

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2025-2026

UNIVERSITATEA DIN ORADEA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

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

Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE. RAMURA DE ȘTIINȚĂ: 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 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 domeniu al cunoașterii și practici 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 său
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: RO/06/0414/023

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

Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing- 263104; Inspector de concurență 263110; Tehnician economist 263108; Cercetător economist în marketing 263120; Asistent de cercetare economist în marketing- 263121; Consilier/expert/inspector/referent/economist în economie generală 263102; Cercetător economist în economie generală 263116; Asistent de cercetare economist în economie generală - 263117; Secretar economic 263126.

Noi ocupații propuse pentru a fi incluse în COR:

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

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

Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE. RAMURA DE ȘTIINȚĂ: ȘTIINȚE ECONOMICE**

Domeniul de licență: **MARKETING**

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

Forma de învățământ: **Învățământ la distanță (ID)**

Valabil din anul univ.

2025-2026

începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**

Anul de studiu I

Cod	Discipline*	Tip	Sem. I [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			AI	AT	TC	AA- L	AA- P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0028	Microeconomie	DF	28	8	20	-	-	56	Ex	5	69	
FSTEID-0131	Bazele contabilității	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 și 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	Educație Fizică I.1	DC	-	-	-	-	14	14	Vp	1	11	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. II [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			AI	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	Doctrină 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	Educație Fizică I.2	DC	-	-	-	-	14	14	Vp	2	36	

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 - Activități Practice; OU - Opțiunea Universității;

Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R- Admis/Respins; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.

Tip activitate: AI - activități de autoinstruire (echivalentul orelor de curs de la forma de zi); AT - activități tutoriale; TC - teme de control; AA - activități aplicative asistate: L - laborator, P - lucrări practice, proiect, practică.

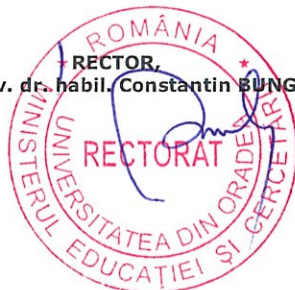
Observații: AT+TC = numărul orelor de seminar din planul de învățământ cu frecvență; AA = numărul orelor de laborator, lucrări practice, proiect, practică din planul de învățământ cu frecvență.

Director departament,
Prof. univ. dr. habil. Maria Madela ABRUDAN

Director DIDIFR,
Prof. univ. dr. habil. Ioana Teodora MEȘTER

RECTOR,
Prof. univ. dr. habil. Constantin BUNGĂU

DECAN,
Prof. univ. dr. habil. Claudia Diana SABĂU-POPA



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**
Anul de studiu II

Cod	Discipline*	Tip	Sem. III [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			AI	AT	TC	AA- L	AA- P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0066	Finanțe publice	DF	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0170	Economie europeană	DF	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0662	Finanțele firmei	OU	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0657	Sisteme informaționale 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 OPȚIONALE						-					
FSTEID-0655	Simulări de marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	4	44	
FSTEID-0508	Analiza informațiilor de marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	4	44	
	TOTAL		28	8	20	-	-	56		4	44	
	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 informației	OU	28	-	-	28	-	56	Cv	3	19	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. IV [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			AI	AT	TC	AA- L	AA- P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0172	Economie mondială	OU	28	4	10	-	-	42	Ex	5	83	
FSTEID-0198	Tranzacții internaționale	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 OPȚIONALE						-					
FSTEID-0511	Gestiunea forțelor de vânzare	DS	28	4	10	-	-	42	Cv	5	83	
FSTEID-0707	Protecția consumatorului	DS	28	4	10	-	-	42	Cv	5	83	
FSTEID-0718	Etică și integritate academică	DS	28	4	10	-	-	42	Cv	5	83	
	TOTAL		28	4	10	-	-	42		5	83	
	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 - Activități Practice; OU - Opțiunea Universității;
Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R- Admis/Respins;
Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.
Tip activitate: AI - activități de autoinstruire (echivalentul orelor de curs de la forma de zi); AT - activități tutoriale; TC - teme de control; AA - activități aplicative asistate: L - laborator, P - lucrări practice, proiect, practică;
Observații: AT+TC = numărul orelor de seminar din planul de învățământ cu frecvență; AA = numărul orelor de laborator, lucrări practice, proiect, practică din planul de învățământ cu frecvență.

Director departament,
Prof. univ. dr. habil. Maria Madalin ABRUDAN

Director DIDIFR,
Prof. univ. dr. habil. Ioana Teodora MEȘTER



RECTOR,
Prof. univ. dr. habil. Constantin BUNGĂU

DECAN,
Prof. univ. dr. habil. Claudia Diana SABĂU-POPA



UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

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

Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE. RAMURA DE ȘTIINȚĂ: ȘTIINȚE ECONOMICE**

Domeniul de licență: **MARKETING**

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

Forma de învățământ: **Învățământ la distanță (ID)**

Valabil din anul univ.

2025-2026

începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**

Anul de studiu III

Cod	Discipline*	Tip	Sem. V [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			AI	AT	TC	AA- L	AA- P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0658	Distribuție și merchandising	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0264	Tehnici promoționale	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 și 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 OPȚIONALE						-					
FSTEID-0700	Business to business marketing	DS	28	8	20	-	-	56	Cv	5	69	
FSTEID-0247	Marketingul organizațiilor 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 educațional	OU	28	4	10	-	-	42	Cv	3	33	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. VI [ore / sem.]					Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			AI	AT	TC	AA- L	AA- P					
	OBLIGATORII IMPUSE						-					
FSTEID-0710	Marketing on-line	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	4	58	
FSTEID-0245	Marketing internațional	DS	28	4	10	-	-	42	Ex	3	33	
FSTEID-0510	Marketing agroalimentar	DS	28	4	10	-	-	42	Cv	3	33	
FSTEID-0509	Relații 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 licență	DS	14	4	10	-	28	56	Vp	10	194	
	TOTAL		140	24	60	-	28	252		26	398	
	OBLIGATORII OPȚIONALE						-					
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	Ținută și 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 - Activități Practice; OU - Opțiunea Universității;

Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R- Admis/Respins; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.

Tip activitate: AI - activități de autoinstruire (echivalentul orelor de curs de la forma de zi); AT - activități tutoriale; TC - teme de control; AA - activități aplicative asistate; L - laborator, P - lucrări practice, proiect, practică.

Observații: AT+TC = numărul orelor de seminar din planul de învățământ cu frecvență; AA = numărul orelor de laborator, lucrări practice, proiect, practică din planul de învățământ cu frecvență.

Director departament,
Prof. univ. dr. habil. Maria Madela ABRUDAN

Director DIDIER,
Prof. univ. dr. habil. Ioana Teodora MEȘTER



Număr credite alocate, conform legislației: 180

- 162 credite pentru disciplinele obligatorii impuse;
- 18 credite pentru disciplinele obligatorii opționale;
- 3 credite la practică incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1 și pct.2;
- 4 credite pentru Educație fizică I ÷ IV, suplimentare celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct. 1 și pct. 2;
- 10 credite pentru susținerea examenului de licență, suplimentare celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct. 1 și pct. 2, repartizate astfel:
 - 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	-	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

III. NUMĂRUL ORELOR LA DISCIPLINELE OBLIGATORII (IMPUSE ȘI OPȚIONALE): 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.	Opționale (la alegere) - DA	0	98	112	210	11	20 - 10
	TOTAL	616	616	616	1848	100,00	100
3.	Educație fizică I/1,2,3,4	28	0	0	28		
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 licență - PL	0	0	56	56	5%	min. 3
3.	Discipline complementare DC	42	28	42	112	6%	5 - 10
4.	La opțiunea universității - OU	0	84	0	84	5%	0-15
	TOTAL	616	616	616	1848	100%	100

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

Număr total de ore (inclusiv Educație fizică și facultative):	1848 + 28 + 462= 2338	
Număr total de ore (exclusiv facultative):	1876	
Număr total de ore (exclusiv Educație fizică și facultative):	1848	
din care:		
- Total număr ore curs (SI):	980	
- Total număr ore aplicații (AT, TC, AA):	868	
- Ore alocate disciplinelor obligatorii (% din total):	89%	=1638/1848
- Ore alocate disciplinelor opționale (% 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 aplicații (AT, TC, AA):	1 / 0,88	=980/868
- Ore alocate proiectului de licență (Cercetări pentru elaborarea lucrării de licență) PL:	56	
din care:		
Ponderea orelor alocate proiectului de licență în Planul de învățământ:	3%	=56/1848
Ponderea orelor alocate proiectului de licență în ore DS (obligatorii + opționale):	5%	=56/1106
- Ore alocate disciplinelor la opțiunea universității (% din total):	5%	=84/1848
- Ponderea practicii în Planul de învățământ :	5,00%	=84/1848
Raport examene / colocvii și verificări pe parcurs= 23 Ex / 17 Cv și 1 Vp		
Numărul total de credite: 180		
- Credite aferente disciplinelor fundamentale din totalul de credite obligatorii:		60
- Credite aferente disciplinelor din domeniu / de specialitate și la opțiunea universității din totalul de credite obligatorii:		114
- Credite aferente disciplinelor complementare din totalul de credite obligatorii:		6

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 optionale studentul alege una care devine obligatorie. Această activitate se desfasoară 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 IV;
2. Elaborarea lucrării de licență: semestrul VI;
3. Susținerea lucrării de licență: luna iulie/septembrie.

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

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

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	1	1	2		1				
4.	Informatică economică	I	5		3,5					0,5	0,5	0,5
5.	Matematici financiare și 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.	Educație 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.	Doctrină economică contemporană	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.	Educație Fizică I.2	II	2							2		
17.	Finanțe publice	III	5	1	1	2				0,5		0,5
18.	Economie europeană	III	4			2,5				0,5	0,5	0,5
19.	Finanțele firmei	III	5	2	1	1			1			
20.	Sisteme informaționale 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.	Simulări de marketing	III	4		3	1						
24.	Analiza informațiilor de marketing	III	4		3	1						
25.	Limba străină pentru afaceri II.1	III	4	1		1	1					1
26.	Social Media Marketing	III	4	1	2			1				
27.	Sisteme de gestionare a informației	III	3		2,5					0,5		
28.	Economie mondială	IV	5	2		2				0,5		0,5
29.	Tranzacții internaționale	IV	5	1		1		2	1			
30.	Tehnici de vânzare	IV	6	2					4			
31.	Baze de date aplicate în marketing	IV	6	1	4					0,5		0,5
32.	Practică	IV	3	0,5	0,5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,5	0,5	
33.	Gestiunea forțelor de vânzare	IV	5	1		1	1	1		0,5		0,5
34.	Protecția consumatorului	IV	5			3				1	0,5	0,5
35.	etică și integritate academică	IV	5							3	1	1
36.	Limba străină pentru afaceri II.2	IV	6	1		1	1	1		1		1
37.	Multimedia	IV	3		2,5					0,5		
38.	Supply Chain Excellence	IV	3		1	1			1			
39.	Marketingul structurilor din economia socială	IV	3	1		1				0,5		0,5
40.	Distribuție și merchandising	V	4	1			1	1	1			
41.	Tehnici promoționale	V	4				3	1				
42.	Cercetări de marketing	V	5	2	1	1				0,5	0,5	
43.	Marketing strategic	V	4			2			2			
44.	Managementul produsului și al brandului	V	4					1	3			
45.	Proiecte de marketing	V	4	1	1	0,5	0,5				0,5	0,5
46.	Business to business marketing	V	5	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
47.	Marketingul organizațiilor non-profit	V	5	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
48.	Comunicare în afaceri în limbă străină II.1	V	3					1,5		0,5	0,5	0,5
49.	Instrumente Google pentru afaceri	V	3		3							
50.	Marketing educațional	V	3	1		1			1			
51.	Marketing on-line	VI	4	1	2			1				
52.	Marketing internațional	VI	3	1		1	1					
53.	Marketing agroalimentar	VI	3	1		1	1					
54.	Relații publice	VI	3				1	1		0,5	0,5	
55.	Marketingul micilor afaceri	VI	3					2	1			
56.	Cercetări pentru elaborarea lucrării de licență	VI	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1
57.	Management comercial	VI	4	1		1		0,5		0,5	0,5	0,5
58.	Marketing turistic	VI	4	1		1		0,5		0,5	0,5	0,5
59.	Comunicare în afaceri în limbă străină II.2	VI	3					1,5		0,5	0,5	0,5
60.	Ținută și conduită în afaceri	VI	3				0,5	1		0,5	0,5	0,5

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

* Se va utiliza Grila 1 (G1) 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

GRILA 1 - "Descrierea domeniului / programului de studii prin competențe profesionale și competențe transversale"

Descriptori de nivel ai elementelor structurale ale competențelor profesionale	Competențe profesionale					
	C1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing	C2. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing	C3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său	C4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing	C5. Utilizarea tehnicilor de vânzare	C6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
CUNOȘTINȚE						
1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de 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 vânzare	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 vânzare 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 vânzare 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 teorii	C1.4 Studierea 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 vânzare 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 analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței	C4.5 Proiectarea programelor de marketing	C5.5 Proiectarea programului de comunicare în vânzări	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 vânzări	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			Solutionarea 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 distribuirea 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 eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională	CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare			Elaborarea și susținerea cu argumente a aplicării unui plan personal de dezvoltare profesională		



Director departament,
Prof. univ. dr. habil. Maria Madela ABRUDAN

RECTOR,
Prof. univ. dr. habil. Constantin BUNGĂU

Director DIDIFR,
Prof. univ. dr. habil. Ioana Teodora MEȘTER

DECAN,
Prof. univ. dr. habil. Claudia Biana SABĂU-POPA

DECANAT
Facultatea de Științe Economice