

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2026-2027

UNIVERSITATEA DIN ORADEA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

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

Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE/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 comunității 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 principiile, valorile 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

Specialiștii în publicitate și marketing dezvoltă și coordonează strategiile și campaniile de publicitate, realizează lansarea pe piață de noi bunuri și servicii, identifică și dezvoltă oportunitățile de piață pentru produsele și serviciile noi, precum și pentru cele deja existente.

Competențe generale / profesionale:

C1 - elaborează și implementează strategii de marketing

C2 - utilizează modele de marketing teoretice

C3 - planifică activitatea de marketing

C4 - aplică strategiile de marketing aferent platformelor de comunicare socială

C5 - efectuează cercetare de piață, realizează analiza nevoilor consumatorilor, pregătește rapoarte în urma studiilor de piață, identifică cerințele clienților/nișe de piață, monitorizează comportamentul consumatorilor, aplică tehnici de analiză statistică

C6 - utilizează tehnici de comunicare, oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice

C7 - asigură competitivitatea prețurilor

C8 - consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime

C9 - coordonează campanii publicitare; creează anunțuri publicitare

C10 - contribuie la coordonarea activităților promoționale, supraveghează activitățile de promovare

C11 - implementează strategii de vânzare; vinde produse; realizează analiza vânzărilor

C12 - dezvoltă idei creative

C13 - menține relațiile cu clienții și furnizorii, menține relații cu reprezentanți locali

C14 - elaborează catalogul de produse

C15 - gestionează date interoperabile și reutilizabile accesibile și ușor de găsit, sintetizează informații, realizează analize de date, deține competențe informatice

C16 - selectează canalele de distribuție optime

C17 - oferă consultanță cu privire la strategiile de piață, identifică potențialele pentru societăți

C18 - gândește analitic, analizează tendințe economice, analizează tendințele de cumpărare

C19 - creează un buget anual de marketing; gestionează bugete

C20 - gestionează serviciul de relații cu clienții

Competențe transversale:

CT1 - gestionează resurse financiare și materiale

CT2 - gestionează evoluția personală

CT3 - lucrează în echipă

4. REZULTATE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
1.	Înțelegerea și asimilarea conceptelor, metodelor și instrumentarului pentru analiza mediului de marketing, studiul pieței și comportamentul consumatorului	Aplicarea metodelor de cercetare calitativă și cantitativă, utilizarea software-ului statistic (ex. SPSS, Excel) și interpretarea datelor pentru decizii	Fundamentarea științifică a deciziilor de marketing și gestionarea independentă a proiectelor de analiză sau vânzări
2.	Asimilarea cunoștințelor privind mixul de marketing (produs, preț, distribuție, promovare), branding, PR și specificul piețelor internaționale sau agroalimentare	Proiectarea și implementarea campaniilor de comunicare integrată, a strategiilor de vânzare și a planurilor de marketing	Respectarea rigurozității științifice, a confidențialității datelor și a eticii în relația cu clienții și partenerii
3.	Descrierea conceptelor de marketing online, social media și a tehnologiilor emergente (AI, IoT) aplicabile în afaceri	Utilizarea tehnicilor de negociere, comunicarea eficientă în limbi străine (contexte de afaceri) și elaborarea de rapoarte complexe	Curiozitate intelectuală și asumarea responsabilității pentru propria evoluție și pentru calitatea analizelor realizate.
4.	Cunoașterea principiilor de micro/macroeconomie, contabilitate, finanțe, statistică economică și a cadrului juridic al afacerilor		

5. FINALITĂȚI

Absolvenții programului de studii universitare de licență vor accesa următoarele ocupații posibile conform „Clasificării Ocupațiilor din România” ISCO - 08: Specialist marketing 243103, Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing - 263104. Alte ocupații posibile: Referent de specialitate marketing 243203, Manager de produs 243104, Specialist marketing online 243105, Manager comerț electronic 243106, Cercetător economist în marketing 263120, Specialist în relații publice 243201, Brand manager 243207.

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**
 Anul de studiu I

Cod	Discipline*	Tip	Sem. I [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0028	Microeconomie	DF	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-0131	Bazele contabilității	DF	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-0165	Statistică economică	DF	2	1	-	-	42	Ex	4	58	
FSTE-0157	Informatică economică	DF	2	-	1	-	42	Ex	5	83	
FSTE-0002	Matematici aplicate în economie	DF	1	1	-	-	28	Cv	3	47	
FSTE-0235	Comportamentul consumatorului	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0523	Limba străină pentru afaceri I.1	DC	1	1	-	-	28	Cv	3	47	
	TOTAL		12	9	1	-	308		30	442	
	FACULTATIVE										
FSTE-0716	Educație Fizică I.1	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	11	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. II [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0025	Macroeconomie	DF	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-0205	Management	DF	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-0241	Marketing	DF	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-0007	Drept	DF	1	1	-	-	28	Cv	3	47	
FSTE-0490	Doctrina economice contemporane	DF	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-0598	Programe aplicative de marketing	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-0524	Limba străină pentru afaceri I,2	DC	1	2	-	-	42	Cv	3	33	
	TOTAL		12	10	-	-	308		30	442	
	FACULTATIVE										
FSTE-0717	Educație Fizică I.2	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	11	

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
 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.

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

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

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



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**
 Anul de studiu II

Cod	Discipline*	Tip	Sem. III [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0066	Finanțe publice	DF	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-1081	Economie europeană și dezvoltare durabilă	DF	2	1	-	-	42	Ex	4	58	
FSTE-0792	Finanțele firmei	DS	2	1	-	-	42	Ex	4	58	
FSTE-0787	Sisteme informaționale de marketing	DS	2	-	2	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0234	Cercetări de marketing	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-0525	Limba străină pentru afaceri I.3	DC	-	2	-	-	28	Cv	3	47	
	TOTAL		10	7	2	-	266		26	384	
	OPȚIONALE										
FSTE-1090	Managementul forțelor de vânzare	DS	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1088	Management aplicat: simulări și proiecte de afaceri	DS	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1091	Statistica digitală și inteligență artificială	DS	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1149	Strategii de negociere în afacerile internaționale	DS	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-0049	Asigurări comerciale	DS	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1093	Contabilitate digitală	DS	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
	TOTAL		1	2	-	-	42		4	58	
	FACULTATIVE										
FSTE-0718	Educație Fizică I.3	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	11	
FSTE-0478	Limba străină pentru afaceri II.1	DC	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1094	Voluntariat I	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
FSTE-0801	Social Media Marketing	DS	1	-	2	-	42	Cv	4	58	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. IV [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0172	Economie mondială	DC	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-0520	Marketingul micilor afaceri	DS	1	1	-	-	28	Cv	5	97	
FSTE-1082	Relații economice internaționale	DF	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-0153	Baze de date aplicate în marketing	DS	2	-	2	-	56	Ex	5	69	
FSTE-1098	Practică de specialitate I	DS	-	-	-	-	90	Cv	5	35	
	TOTAL		7	3	2	-	258		25	367	
	OPȚIONALE										
FSTE-0508	Analiza informațiilor de marketing	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0366	Management operațional	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-1100	Creativitate, inovare și calitate în afaceri	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-1101	Engleza pentru business	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-1102	Finanțe aplicate	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0784	Contabilitate și gestiune fiscală	DG	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
	TOTAL		2	2	-	-	56		5	69	
	FACULTATIVE										
FSTE-0719	Educație Fizică I.4	DC	-	-	-	1	14	Vp	1	11	
FSTE-0479	Limba străină pentru afaceri II.2	DC	1	2	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1095	Voluntariat II	DG	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
FSTE-0774	Multimedia	DC	1	-	2	-	42	Vp	3	33	
FSTE-0797	Supply Chain Excellence	DS	1	2	-	-	42	Cv	3	33	
FSTE-0789	Marketingul structurilor din economia socială	DS	2	1	-	-	42	Cv	3	33	

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
 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.

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

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

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



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**
 Anul de studiu III

Cod	Discipline*	Tip	Sem. V [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0518	Logistică	DS	2	1	-	-	42	Ex	4	58	
FSTE-0122	Tehnici de vânzare	DS	2	1	-	-	42	Cv	5	83	
FSTE-0246	Marketing strategic	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-0962	Managementul produsului și al brandului	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-0255	Proiecte de marketing	DS	-	-	-	2	28	Cv	3	47	
FSTE-0997	Etică și integritate academică	DS	1	1	-	-	28	Cv	3	47	
	TOTAL		9	7	-	2	252		25	373	
	OPȚIONALE										
FSTE-0247	Marketingul organizațiilor non-profit	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0220	Managementul resurselor umane	DS	2	2	-	-	56	Ex	5	69	
FSTE-1104	Tehnologie și inovare în gastronomie și hotelărie	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0194	Tehnica operațiunilor de comerț exterior	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0823	Piețe financiare	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
FSTE-0513	Audit intern	DS	2	2	-	-	56	Cv	5	69	
	TOTAL		2	2	-	-	56		5	69	
	FACULTATIVE										
FSTE-1099	Practică de specialitate II	DS	-	-	-	6	84	Cv	5	41	
STE-0975	Comunicare în afaceri în limbă străină II.1	DC	1	1	-	-	28	Cv	3	47	
FSTE-1096	Voluntariat III	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
FSTE-0802	Marketing educațional	DS	2	1	-	-	42	Cv	3	33	
FSTE-0798	Instrumente Google pentru afaceri	DS	1	1	-	-	28	Cv	3	47	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. VI [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre- dite	SI [ore / sem.]	Condi- ționări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0988	Marketing digital	DS	2	1	-	-	42	Ex	4	58	
FSTE-0245	Marketing internațional	DS	1	2	-	-	42	Ex	4	58	
FSTE-0510	Marketing agroalimentar	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-0509	Relații publice	DS	2	1	-	-	42	Ex	4	58	
FSTE-0248	Marketingul serviciilor	DS	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-0424	Elaborarea lucrării de licență	DS	-	2	-	2	56	Cv	5	69	
	TOTAL		9	8	-	2	266		26	384	
	OPȚIONALE										
FSTE-0521	Management comercial	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1106	Managementul datelor și sisteme de inteligență artificială în afaceri	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1108	Turism responsabil și ecoturism	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-0197	Transporturi, expediții și asigurări internaționale	DP	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-1110	Investiții sustenabile	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
FSTE-0810	Controlling	DS	2	1	-	-	42	Cv	4	58	
	TOTAL		2	1	-	-	42		4	58	
	FACULTATIVE										
FSTE-0976	Comunicare în afaceri în limbă străină II.2	DC	1	1	-	-	28	Cv	3	47	
FSTE-1097	Voluntariat IV	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
FSTE-0799	Ținută și conduită în afaceri	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

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.



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

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

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



I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE LICENȚĂ

Număr credite alocate, conform legislației: 180

1. 162 credite pentru disciplinele obligatorii ;
2. 18 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. 5 credite pentru elaborarea lucrării de licență (Incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1) - stabilite conform standardelor ARACIS;
5. 10 credite pentru susținerea examenului de licență, suplimentare celor alocate disciplinelor obligatorii și opționale 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	-	2	1	10
Anul II	14	14	3	1	3	1	2	3	2	1	10
Anul III	14	14	3	1	2	2	1	0	2	1	10

* Practica se organizează pe baza unor programe elaborate de departamente și aprobate de Consiliul Facultății. Practica se desfășoară în unități economice de profil și în laboratoarele facultății, pe baza unor convenții de practică. Durata semestrelor de studiu: 14 săptămâni de Activități didactice pentru toate semestrele. Anul II, semestrul II, cuprinde 3 săptămâni de Practică (Incluse în cele 14 săptămâni de Activități didactice), respectiv 84 ore care se pot desfășura comasat sau pe parcursul semestrului.

III. PONDEREA DISCIPLINELOR PE CATEGORII ȘI TIPURI DE DISCIPLINE

Numărul orelor la disciplinele obligatorii (impuse și opționale): 1854

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II
Anul I	22	22
Anul II	22	16
Anul III	22	22

Nr. crt.	Categorie discipline	Nr. de ore			Total		Standard ARACIS [min / max. %] (dacă este cazul)
		An I	An II	An III	Ore	%	
1.	Obligatorii (DOB)	616	524	518	1658	89,43	
2.	Opționale (DOP)		98	98	196	10,57	min 10%
TOTAL		616	622	616	1854	100	
3	Facultative (DFA)	28	126	300	454		

Nr. crt.	Tip discipline	Nr. de ore			Total		Standard ARACIS [min / max. %] (dacă este cazul)
		An I	An II	An III	Ore	%	
1.	Fundamentale (DF)	462	126	-	588	31,72	
2.	De specializare (DS)	112	426	616	1154	62,24	
3.	Complementare (DC)	42	70	-	112	6,04	
TOTAL		616	622	616	1854	100	

Total ore de practică: 90

Raportul număr ore de aplicare practică / număr ore de curs: $930/924=1,007$

IV. FLEXIBILITATEA PROCESULUI EDUCAȚIONAL

Flexibilitatea programului de studii este asigurată prin includerea disciplinelor opționale și facultative. Disciplinele opționale sunt propuse pentru semestrele 3 ÷ 6 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.

V. EXAMENUL DE FINALIZARE STUDII (LICENȚĂ)

1. Comunicarea temei lucrării de licență: semestrul IV;
2. Elaborarea lucrării de licență: 2x 28ore =56 ore, semestrul VI;
3. Susținerea lucrării de licență: iulie, septembrie.

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

VII. DISTRIBUIREA CREDITELOR PE COMPETENȚE

Nr. crt.	Disciplina **	Sem.	Număr credite	Competențe profesionale																		Competențe transversale		
				C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	CT1
1.	Microeconomie	I	5						1				1			1		1	0,5			0,5		
2.	Bazele contabilității	I	5													2			1	1		1		
3.	Statistică economică	I	4					1,5								1			0,5				1	
4.	Informatică economică	I	5													2			2					1
5.	Matematici aplicate în economie	I	3					0,5								0,5		0,5	1			0,5		
6.	Comportamentul consumatorului	I	5	1	1	0,5							0,5		0,5			0,5					0,5	0,5
7.	Limba străină pentru afaceri I.1	I	3					0,5					1								1			0,5
8.	Educație Fizică I.1	I	1																				1	
9.	Macroeconomie	II	5						2							1		1	1					
10.	Management	II	5	0,5	0,5	0,5		0,5				0,5	0,5	0,3		0,5		0,2	0,2		0,2	0,2	0,2	0,2
11.	Marketing	II	5	0,2	0,3	0,3		0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3			0,3	
12.	Drept	II	3					1								1		1						
13.	Doctrin economice contemporane	II	4													1,5		1,5					1	
14.	Programe aplicative de marketing	II	5				0,5	0,5			1	1		0,5		1								0,5
15.	Limba străină pentru afaceri I.2	II	3						1						0,5						0,5		1	
16.	Educație Fizică I.2	II	1																				1	
17.	Finanțe publice	III	5						1							1	1		1	1		1		
18.	Economie europeană și dezvoltare durabilă	III	4													1	1	1	0,5				0,5	
19.	Finanțele firmei	III	4						0,2	0,3			0,5	0,5			0,5		0,3	0,2	0,5	0,5	0,5	
20.	Sisteme informaționale de marketing	III	5		0,2		0,5	0,5		0,5	0,2		0,2	0,2		0,2	0,5		0,2	0,5	0,5	0,3		0,5
21.	Cercetări de marketing	III	5					1						1		1			1					1
22.	Limba străină pentru afaceri I.3	III	3					0,5						1								1		0,5
23.	Managementul forțelor de vânzare	III	4					0,3	0,2		0,5		0,3	0,2	0,3	0,2	0,5		0,5	0,5			0,2	0,3
24.	Management aplicat: simulări și proiecte de afaceri	III	4	0,5	0,5		0,5	0,5					0,2	0,3			0,2		0,3		0,3		0,2	0,2
25.	Statistica digitală și inteligență artificială	III	4					1								1			1				1	
26.	Strategii de negociere în afacerile internaționale	III	4					0,5						1	1			0,5					0,5	0,5
27.	Asigurări comerciale	III	4						0,5	0,5				1			0,5			0,5		1		
	Contabilitate digitală	III	4													1			1	1		1		
	Educație Fizică I.3	III	1																				1	
30.	Limba străină pentru afaceri II.1	III	4					1						1							1		1	
31.	Voluntariat I	III	2					0,5															1	0,5
32.	Social Media Marketing	III	4	0,5		0,3	0,2				0,5	0,5		0,5			0,2		0,3	0,2	0,3	0,3		0,2
33.	Economie mondială	IV	5						1							1		1	1				1	
34.	Marketingul micilor afaceri	IV	5			1		0,5											0,5	0,5		0,5	1	1
35.	Relații economice internaționale	IV	5						0,5						0,5			0,5	1				1	1
36.	Baze de date aplicate în marketing	IV	5		0,3		0,5	0,3		0,3	0,3		0,5	0,3		0,3	0,3		0,3	0,5	0,5	0,3		0,3
37.	Practică de specialitate I	IV	5				0,5	0,5	0,5		0,5			0,5		0,5			0,5		0,5		0,5	0,5
38.	Analiza informațiilor de marketing	IV	5		0,5			1						1		1			1					0,5
39.	Management operațional	IV	5		0,5			1						0,5		1			0,5		0,5		0,5	0,5
40.	Creativitate, inovare și calitate în afaceri	IV	5		0,5	1								1		1		1					0,5	
41.	Engleza pentru business	IV	5						2						1							1		1
42.	Finanțe aplicate	IV	5						0,5	0,5			0,5	0,5			0,5		0,5	0,5	0,5	0,5		
43.	Contabilitate și gestiune fiscală	IV	5										1				1		1	1		1		
44.	Educație Fizică I.4	IV	1																				1	
45.	Limba străină pentru afaceri II.2	IV	4						1						1							1		
46.	Voluntariat II	IV	2						1														0,5	0,5
47.	Multimedia	IV	3		0,5		0,2	0,2			0,5			0,3			0,3		0,3		0,2	0,5		
48.	Supply Chain Excellence	IV	3	0,5			0,5						0,5		0,5			0,2			0,5			0,3
49.	Marketingul structurilor din economia socială	IV	3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2		0,2	0,2		0,2	0,2		0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2			
50.	Logistică	V	4	0,5			1		0,5					0,3		0,5			0,2		0,2	0,5		0,3
51.	Tehnici de vânzare	V	5						1	0,5				0,5	0,5	0,5			0,5		0,5	0,5		0,5
52.	Marketing strategic	V	5	1		1								0,5				0,5			0,5		0,5	
53.	Managementul produsului și al brandului	V	5	0,5	0,5	0,5								0,5		0,5	0,5		0,3		0,2	0,5	0,5	0,5
54.	Proiecte de marketing	V	3								1			1								1		
55.	etică și integritate academică	V	3														1					1		
56.	Marketingul organizațiilor non-profit	V	5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5				0,3					0,2	0,3		0,2
57.	Managementul resurselor umane	V	5						1					1	1		1						0,5	0,5
58.	Tehnologie și inovare în gastronomie și hotelărie	V	5	0,5			0,5				0,5		0,5			0,5	0,5				0,5	0,5	0,5	0,5
59.	Tehnica operațiunilor de comerț exterior	V	5						1					1		1		0,5	0,5			0,5	0,5	
60.	Piețe financiare	V	5						1							1	1			1		1		
61.	Audit intern	V	5							1				1		0,5		0,5	0,5	1		0,5		
62.	Practică de specialitate II	V	5				0,5	0,5	0,5		0,5			0,5		0,5			0,5		0,5		0,5	0,5
63.	Comunicare în afaceri în limbă străină II.1	V	3						1						1						0,5		0,5	
64.	Voluntariat III	V	2						1														0,5	0,5
65.	Marketing educațional	V	3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3					0,2			0,2		0,2	0,2	0,2	0,2		
66.	Instrumente Google pentru afaceri	V	3				0,3	0,3		0,3				0,3			0,3			0,3	0,3	0,3		0,3
67.	Marketing digital	VI	4	0,5	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2		0,2	0,5					0,3			0,2	0,3		0,2	0,2
68.	Marketing internațional	VI	4	0,5				0,5	0,5								0,5	0,5	0,5			0,5		0,5
69.	Marketing agroalimentar	VI	4	0,5	0,5	0,2			0,5			0,5		0,5				0,5		0,3			0,5	
70.	Relații publice	VI	4		0,5				0,2			0,5			0,5					0,3		0,5	0,5	0,5
71.	Marketingul serviciilor	VI	5	0,3	0,3	0,5	0,3	0,3		0,3	0,3	0,3				0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3		0,3	
72.	Elaborarea lucrării de licență	VI	5	0,5	0,5	0,5	0,5	1						0,5			0,5			0,5			0,5	
73.	Management comercial	VI	4	0,2		0,5		0,3					0,3	0,2	0,5			0,5		0,5			0,5	0,5
74.	Managementul datelor și sisteme de inteligență artificială în afaceri	VI	4						1													1	1	1
75.	Turism responsabil și ecoturism	VI	4		1												1	1		0,5			0,5	
76.	Transporturi, expediții și asigurări internaționale	VI	4		0,5											1	1		0,5		0,5			0,5
77.	Investiții sustenabile	VI	4						0,5					0,5				0,5	0,5	1				
78.	Controlling	VI	4													1			1	1		1		
79.	Comunicare în afaceri în limbă străină II.2	VI	3						0,5					0,5							1			1
80.	Voluntariat IV	VI	2							1													0,5	0,5
81.	Discuții și proiecte în afaceri	VI	2											0,5	0,5			0,5			0,5		0,5	0,5

DIN DATA DE

29. APR. 2026

Președinte:
Conf.univ.dr. Vasile-Aurel CĂUȘ

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

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

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

DECANAT
Facultatea de
Economie