

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2026-2027

UNIVERSITATEA DIN ORADEA

FACULTATEA: DE ȘTIINȚE ECONOMICE

Programul de studii universitare de masterat: Marketing și comunicare în afaceri

Domeniul fundamental: Științe Sociale/Științe Economice

Domeniul de masterat: Marketing

Tipul masteratului (profesional, de cercetare, didactic): Profesional

Durata studiilor / număr de credite: 2 ani / 120 credite

Forma de învățământ: cu frecvență (IF)

1. Misiunea programului de studii / specializării

Misiunea programului 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 studii / specializării

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 domeniul al cunoașterii și practici economice și sociale.

3. Competențe care se vor dobândi la finalizarea studiilor

Competențe generale / profesionale:

- C1 - 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
- C2 - Realizarea de cercetări aprofundate de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul real cât și în mediul online.
- C3 - Fundamentarea, conceperea și implementarea de strategii și politici și planuri în domeniul marketingului organizațiilor
- C4 - Elaborarea și implementarea unor proiecte, instrumente, proceduri și bune practici de marketing ale organizațiilor prin utilizarea conceptelor și metodelor specifice marketingului.
- C5 - Relaționarea eficientă cu diferite categorii de public ale organizațiilor, crearea, dezvoltarea și utilizarea unor instrumente, proceduri și medii și contexte care să faciliteze atât tranzacțiile cât și relațiile cu acestea

Competențe generale/profesionale ESCO: 1.Cunoștințe de strategii de marketing, branding, comportamentul consumatorilor; 2.Capacitatea de a planifica, implementa și gestiona campanii de marketing; 3.Competențe în bugetare, analiză de piață, analiză concurențială; 4.Competență în utilizarea instrumentelor digitale/TIC pentru marketing (de exemplu, social media, analiză); 5. Cunoștințe despre canalele de marketing digital, SEO/SEM, strategia de conținut; 6. Abilități de creare de conținut, derulare de campanii, monitorizare a indicatorilor (analitică); 7. Capacitatea de a utiliza instrumente/platforme digitale, de a gestiona prezența online, de a interacționa cu publicul; 8. Înțelegerea eticii digitale, a confidențialității și a protecției datelor; 9. Abilități de redactare a comunicatelor de presă, de interacțiune cu mass-media, de organizare a evenimentelor; 10. Capacitatea de a monitoriza percepția

publicului și acoperirea media; 11. Gestionează serviciul de relații cu clienții. 12. Competențe în vederea fundamentării deciziilor în domeniul strategiilor de marcă; 13. Competențe în sinteza și utilizarea informațiilor economice în vederea fundamentării deciziilor în domeniul media și comunicațiilor de marketing; 14. Competențe legate de conceperea și aplicarea de strategii și politici de marketing domeniul psihologiei și comportamentului economic de consum; 15. Abilități de dezvoltare și menținere a relațiilor comerciale; 16. Abilități de gestionare a procesului de vânzare și negociere.

Competențe transversale:

CT1 - Coordonarea de echipe profesionale, asumarea, atribuirea și urmărirea îndeplinirii responsabilităților specifice în domeniul economic

CT2 - Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, diagnoza și autocontrolul învățării

CT3 - Fundamentarea și asumarea de strategii economice, în condiții de responsabilitate și autonomie

Competențe transversale ESCO: 1. Comunicare (verbală și scrisă); 2. Gândire strategică; 3. Luarea deciziilor; 4. Creativitate; 5. Leadership; 6. Adaptabilitate la schimbare

4. Rezultatele așteptate ale învățării (sinteză)

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
1.	Comunicarea de marketing: branding, publicitate, PR, promovare, marketing direct, digital/experiențial, evenimente; campanii integrate.	Elaborează campanii integrate, strategii social media/experiențiale și proiecte aplicate.	Autonomie în coordonare, creativitate și gândire critică; decizii cu impact asupra imaginii organizației.
2.	Analiza pieței și comportamentul consumatorului; concepte piață-client-consumator; modele (mix, SWOT, BCG).	Segmentare, cercetare de piață, analiză traseu client; prognoză cerere și interpretare date.	Decizii fundamentate pe date; rigoare științifică; planificare resurse și elaborare rapoarte de analiză.
3.	Antreprenoriat în marketing: strategii de creare/dezvoltare entități, coordonare și management al inițiativelor.	Construiește plan antreprenorial (formă juridică, piață, clienți, strategii); identifică bugete și resurse.	Asumă planificarea și prezentarea planului; adaptabilitate și înțelegerea pieței serviciilor de marketing.
4.	Strategie, design, estetică, etică profesională și protecția datelor; compatibilitatea materialelor de marketing cu canale.	Creează materiale promoționale (identitate vizuală, print & digital), aplicând principii estetice și funcționale.	Responsabilitate socială și etică; respectarea identității vizuale, normelor legale și protecției datelor.
5.	Analiză avansată a informațiilor de marketing, statistică și performanță; instrumente și platforme digitale.	Utilizează software și instrumente digitale pentru analiză, evaluare eficiență și optimizare decizii.	Asigură acuratețea și claritatea analizelor; decizii strategice corecte, etice și orientate pe performanță.

5. Finalități

Absolvenții programului de studii universitare de masterat vor accesa următoarele ocupații posibile conform „Clasificării Ocupațiilor din România” ISCO – 08:

Cod 243103 - specialist marketing; Cod 243104- manager de produs; Cod 243101 -Art director publicitate; Cod 243102- organizator activitate turism.

Alte ocupații posibile: Cod 112018- director vânzări, Cod 122101- șef serviciu marketing, Cod 122102- șef birou marketing, Cod 122103- șef licitație, Cod 122104- director operații tranzacții, Cod 122105 - șef casă compensație, 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 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; Cod 243220 - specialist în activitatea de lobby

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI**
Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE/ȘTIINȚE ECONOMICE**
Domeniul de masterat: **MARKETING**
Tipul masteratului (profesional, de cercetare, didactic): Profesional
Durata studiilor / nr. de credite: 2 ani/120 credite
Forma de învățământ: cu frecvență IF

Valabil din anul univ.
2026 - 2027
începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**

Anul de studiu I

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul I [ore/săptămână]				Total [ore/sem.]	Felul verif. (Ex, Cv, Vp)	Cre- dite	SI [ore/sem.]	Condiți- onări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0254	Managementul strategic al marketingului	DS	2	1	-	-	42	Ex	6	108	
FSTE-0977	Neuromarketing și comportamentul consumatorului	DS	1	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-0985	Analiza diagnostic a mediului de afaceri	DS	1	1	-	-	42	Ex	6	108	
FSTE-0986	Managementul relațiilor cu clienții	DS	2	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-1038	Marketing experiențial	DS	1	1	-	-	28	Cv	6	122	
	TOTAL		7	5	-	-	168		30	582	

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul II [ore/săptămână]				Total [ore/sem.]	Felul verif. (Ex, Cv, Vp)	Cre- dite	SI [ore/sem.]	Condiți- onări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0249	Comunicare de marketing integrată	DS	1	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-0988	Marketing digital și inteligența artificială	DS	1	-	2	-	42	Cv	6	108	
FSTE-0251	Metode și tehnici de cercetare în marketing	DS	1	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-0263	Strategii și politici de marketing	DS	1	-	-	2	42	Cv	6	108	
FSTE-1000	Etică și integritate în cercetarea științifică	DC	1	1	-	-	28	Cv	6	122	
	TOTAL		5	3	2	2	168		30	582	
	FACULTATIVE										
	Voluntariat I	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
	Comunicare în limba străină I	DC	2	1	-	-	42	Cv	5	83	

Legendă: C – curs (pentru IFR – Coordonare studiu individual); S Seminar; L – Lucrări practice (laborator); P – Proiect; SI – Studiu Individual; DF – Disciplină fundamentală; DS – Disciplină de specializare; DC – Disciplină complementară.

**** - Varianta tipărită a PI care se înaintează SUO spre aprobare este cea tipărită din aplicația UniWeb, în limba română sau în limba engleză.**

Director departament
prof. univ. dr. habil. Maria-Madela ABRUDAN

Aprobat prin HS

RECTOR
prof. univ. dr. ing. habil.
Constantin BUNGĂU

DECAN
prof. univ. dr. habil.
Claudia-Diana SABĂU-POPA

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
 FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
 Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI**
 Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE/ȘTIINȚE ECONOMICE**
 Domeniul de masterat: **MARKETING**
 Tipul masteratului (profesional, de cercetare, didactic): Profesional
 Durata studiilor / nr. de credite: 2 ani/120 credite
 Forma de învățământ: cu frecvență IF

Valabil din anul univ.
 2026 - 2027
 începând cu anul I

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**

Anul de studiu II

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul III [ore/săptămână]				Total [ore/sem. I]	Felul verif. (Ex, Cv, Vp)	Cre- dite	SI [ore/s em.]	Condiți- onări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0979	Cercetare științifică	DC	1	-	-	1	28	Cv	6	122	
FSTE-0261	Sisteme de gestiune a informațiilor de marketing	DS	2	1	-	-	42	Ex	6	108	
FSTE-0253	Metode și tehnici de negociere și vânzare	DS	1	1	-	-	28	Cv	6	122	
FSTE-0987	Managementul brandului	DS	2	1	-	-	42	Ex	6	108	
	TOTAL		6	2	-	1	140		24	460	
	OPȚIONALE										
	Pachet 1										
	Proiect antreprenorial în marketing	DS	1	-	-	2	42	Ex	6	122	
	Strategii de design și estetică în marketing	DS	1	-	-	2	42	Ex	6	122	
	TOTAL		1			2	42		6	122	
	FACULTATIVE										
	Voluntariat II	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
	Comunicare în limba străină II	DC	2	1	-	-	42	Cv	5	83	

Cod	Discipline*	Tip	Semestrul IV [ore/săptămână]				Total [ore/sem. I]	Felul verif. (Ex, Cv, Vp)	Cre- dite	SI [ore/s em.]	Condiți- onări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
	Analiza avansată a datelor	DS	1	-	1	-	28	Ex	5	97	
FSTE-0447	Practică	DS	-	-	-	-	84	Cv	5	41	
FSTE-0980	Elaborarea lucrării de disertație	DS	-	-	-	4	56	Cv	10	194	
	TOTAL		1	-	1	4	182		20	332	
	OPȚIONALE										
	Pachet 2										
FSTE-0260	Sisteme de aprovizionare și distribuție	DS	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
	Modelarea și analiza performanței de marketing	DS	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
	Pachet 3										
FSTE-0238	Etică și sustenabilitate în marketing	DS	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-0801	Social Media Marketing	DS	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
	TOTAL		4	2	-	-	84		10	166	
	FACULTATIVE										
	Voluntariat III	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
	Comunicare în limba străină III	DC	2	1	-	-	42	Cv	5	83	
FSTE-1039	Blockchain Marketing	DS	1	1	-	-	28	Cv	3	47	

Legendă: C – curs (pentru IFR – Coordonare studiu individual); S Seminar; L – Lucrări practice (laborator); P – Proiect; SI – Studiu Individual; DF – Disciplină fundamentală; DS – Disciplină de specializare; DC – Disciplină complementară.

**** - Varianta tipărită a PI care se înaintează SUO spre aprobare este cea tipărită din aplicația UniWeb, în limba română sau în limba engleză.**

Director departament

prof. univ. dr. habil. Maria-Madela ABRUDAN

Aprobat prin HS

RECTOR

**prof. univ. dr. ing. habil.
Constantin BUNGĂU**

DECAN

**prof. univ. dr. habil.
Claudia-Diana SABĂU-POPA**

I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE MASTER

Număr credite alocate, conform legislației: 120

- 1) 164 credite pentru disciplinele obligatorii;
- 2) 16 credite pentru disciplinele opționale;
- 3) 5 credite la practică incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii și opționale de la pct. 1 și pct. 2;
- 4) 10 credite pentru elaborarea lucrării de disertație (incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct. 1) – stabilite conform standardelor ARACIS;
- 5) pentru programele de master: 10 credite alocate examenului de disertație, constând în prezentarea și susținerea lucrării de disertație.

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	10

*Practica se organizează pe baza unor programe elaborate de departamente și aprobate de Consiliul Facultății. Practica se desfășoară în laboratoarele facultății și în unități economice de profil, pe baza unor convenții de practică.

** Disciplinele din semestrul 6/8/12, după caz, (cu excepția disciplinei „Practică pentru elaborarea proiectului de diplomă” sau echivalentă) vor fi distribuite în săptămânile 1-10 fără a depăși 28 ore/săptămână, astfel încât pentru fiecare disciplină să se efectueze numărul total de ore din planul de învățământ. Disciplina „Practică pentru elaborarea proiectului de diplomă” (sau echivalentă) se va desfășura în ultimele 2/4 săptămâni (săptămânile 11 – 12/14), câte 28 ore/săptămână (pentru programele de licență).

III. PONDEREA DISCIPLINELOR PE CATEGORII ȘI TIPURI DE DISCIPLINE

Numărul orelor la disciplinele obligatorii și opționale: 756

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II
I	12*14=168	12*14=168
II	12*14=168	12*14=168+84=252

Nr. crt.	Categorie discipline	Nr. de ore		Total		Standard ARACIS [min / max. %] (dacă este cazul)
		An I	An II	Ore	%	
1.	Obligatorii (DOB)	336	294	630	83,33	-
2.	Opționale (DOP)	-	126	126	16,67	-
TOTAL		336	420	756	100	
3	Facultative (DFA)	70	168	238		-

Nr. crt.	Tip discipline	Nr. de ore	Total	Standard ARACIS
----------	----------------	------------	-------	-----------------

						[min / max. %] (dacă este cazul)
		An I	An II	Ore	%	
1.	Fundamentale (DF)	-	-	-	-	-
2.	De specializare (DS)	308	392	700	92,59	-
3.	Complementare (DC)	28	28	56	7,41	-
TOTAL		336	420	756		

Notă: cele două tabele de mai sus se adaptează standardelor ARACIS specifice.

Total ore de practică: 84

Raportul număr ore de aplicare practică / număr ore de curs: $420/336=1,25$

IV. FLEXIBILITATEA PROCESULUI EDUCAȚIONAL

Flexibilitatea programului de studii este asigurată prin includerea disciplinelor opționale și facultative. Disciplinele opționale sunt propuse pentru semestrele 3 ÷ 4 și sunt organizate în discipline opționale sau pachete opționale. În cazul pachetelor opționale, studentul selectează o singură disciplină din pachet, care devine disciplină obligatorie pentru parcursul său educațional. Alegerea disciplinelor opționale se desfășoară înainte de începerea anului universitar din care fac parte semestrele care conțin disciplinele sau pachetele de discipline opționale.

Notă: se adaptează pentru fiecare program de licență și de master, după cum există sau nu discipline opționale și facultative.

V. EXAMENUL DE FINALIZARE STUDII (LICENȚĂ / DIPLOMĂ / DISERTAȚIE)

- 1) Comunicarea temei lucrării de disertație: semestrul II;
- 2) Elaborarea lucrării de disertație: 2x 28ore =56 ore, semestrul IV
- 3) Susținerea lucrării de disertație: iulie, septembrie

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

Notă: se alege o valoare în intervalul 25 – 30 ore / semestru.

Încărcarea săptămânală trebuie să fie de 40 ore/ săptămână.

Rezultă: 40 ore/săptămână (8 ore/zi * 5 zile/ săptămână) * 19 săptămâni /semestru : 30 credite/semestru => 25,33 ore/credit.

VII.DISTRIBUIREA CREDITELOR PE COMPETENȚE

Nr. crt.	Disciplina **	Sem.	Număr credite	Competențe profesionale					Competențe transversale		
				C1	C2	C3	C4	C5	CT1	CT2	CT3
1.	Managementul strategic al marketingului	I	6	x		x	x			x	x
2.	Neuromarketing și comportamentul consumatorului	I	6	x	x		x		x	x	
3.	Analiza diagnostic a mediului de afaceri	I	6	x	x						
4.	Managementul relațiilor cu clienții	I	6			x	x	x		x	
5.	Marketing experiențial	I	6				x	x		x	x
6.	Comunicare de marketing integrată	II	6	x	x		x	x	x	x	x
7.	Marketing digital și inteligența artificială	II	6		x	x	x			x	x
8.	Metode și tehnici de cercetare în marketing	II	6	x	x		x		x		x
9.	Strategii și politici de marketing	II	6			x	x				
10.	Etică și integritate în cercetarea științifică	II	6	x	x						x
11.	Voluntariat I	II	2				x	x	x	x	x
12.	Comunicare în limba străină I	II	5					x	x		
13.	Cercetare științifică	III	6	x	x				x	x	x
14.	Sisteme de gestiune a informațiilor de marketing	III	6		x	x	x	x		x	
15.	Metode și tehnici de negociere și vânzare	III	6		x		x	x			x
16.	Managementul brandului	III	6	x	x	x			x	x	x
17.	Proiect antreprenorial în marketing	III	6				x	x	x		x
18.	Strategii de design și estetică în marketing	III	6				x	x			x
19.	Voluntariat II	III	2				x	x	x	x	x
20.	Comunicare în limba străină II	III	5					x	x		
21.	Analiza avansată a datelor	IV	5	x			x			x	x
22.	Practică	IV	5	x			x		x		x
23.	Elaborarea lucrării de disertație	IV	10	x	x	x		x	x	x	x
24.	Sisteme de aprovizionare și distribuție	IV	5			x	x	x			
25.	Modelarea și analiza performanței de marketing	IV	5	x			x	x		x	
26.	Etică și sustenabilitate în marketing	IV	5			x	x	x		x	
27.	Social Media Marketing	IV	5		x		x	x			x
28.	Voluntariat III	IV	2	x	x	x	x	x	x	x	x
29.	Comunicare în limba străină III	IV	5					\x	x		
30.	Blockchain Marketing	IV	3	x		x	x		x		x

Notă: Aplicația UniWeb permite introducerea a maximum 20 de competențe generale / profesionale și 10 competențe transversale. În funcție de nr. de competențe ales, se va completa distribuirea creditelor doar pe acel nr de competențe.

** Se vor trece toate disciplinele din Planul de învățământ.

Director departament
prof. univ. dr. habil. Maria-Madela ABRUDAN

Aprobat prin HS

RECTOR
prof. univ. dr. ing. habil.
Constantin BUNGĂU

DECAN
prof. univ. dr. habil.
Claudia-Diana SABĂU-POPA

