. COMPETENŢE CARE SE VOR DOBÂNDI DE ABSOLVENŢI LA FINALIZAREA STUDIILOR

Competenţe profesionale:
1. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing
2. Utilizarea instrumentelor si a aplicatiilor informatice in activitatile de marketing
3. Culegerea, analiza şi interpretarea informaţiilor de marketing privind organizatia si mediul sau
4. Fundamentarea si elaborarea mix-ului de marketing
5. Utilizarea tehnicilor de vanzare
6. Organizarea activitatilor de marketing în cadrul organizatiei

Competenţe transversale:
1. Aplicarea principiilor, normelor si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei strategii de munca riguroasa, eficienta si responsabila
2. Identificarea rolurilor si responsabilitatilor intr-o echipa plurispecializata si aplicarea de tehnici de relationare si munca eficienta in cadrul echipei
3. Identificarea oportunitatilor de formare continua si valorificarea eficienta a resurselor si tehnicilor de invatare pentru propria dezvoltare

4. FINALITĂŢI

Titlu de absolvire: Licenţiat în Ştiinţe Economice
Denumire calificare: Marketing
Cod calificare: L070080010

Ocupaţii posibile pentru absolventul cu Diplomă de licenţă, conform Clasificării Ocupaţiilor din România - ISCO - 08 (COR):
Consilier vânzări asigurări - 241604; Organizator târguri şi expoziţii - 241911; Specialist marketing - 241921; Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerţ şi marketing - 244104; Specialist în relaţii publice - 244701; Referent de specialitate marketing - 244703.
Noi ocupaţii propuse pentru a fi incluse in COR:
Promotor, Designer spaţii expunere produse, Tehnoredactor material promoţionale, Webdesigner, Asistent Product Manager, Media Planner, Consultant vânzări, Referent comerţ exterior (studii superioare), Agent vânzări (studii superioare), Asistent în relaţii publice şi comunicare (studii superioare) , Operator de interviu (studii superioare), Asistent brand manager, Agent contractari si achizitii (studii superioare)

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
Programul de studii universitare de licenţă: **MARKETING**
Domeniul fundamental: **ŞTIINŢE ECONOMICE**
Domeniul de licenţă: **MARKETING**
Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ la distanţă (ID)**

Valabil din anul univ. 2017-2018 începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT**
Anul de studiu I

Cod	Discipline*	Tip	Sem. I [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			SI	AT	TC	AA-L	AA-P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0028	Microeconomie	DF	28	8	20	-	-	56	Ex	5	69	
FSTEID-0131	Bazele contabilităţii	DF	28	8	20	-	-	56	Ex	5	69	
FSTEID-0165	Statistică economică	DF	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0157	Informatică economică	DF	28	-	-	14	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0647	Matematici financiare şi actuariale	DF	14	4	10	-	-	28	Cv	4	72	
FSTEID-0235	Comportamentul consumatorului	DS	28	8	20	-	-	56	Ex	3	19	
FSTEID-0523	Limba străină pentru afaceri I.1	DF	14	4	10	-	-	28	Cv	3	47	
	TOTAL		**168**	**36**	**90**	**14**	**-**	**308**		**30**	**442**	
FSTEID-0615	Educaţie Fizică I.1	DC	-	-	-	-	14	14	Vp	1	11	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. II [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			SI	AT	TC	AA-L	AA-P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0025	Macroeconomie	DF	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0205	Management	DF	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0241	Marketing	DF	28	8	20	-	-	56	Ex	5	69	
FSTEID-0007	Drept	DF	14	4	10	-	-	28	Cv	4	72	
FSTEID-0490	Doctrine economice contemporane	DF	28	4	10	-	-	42	Cv	5	83	
FSTEID-0598	Programe aplicative de marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Ex	3	19	
FSTEID-0524	Limba străină pentru afaceri I.2	DC	14	8	20	-	-	42	Cv	3	33	
	TOTAL		**168**	**40**	**100**	**-**	**-**	**308**		**30**	**442**	
FSTEID-0616	Educaţie Fizică I.2	DC	-	-	-	-	14	14	Vp	1	11	

Legendă: C - Curs (pentru IFR - Coordonare studiu individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual; DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activităţi Practice; OU - Opţiunea Universităţii;
Felul verif. - felul verificarii/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R- Admis/Respins; Credite - numar credite ECTS; SI - Studiu individual.
SI - studiu individual (echivalentul orelor de curs de la forma de zi); AT - activitati tutoriale; TC - teme de control; AA - activitati aplicative asistate;

SE CERTIFICĂ
CONFORMITATEA CU ORIGINALUL

Director departament ,
Conf. univ. dr. Maria Madela ABRUDAN

APROBAT ÎN ŞEDINŢA DE SENAT
DIN DATA DE:
17. IUL. 2017
Preşedinte:
Prof.univ.dr. SORIN CURILĂ

MINISTERUL EDUCAŢIEI NAŢIONALE * UNIVERSITATEA DIN ORADEA * RECTORAT

RECTOR,
Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU

Ministerul Educaţiei şi Cercetării Ştiinţifice Universitatea din Oradea DECANAT Facultatea de Ştiinţe Economice

DECAN,
Prof.univ.dr.
Alina Daciana RĂDULESCU

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
Programul de studii universitare de licenţă: **MARKETING**
Domeniul fundamental: **ŞTIINŢE ECONOMICE**
Domeniul de licenţă: **MARKETING**
Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ la distanţă (ID)**

Valabil din anul univ. 2017-2018 începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT**
Anul de studiu II

Cod	Discipline*	Tip	Sem. III [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			SI	AT	TC	AA-L	AA-P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0066	Finanţe publice	DF	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0170	Economie europeană	DF	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0662	Finanţele firmei	OU	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0657	Sisteme informaţionale de marketing	DS	28	-	-	14	-	42	Cv	4	58	
FSTEID-0248	Marketingul serviciilor	DS	28	8	20	-	-	56	Ex	5	69	
FSTEID-0525	Limba străină pentru afaceri I.3	DC	14	4	10	-	-	28	Cv	3	47	
	TOTAL		**154**	**24**	**60**	**14**	**-**	**252**		**26**	**398**	
	OBLIGATORII OPŢIONALE						-					
FSTEID-0655	Simulări de marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	4	44	
FSTEID-0508	Analiza informaţiilor de marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	4	44	
	TOTAL		**28**	**8**	**20**	**-**	**-**	**56**		**4**	**44**	
FSTEID-0617	Educaţie Fizică I.3	DC	-	-	-	-	14	14	Vp	1	11	
	FACULTATIVE						-					
FSTEID-0478	Limba străină pentru afaceri II.1	DC	14	8	20	-	-	42	Cv	4	58	
FSTEID-0669	Social Media Marketing	OU	14	-	-	28	-	42	Cv	4	58	
FSTEID-0158	Sisteme de gestionare a informaţiei	OU	28	-	-	28	-	56	Cv	3	19	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. IV [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			SI	AT	TC	AA-L	AA-P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0172	Economie mondială	OU	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0198	Tranzacţii internaţionale	OU	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0122	Tehnici de vânzare	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	6	94	
FSTEID-0153	Baze de date aplicate în marketing	DS	28	-	-	14	-	42	Cv	6	108	
FSTEID-0445	Practică	DS	-	-	-	-	84	84	Cv	3	0	
	TOTAL		**112**	**16**	**40**	**14**	**84**	**266**		**25**	**368**	
	OBLIGATORII OPŢIONALE						-					
FSTEID-0511	Gestiunea forţelor de vânzare	DS	28	4	10	-	-	42	Cv	5	83	
FSTEID-0707	Protecţia consumatorului	DS	28	4	10	-	-	42	Cv	5	83	
	TOTAL		**28**	**4**	**10**	**-**	**-**	**42**		**5**	**83**	
FSTEID-0618	Educaţie Fizică I.4	DC	-	-	-	-	14	14	Vp	1	11	
	FACULTATIVE						-					
FSTEID-0479	Limba străină pentru afaceri II.2	DC	14	8	20	-	-	42	Cv	6	108	
FSTEID-0648	Multimedia	OU	14	-	-	28	-	42	Vp	3	33	
FSTEID-0665	Supply Chain Excellence	OU	14	8	20	-	-	42	Cv	3	33	
FSTEID-0659	Marketingul structurilor din economia socială	OU	28	4	10	-	-	42	Cv	3	33	

Legendă: C - Curs (pentru IFR - Coordonare studiu individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual; DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activităţi Practice; OU - Opţiunea Universităţii;
Felul verif. - felul verificarii/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R- Admis/Respins; Credite - numar credite ECTS; SI - Studiu individual.
SI - studiu individual (echivalentul orelor de curs de la forma de zi); AT - activitati tutoriale; TC - teme de control; AA - activitati aplicative asistate;

SE CERTIFICĂ CONFORMITATEA CU ORIGINALUL

APROBAT ÎN ŞEDINŢA DE SENAT DIN DATA DE: 17. IUL. 2017 Preşedinte Prof.univ.dr. SORIN CURILĂ

Director departament ,
Conf. univ. dr. Maria-Madela ABRUDAN

MINISTERUL EDUCAŢIEI NAŢIONALE * UNIVERSITATEA DIN ORADEA * RECTORAT

RECTOR,
Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU

DECANAT

DECAN,
Prof.univ.dr.
Alina Daciana BĂDULESCU

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
Programul de studii universitare de licenţă: **MARKETING**
Domeniul fundamental: **ŞTIINŢE ECONOMICE**
Domeniul de licenţă: **MARKETING**
Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ la distanţă (ID)**

Valabil din anul univ. 2017-2018 începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT**
Anul de studiu III

Cod	Discipline*	Tip	Sem. V [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			SI	AT	TC	AA-L	AA-P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0658	Distribuţie şi merchandising	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0264	Tehnici promoţionale	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0234	Cercetări de marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Ex	5	69	
FSTEID-0246	Marketing strategic	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0709	Managementul produsului şi al brandului	DS	14	8	20	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0255	Proiecte de marketing	DS	-	-	-	-	28	28	Cv	4	72	
	TOTAL		**126**	**28**	**70**	**-**	**28**	**252**		**25**	**373**	
	OBLIGATORII OPŢIONALE						-					
FSTEID-0700	Business to business marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	5	69	
FSTEID-0247	Marketingul organizaţiilor non-profit	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	5	69	
	TOTAL		**28**	**8**	**20**	**-**	**-**	**56**		**5**	**69**	
	FACULTATIVE						-					
FSTEID-0716	Comunicare în afaceri în limbă străină II.1	DC	14	4	10	-	-	28	Cv	3	47	
FSTEID-0666	Instrumente Google pentru afaceri	OU	14	4	10	-	-	28	Cv	3	47	
FSTEID-0670	Marketing educaţional	OU	28	4	10	-	-	42	Cv	3	33	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. VI [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			SI	AT	TC	AA-L	AA-P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0710	Marketing on-line	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0245	Marketing internaţional	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	3	33	
FSTEID-0510	Marketing agroalimentar	DS	28	4	10	-	-	42	Cv	3	33	
FSTEID-0509	Relaţii publice	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	3	33	
FSTEID-0520	Marketingul micilor afaceri	DS	14	4	10	-	-	28	Cv	3	47	
FSTEID-0650	Cercetări pentru elaborarea lucrării de licenţă	DS	14	4	10	-	28	56	Vp	10	194	
	TOTAL		**140**	**24**	**60**	**-**	**28**	**252**		**26**	**398**	
	OBLIGATORII OPŢIONALE						-					
FSTEID-0521	Management comercial	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	4	44	
FSTEID-0338	Marketing turistic	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	4	44	
	TOTAL		**28**	**8**	**20**	**-**	**-**	**56**		**4**	**44**	
	FACULTATIVE						-					
FSTEID-0717	Comunicare în afaceri în limbă străină II.2	DC	14	4	10	-	-	28	Cv	3	47	
FSTEID-0667	Ţinută şi conduită în afaceri	OU	14	4	10	-	-	28	Cv	3	47	

Legendă: C - Curs (pentru IFR - Coordonare studiu individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual; DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activităţi Practice; OU - Opţiunea Universităţii;
Felul verif. - felul verificarii/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R- Admis/Respins; Credite - numar credite ECTS; SI - Studiu individual.
SI - studiu individual (echivalentul orelor de curs de la forma de zi); AT - activitati tutoriale; TC - teme de control; AA - activitati aplicative asistate;

SE CERTIFICĂ CONFORMITATEA CU ORIGINALUL

Director departament ,
Conf. univ. dr. Maria-Madela ABRUDAN

APROBAT ÎN ŞEDINŢA DE SENAT
DIN DATA DE:
17. IUL. 2017
Preşedinte:
Prof.univ.dr. SORIN CURILĂ

ROMÂNIA MINISTERUL EDUCAŢIEI NAŢIONALE UNIVERSITATEA DIN ORADEA RECTORAT

RECTOR,
Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU

Ministerul Educaţiei şi Cercetării Ştiinţifice Universitatea din Oradea SENAT

DECAN,
Prof.univ.dr.
Alina Daciana BĂDULESCU

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
Programul de studii universitare de licenţă: **MARKETING**
Domeniul fundamental: **ŞTIINŢE ECONOMICE**
Domeniul de licenţă: **MARKETING**
Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ la distanţă (ID)**

Valabil din anul univ. 2017-2018 începând cu anul I

I. CERINŢE PENTRU OBŢINEREA DIPLOMEI DE LICENŢĂ

Număr credite alocate, conform legislaţiei: 180

1. 162 credite pentru disciplinele obligatorii impuse;
2. 18 credite pentru disciplinele obligatorii opţionale;
3. 0 credite la practică incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1 şi pct.2;
4. 10 credite pentru elaborarea (incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1);
5. 4 credite pentru Educaţie fizică I ÷ IV, suplimentare celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct. 1 şi pct. 2;
6. 10 credite pentru susţinerea examenului de licenţă, suplimentare celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct. 1 şi pct. 2, repartizate astfel:
   - 5 credite pentru proba "Cunoştinţe fundamentale şi de specialitate".
   - 5 credite pentru proba "Susţinerea lucrării de licenţă ".

II. STRUCTURA ANULUI UNIVERSITAR (în număr de săptămâni)

Anul	Activităţi didactice		Sesiuni de examene					Practică*	Vacanţă		
	sem. I	sem. II	Iarnă	Restanţe Iarnă	Vară	Restanţe Vară	Restanţe Toamnă		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	14	14	3	1	3	1	2	-	3	1	10
Anul II	14	14	3	1	3	1	2	3	3	1	10
Anul III	14	14	3	1	3	1	2	-	3	1	10

* Practica se organizează pe baza unor programe elaborate de departamente si aprobate de Consiliul Facultăţii. Practica se desfăşoară în unităţi economice de profil, pe baza unor convenţii de practică. Durata semestrelor de studiu: 14 săptămâni de Activităţi didactice pentru toate semestrele. Anul II, semestrul II, cuprinde 3 săptămâni de Practică (incluse în cele 14 săptămâni de Activităţi didactice), respectiv 84 ore care se pot desfăşura comasat sau pe parcursul semestrului.

III. NUMĂRUL ORELOR LA DISCIPLINELE OBLIGATORII (IMPUSE ŞI OPŢIONALE): 1904

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

Nr. Crt.	Disciplina	Nr. de ore			Total		Standard ARACIS [min / max. %]
		An I	An II	An III	Ore	%	
1.	Obligatorii - DO	616	518	504	1638	89	80 - 90
2.	Opţionale (la alegere) - DA	0	98	112	210	11	20 - 10
TOTAL		**616**	**616**	**616**	**1848**	**100,00**	**100**
3.	Educaţie fizică I/1,2,3,4	28	28	0	56		
4.	Facultative - DF	0	308	154	462		

Nr. Crt.	Discipline	Nr. de ore			Total		Standard ARACIS [min / max. %]
		An I	An II	An III	Ore	%	
1.	Fundamentale - DF	462	84	0	**546**	29%	**25 - 30**
2.	Din domeniu / de specialitate (DD/DS) sau:	112	378	616	**1106**	60%	**60 - 70**
2.1.	- din domeniu - DD	112	378	616	1106	60%	60 - 70
2.2.	- de specialitate - DS						
	din care:						
2.2.1.	proiectul de licenţă - PL	0	0	56	**56**	5%	min. 3
3.	Discipline complementare DC	42	28	42	**112**	6%	5 - 10
4.	La opţiunea universităţii - OU	0	84	0	**84**	5%	**0-15**
TOTAL		**616**	**616**	**616**	**1848**	**100%**	**100**

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

Număr total de ore (inclusiv Educaţie fizică şi facultative):		**1848 + 56 + 462= 2366**
Număr total de ore (exclusiv facultative):		**1904**
Număr total de ore (exclusiv Educaţie fizică şi facultative):		**1848**
din care:		
- Total număr ore curs (SI):	980	
- Total număr ore aplicaţii (AT, TC, AA):	868	
- Ore alocate disciplinelor obligatorii (% din total):	89%	=1638/1848
- Ore alocate disciplinelor opţionale (% din total):	11%	=210/1848
- Ore alocate disciplinelor fundamentale (% din total):	29%	=546/1848
- Ore alocate disciplinelor din domeniu / de specialitate (% din total):	60%	=1106/1848
din care:		
- Ore alocate disciplinelor complementare (% din total 1904):	6%	=112/1848
- Raportul total ore curs (SI) / total ore aplicaţii (AT, TC, AA):	1 / 0,88	=980/868
- Ore alocate proiectului de licenţă (Cercetări pentru elaborarea lucrării de licenţă) PL:	56	
din care:		
Ponderea orelor alocate proiectului de licenţă în Planul de învăţământ:	3%	=56/1848
Ponderea orelor alocate proiectului de licenţă în ore DS (obligatorii + opţionale):	5%	=56/1106
- Ore alocate disciplinelor la opţiunea universităţii (% din total):	5%	=84/1848
- Ponderea practicii în Planul de învăţământ :	5,00%	=84/1848

Raport examene / colocvii şi verificări pe parcurs= 23 Ex / 17 Cv şi 1 Vp

Numărul total de credite: 180

- Credite aferente disciplinelor fundamentale din totalul de credite obligatorii:	60
- Credite aferente disciplinelor din domeniu / de specialitate şi la opţiunea universităţii din totalul de credite obligatorii:	114
- Credite aferente disciplinelor complementare din totalul de credite obligatorii:	6

V. FLEXIBILITATEA PROCESULUI EDUCAŢIONAL

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

VI. EXAMENUL DE FINALIZARE STUDII (LICENŢĂ)

1. Comunicarea temei lucrării de licenţă: semestrul IV;
2. Elaborarea lucrării de licenţă: semestrul VI;
3. Susţinerea lucrării de licenţă: luna iulie/septembrie.

VII. UN PUNCT DE CREDIT NECESITĂ UN TOTAL DE 25 ORE/SEMESTRU DE ACTIVITATE DIDACTICĂ ŞI INDIVIDUALĂ

VIII. DISTRIBUIREA CREDITELOR PE COMPETENŢE (TABELE RNCIS - Grila 1*)

Nr. crt.	Disciplina **	Sem.	Număr credite	Competenţe profesionale						Competenţe transversale		
				C1	C2	C3	C4	C5	C6	CT1	CT2	CT3
1.	Microeconomie	I	5	2		1		1		0,5	0,5	
2.	Bazele contabilităţii	I	5			2		2	1			
3.	Statistică economică	I	5	1	1	2		1				
4.	Informatică economică	I	5		3,5					0,5	0,5	0,5
5.	Matematici financiare şi actuariale	I	4	3						0,5		0,5
6.	Comportamentul consumatorului	I	3	1		1				0,5	0,5	
7.	Limba străină pentru afaceri I.1	I	3			1		1			0,5	0,5
8.	Educaţie Fizică I.1	I	1							1		
9.	Macroeconomie	II	5	3		2						
10.	Management	II	5			2			3			
11.	Marketing	II	5	1		2	1		1			
12.	Drept	II	4	1		2		1				
13.	Doctrine economice contemporane	II	5	2	2					0,5		0,5
14.	Programe aplicative de marketing	II	3		3							
15.	Limba străină pentru afaceri I.2	II	3	1		1	1					
16.	Educaţie Fizică I.2	II	1							1		
17.	Finanţe publice	III	5	1	1	2				0,5		0,5
18.	Economie europeană	III	4			2,5				0,5	0,5	0,5
19.	Finanţele firmei	III	5	2	1	1			1			
20.	Sisteme informaţionale de marketing	III	4	1	2				1			
21.	Marketingul serviciilor	III	5	1			1	1	1		0,5	0,5
22.	Limba străină pentru afaceri I.3	III	3	1		1	1					
23.	Educaţie Fizică I.3	III	1							1		
24.	Simulări de marketing	III	4		3	1						
25.	Analiza informaţiilor de marketing	III	4		3	1						
26.	Limba străină pentru afaceri II.1	III	4	1		1	1					1
27.	Social Media Marketing	III	4	1	2			1				
28.	Sisteme de gestionare a informaţiei	III	3		2,5					0,5		
29.	Economie mondială	IV	5	2		2				0,5		0,5
30.	Tranzacţii internaţionale	IV	5	1		1		2	1			
31.	Tehnici de vânzare	IV	6	2					4			
32.	Baze de date aplicate în marketing	IV	6	1	4					0,5		0,5
33.	Practică	IV	3	0,5	0,5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,5	0,5	
34.	Educaţie Fizică I.4	IV	1							1		
35.	Gestiunea forţelor de vânzare	IV	5	1		1	1	1		0,5		0,5
36.	Protecţia consumatorului	IV	5			3				1	0,5	0,5
37.	Limba străină pentru afaceri II.2	IV	6	1		1	1	1		1		1
38.	Multimedia	IV	3		2,5					0,5		
39.	Supply Chain Excellence	IV	3		1	1			1			
40.	Marketingul structurilor din economia socială	IV	3	1		1				0,5		0,5
41.	Distribuţie şi merchandising	V	4	1			1	1	1			
42.	Tehnici promoţionale	V	4				3	1				
43.	Cercetări de marketing	V	5	2	1	1				0,5	0,5	
44.	Marketing strategic	V	4			2			2			
45.	Managementul produsului şi al brandului	V	4					1	3			
46.	Proiecte de marketing	V	4	1	1	0,5	0,5				0,5	0,5
47.	Business to business marketing	V	5	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
48.	Marketingul organizaţiilor non-profit	V	5	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
49.	Comunicare în afaceri în limbă străină II.1	V	3					1,5		0,5	0,5	0,5
50.	Instrumente Google pentru afaceri	V	3		3							
51.	Marketing educaţional	V	3	1		1			1			
52.	Marketing on-line	VI	4	1	2			1				
53.	Marketing internaţional	VI	3	1		1	1					
54.	Marketing agroalimentar	VI	3	1		1	1					
55.	Relaţii publice	VI	3				1	1		0,5	0,5	
56.	Marketingul micilor afaceri	VI	3					2	1			
57.	Cercetări pentru elaborarea lucrării de licenţă	VI	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1
58.	Management comercial	VI	4	1		1		0,5		0,5	0,5	0,5
59.	Marketing turistic	VI	4	1		1		0,5		0,5	0,5	0,5
60.	Comunicare în afaceri în limbă străină II.2	VI	3					1,5		0,5	0,5	0,5
61.	Ţinută şi conduită în afaceri	VI	3				0,5	1		0,5	0,5	0,5

Legendă: C1 ÷ C5 sau C6 - Competenţe profesionale; CT1 ÷ CT3 - Competenţe transversale

* Se va utiliza Grila 1 (G1) care prezintă variantele: G1L si G1M corepunzătoare ciclurilor de studii de licenţă şi masterat, în conformitate cu Ordinul MECTS nr. 5703 / 18.10.2011.

** Se vor trece toate disciplinele din Planul de Învăţământ

GRILA 1 - "Descrierea domeniului / programului de studii prin competenţe profesionale şi competenţe transversale"

Descriptori de nivel ai elementelor structurala ale competenţelor profesionale	Competenţe profesionale					
	C1. Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing	**C2. Utilizarea instrumentelor şi a aplicatiilor informatice in activitatile de marketing**	**C3. Culegerea, analiza şi interpretarea informaţiilor de marketing privind organizaţia şi mediul său**	**C4. Fundamentarea şi elaborarea mix-ului de marketing**	**C5. Utilizarea tehnicilor de vanzare**	**C6. Organizarea activităţilor de marketing în cadrul organizaţiei**
CUNOŞTINŢE						
1. Cunoaşterea, înţelegerea conceptelor, teoriilor şi metodelor de bază ale domeniului şi ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională	C1.1 Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor si a instrumentelor de marketing	C2.1 Identificarea şi descrierea instrumentelor si a aplicatiilor informatice in activitatile de marketing	C3.1 Definirea mediului organizatiei, identificarea şi descrierea principalelor variabile ale acestuia	C4.1 Definirea conceptelor si descrierea politicilor mix-ului de marketing	C5.1 Utilizarea tehnicilor de vanzare	C6.1 Identificarea şi definirea rolului departamentului de marketing în cadrul organizatiei
2. Utilizarea cunoştinţelor de bază pentru explicarea şi interretarea unor variate tipuri de concepte, situaţii, procese, proiecte etc. asociate domeniului	C1.2 Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor si a instrumentelor de marketing	C2.2 Explicarea modului de utilizare a instrumentelor si a aplicatiilor informatice in activitatile de marketing	C3.2 Interpretarea impactului variabilelor de mediu asupra activităţii organizatiei	C4.2 Explicarea mix-ului de marketing	C5.2 Explicarea tehnicilor de vanzare si a utilizarii instrumentelor specifice de comunicare	C6.2 Explicarea principalelor atribuţii şi activităţi ale departamentului de marketing.
ABILITĂŢI						
3. Aplicarea unor principii şi metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situaţii bine definite, tipice domeniului în condiţii de asistenţă calificată	C1.3 Aplicarea metodelor, tehnicilor si a instrumentelor specifice activitatii de marketing	C2.3 Folosirea softurilor în activităţi de marketing	C3.3 Identificarea si selectarea factorilor care influenteaza functionarea organizatiei	C4.3 Aplicarea cunoştinţelor specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea unui program de marketing	C5.3 Aplicarea tehnicilor de vanzare si a instrumentelor specifice de comunicare	C6.3 Aplicarea principiilor şi metodelor de bază pentru organizarea activitatilor de marketing
4. Utilizarea adecvată de criterii şi metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele şi limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode şi teorii	C1.4 Studierea comparativă şi evaluarea critică a metodelor, tehnicilor şi instrumentelor in activitatea de marketing	C2.4 Evaluarea critică a caracteristicilor instrumentale ale principalelor softuri folosite în activitatea de marketing	C3.4 Evaluarea si clasificarea factorilor care influenteaza functionarea organizatiei	C4.4 Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing	C5.4 Analiza şi evaluarea tehnicilor de vanzare si a instrumentelor specifice de comunicare	C6.4 Analiza şi evaluarea critică a activităţilor in cadrul departamentului de marketing
5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii şi metode consacrate în domeniu	C1.5 Proiectarea unui studiu de marketing	C2.5 Dezvoltarea si utilizarea bazelor de date specifice activitatii de marketing	C3.5 Elaborarea unui proiect de analiza a mediului de marketing al organizatiei, in functie de specificul pietei	C4.5 Proiectarea programelor de marketing	C5.5 Proiectarea programului de comunicare in vanzari	C6.5 Propunerea modalitatilor de creştere a eficienţei organizarii activităţilor de marketing
Standarde minime de performanţă pentru evaluarea competenţei	Realizarea unui studiu de marketing	Elaborarea unui raport de marketing utilizand aplicatiile informatice	Elaborarea unei analize SWOT	Conceperea şi realizarea unui program de marketing	Proiectarea programului de comunicare in vanzari	Elaborarea unui proiect de organizare a activităţilor de marketing

Descriptori de nivel ai competenţelor transversale	**Competenţe transversale**	**Standarde minime de performanţă pentru evaluarea competenţei**
6. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiţii de autonomie restransă şi asistenţă calificată	CT1. Aplicarea principiilor, normelor si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei strategii de munca riguroasa, eficienta si responsabila	Solutionarea in timp real , in conditii de asistenta calificata, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de munca, respectand normele deontologiei profesionale
7. Familiarizarea cu rolurile şi activităţile specifice muncii în echipă şi distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate	CT2. Identificarea rolurilor si responsabilitatilor intr-o echipa plurispecializata si aplicarea de tehnici de relationare si munca eficienta in cadrul echipei	Realizarea unei lucrari/unui proiect, asumand cu responsabilitate sarcini specifice rolului intr-o echipa plurispecializată
8. Conştientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru dezvoltarea personală şi profesională	CT3. Identificarea oportunitatilor de formare continua si valorificarea eficienta a resurselor si tehnicilor de invatare pentru propria dezvoltare	Elaborarea si sustinerea cu argumente a aplicarii unui plan personal de dezvoltare profesionala

APROBAT ÎN ŞEDINŢA DE SENAT
DIN DATA DE:
17. IUL. 2017
Preşedinte,
Prof.univ.dr. SORIN CURILĂ

SE CERTIFICĂ
CONFORMITATEA CU ORIGINALUL

Director departament,
Conf. univ. dr. Maria-Madela ABRUDAN

RECTOR,
Prof. univ. dr. Constantin BUNGĂU

DECAN,
Prof.univ.dr.
Alina Daciana BĂDULESCU