PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2026-2027

UNIVERSITATEA DIN ORADEA

FACULTATEA DE ŞTIINȚE ECONOMICE
Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ŞI COMUNICARE ÎN AFACERI**
Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE**
Domeniul de masterat: **MARKETING**
Domeniul secundar de masterat: **Marketing**
Tipul masteratului: **Profesional**
Durata studiilor / nr. de credite: **4 semestre/120 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

APROBAT ÎN ȘEDINȚA DE SENAT
DIN DATA DE
20. MAI. 2026
Președinte:
Conf.univ.dr. Vasile-Aurel CĂUȘ

1. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING ŞI COMUNICARE ÎN AFACERI

Misiunea programului de master Marketingşi comunicare în afaceri este să creeze specialişti de marketing cu competenţe manageriale, să producă şi să distribuie valori, cunoaştere şi know- how de specialitate necesare organizaţiilor şi instituţiilor din mediul economic şi social.

2. OBIECTIVELE PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING ŞI COMUNICARE ÎN AFACERI

Obiectivele programului de studii universitare de master Marketing şi comunicare în afaceri sunt:1. Să formeze absolvenţi, specialişti în marketing, pregătiţi să îşi asume roluri manageriale şi să ia decizii în organizaţii (firme, instituţii şi organizaţii nonprofit) în contextele societăţii cunoaşterii, ale dinamicii pieţei româneşti, europene şi mondiale, înzestraţi cu competenţele necesare conducerii marketingului organizaţiilor, a comunicării de marketing a acestora, care să se poată integra şi contribui la echipe şi organizaţii.2. Să formeze antreprenori care să valorifice oportunităţile pieţelor, să se adapteze la dinamica mediului, să dezvolte afaceri, care să promoveze noi elemente de valoare: bunuri, servicii şi elemente de ofertă inovatoare prin care să satisfacă nevoile indivizilor şi societăţii.3. Să faciliteze procesele de învăţare, cercetare şi cunoaştere a economiei, marketingului şi managementului atât ale studenţilor, cât şi ale absolvenţilor, ale membrilor comunităţi universitare, ale indivizilor şi organizaţiilor partenere din mediile organizaţionale, instituţionale şi de afaceri.4. Să realizeze parteneriate şi să dezvolte permanent o comunitate de indivizi şi organizaţii din mediul economic, social şi de afaceri românesc şi european caredoresc să îşi dezvolte abilităţile şi competenţele de marketing, manageriale şi antreprenoriale.5. Să dezvolte o bază de resurse de cunoaştere cuprinzând teorii, concepte, metode, tehnici, instrumente şi modele de bune practici, rezultate ale cercetărilorpieţelor şi mediului de afaceri, să stimuleze cercetarea ştiinţifică în domeniul marketingului şi a mediului economic şi social românesc, european şi mondial.6. Să contribuie la integrarea absolvenţilor pe piaţa muncii, în organizaţii şi comunităţi, în societatea românească, europeană şi în viitor7. 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 generale / profesionale:C1 - Elaborarea de sinteze, studii şi analize aprofundate ale mediului de marketing şi ale diferitelor pieţe, elemente componente şi participanţi, sinteza şi utilizarea informaţiilor economice în vederea fundamentării deciziilor de marketing în cadrul organizaţiilorC2 - Realizarea de cercetări aprofundate de marketing folosind metodele, tehnicile şi instrumentele de specialitate, atât în mediul real cât şi în mediul online.C3 - Fundamentarea, conceperea şi implementarea de strategii şi politici şi planuri în domeniul marketingului organizaţiilor C4 - Elaborarea şi implementarea unor proiecte, instrumente, proceduri şi bune practici de marketing ale organizaţiilor prin utilizarea conceptelor şi metodelor specifice marketingului.C5 - Relaţionarea eficientă cu diferite categorii de public ale organizaţiilor, crearea, dezvoltarea şi utilizarea unor instrumente, proceduri şi medii şi contexte care să faciliteze atât tranzacţiile cât şi relaţiile cu acestea
Competenţe transversale:CT1 - Coordonarea de echipe profesionale, asumarea, atribuirea şi urmărirea îndeplinirii responsabilităţilor specifice în domeniul economicCT2 - Autoevaluarea nevoii de continuare a formării profesionale, diagnoza şi autocontrolul învăţăriiCT3 - Fundamentarea şi asumarea de strategii economice, în condiţii de responsabilitate şi autonomie

4. REZULTATE ASTEPTATE ALE INVĂŢĂRII

Nr. crt.	Cunoştinţe	Aptitudini	Responsabilitate şi autonomie
1.	Comunicarea de marketing: branding, publicitate, PR, promovare, marketing direct, digital/experienţial, evenimente; campanii integrate.	Elaborează campanii integrate, strategii social media/experienţiale şi proiecte aplicate.	Autonomie în coordonare, creativitate şi gândire critică; decizii cu impact asupra imaginii organizaţiei.
2.	Analiza pieţei şi comportamentul consumatorului; concepte piaţă-client-consumator; modele (mix, SWOT, BCG).	Segmentare, cercetare de piaţă, analiză traseu client; prognoză cerere şi interpretare date.	Decizii fundamentate pe date; rigoare ştiinţifică; planificare resurse şi elaborare rapoarte de analiză.
3.	Antreprenoriat în marketing: strategii de creare/dezvoltare entităţi, coordonare şi management al iniţiativelor.	Construieşte plan antreprenorial (formă juridică, piaţă, clienţi, strategii); identifică bugete şi resurse.	Asumă planificarea şi prezentarea planului; adaptabilitate şi înţelegerea pieţei serviciilor de marketing.
4.	Strategie, design, estetică, etică profesională şi protecţia datelor; compatibilitatea materialelor de marketing cu canale.	Creează materiale promoţionale (identitate vizuală, print & digital), aplicând principii estetice şi funcţionale.	Responsabilitate socială şi etică; respectarea identităţii vizuale, normelor legale şi protecţiei datelor.
5.	Analiză avansată a informaţiilor de marketing, statistică şi performanţă; instrumente şi platforme digitale.	Utilizează software şi instrumente digitale pentru analiză, evaluare eficienţă şi optimizare decizii.	Asigură acurateţea şi claritatea analizelor; decizii strategice corecte, etice şi orientate pe performanţă.

5. FINALITĂŢI

Absolvenţii programului de studii universitare de masterat vor accesa următoarele ocupaţii posibile conform „Clasificării Ocupaţiilor din România" ISCO - 08:

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

Alte ocupaţii posibile: Cod 112018- director vânzări, Cod 122101- şef serviciu marketing, Cod 122102- şef birou marketing, Cod 122103- şef licitaţie, Cod 122104- director operaţii tranzacţii, Cod 122105 - şef casă compensaţie, Cod 122107- manager marketing (tarife, contracte, achiziţii), Cod 122108- conducător firma mică patron (girant) în afaceri, intermedieri si alte servicii comerciale, Cod 122201- şef agenţie reclamă publicitară, Cod 122202- şef reclamă publicitară, Cod 122203 - şef serviciu reclamă publicitară, Cod 241230 - ofiţer bancar (credite, marketing, produse si servicii bancare), Cod 243201 specialist in relaţii publice, Cod 243202-mediator; Cod 243203- referent de specialitate marketing; Cod 243204-specialist protocol si ceremonial; Cod 243206 - purtător de cuvânt, Cod 243207 - brand manager, Cod 243208- organizator protocol; Cod 243209 - organizator relaţii; Cod 243210- organizator târguri şi expoziţii; 243211 prezentator expoziţii; Cod 243212 - specialist relaţii sociale; Cod 243213- expert relaţii externe; Cod 243216- analist servicii client; Cod 243217- asistent director/responsabil de funcţiune (studii superioare); Cod 243218- corespondent comercial; Cod 243219 - asistent comercial; Cod 243220 - specialist in activitatea de lobby

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
Ciclul de studii universitare de masterat
Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ŞI COMUNICARE ÎN AFACERI**
Domeniul fundamental: **ŞTIINŢE SOCIALE**
Domeniul de masterat: **MARKETING**
Domeniul secundar de masterat: **Marketing**
Tipul masteratului: **Profesional**
Durata studiilor / nr. de credite: **4 semestre/120 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

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

PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT**
Anul de studiu I

Cod	Discipline*	Tip	Sem. I [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre-dite	SI [ore / sem.]	Condi-ţionări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-1125	Managementul strategic al marketingului	DS	2	1	-	-	42	Ex	6	108	
FSTE-1126	Neuromarketing şi comportamentul consumatorului	DS	1	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-0985	Analiza diagnostic a mediului de afaceri	DS	1	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-0986	Managementul relaţiilor cu clienţii	DS	2	1	-	-	42	Ex	6	108	
FSTE-1038	Marketing experienţial	DS	1	1	-	-	28	Cv	6	122	
	TOTAL		**7**	**5**	**-**	**-**	**168**		**30**	**582**	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. II [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Cre-dite	SI [ore / sem.]	Condi-ţionări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-1127	Comunicare de marketing integrată	DS	1	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-1128	Marketing digital şi inteligenţa artificială	DS	1	-	2	-	42	Cv	6	108	
FSTE-0251	Metode şi tehnici de cercetare în marketing	DS	1	1	-	-	28	Ex	6	122	
FSTE-0263	Strategii şi politici de marketing	DS	1	-	-	2	42	Cv	6	108	
FSTE-1000	Etică şi integritate în cercetarea ştiinţifică	DC	1	1	-	-	28	Cv	6	122	
	TOTAL		**5**	**3**	**2**	**2**	**168**		**30**	**582**	
	FACULTATIVE										
FSTE-1116	Comunicare în limba străină I	DC	2	1	-	-	42	Cv	5	83	
FSTE-1094	Voluntariat I	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	

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

ROMÂNIA * MINISTERUL EDUCAŢIEI ŞI CERCETĂRII * UNIVERSITATEA DIN ORADEA RECTORAT

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

Universitatea din Oradea * România * DECANAT Facultatea de Ştiinţe Economice

APROBAT ÎN ŞEDINŢA DE SENAT
DIN DATA DE
20. MAI. 2026
Preşedinte:
Conf.univ.dr. Vasile-Aurel CĂUŞ

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
Ciclul de studii universitare de masterat
Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ŞI COMUNICARE ÎN AFACERI**
Domeniul fundamental: **ŞTIINŢE SOCIALE**
Domeniul de masterat: **MARKETING**
Domeniul secundar de masterat: **Marketing**
Tipul masteratului: **Profesional**
Durata studiilor / nr. de credite: **4 semestre/120 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

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

PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT**
Anul de studiu II

Cod	Discipline*	Tip	Sem. III [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-0979	Cercetare ştiinţifică	DC	1	-	-	1	28	Cv	6	122	
FSTE-0261	Sisteme de gestiune a informaţiilor de marketing	DS	2	1	-	-	42	Ex	6	108	
FSTE-0253	Metode şi tehnici de negociere şi vânzare	DS	1	1	-	-	28	Cv	6	122	
FSTE-0987	Managementul brandului	DS	2	1	-	-	42	Ex	6	108	
	TOTAL		**6**	**3**	**-**	**1**	**140**		**24**	**460**	
	OPŢIONALE										
FSTE-1129	Proiect antreprenorial în marketing	DS	1	-	-	1	28	Ex	6	122	
FSTE-1130	Strategii de design şi estetică în marketing	DS	1	-	-	1	28	Ex	6	122	
	TOTAL		**1**	**-**	**-**	**1**	**28**		**6**	**122**	
	FACULTATIVE										
ŞTE-1095	Voluntariat II	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
FSTE-1117	Comunicare în limba străină II	DC	2	1	-	-	42	Cv	5	83	

Cod	Discipline*	Tip	Sem. IV [ore / săptămână]				Total ore / sem.	Felul verif.	Credite	SI [ore / sem.]	Condiţionări
			C	S	L	P					
	OBLIGATORII										
FSTE-1124	Analiza avansată a datelor	DS	1	-	1	-	28	Ex	5	97	
FSTE-0444	Practică	DS	-	-	-	-	84	Cv	5	41	
FSTE-1119	Elaborarea lucrării de disertaţie	DS	-	-	-	4	56	Cv	10	194	
	TOTAL		**1**	**-**	**1**	**4**	**168**		**20**	**332**	
	OPŢIONALE										
	PACHET 1										
FSTE-0260	Sisteme de aprovizionare şi distribuţie	DS	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
FSTE-1132	Modelarea şi analiza performanţei de marketing	DS	2	1	-	-	42	Ex	5	83	
	PACHET 2										
FSTE-1133	Etică şi 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										
ŞTE-1096	Voluntariat III	DC	-	-	-	2	28	Vp	2	22	
FSTE-1123	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; DC - Disciplină complementară;DS - Disciplină de specializare;
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.

APROBAT ÎN ŞEDINŢA DE SENAT DIN DATA DE 20. MAI. 2026
Preşedinte: Conf.univ.dr. Vasile-Aurel CĂUŞ

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

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

ROMÂNIA MINISTERUL EDUCAŢIEI ŞI CERCETĂRII UNIVERSITATEA DIN ORADEA RECTORAT

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

Universitatea din Oradea * România * DECANAT Facultatea de Ştiinţe Economice

UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
Ciclul de studii universitare de masterat
Programul de studii universitare de masterat: **MARKETING ŞI COMUNICARE ÎN AFACERI**
Domeniul fundamental: **ŞTIINŢE SOCIALE**
Domeniul de masterat: **MARKETING**
Domeniul secundar de masterat: **Marketing**
Tipul masteratului: **Profesional**
Durata studiilor / nr. de credite: **4 semestre/120 credite**
Forma de învăţământ: **Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

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

I. CERINŢE PENTRU OBŢINEREA DIPLOMEI DE MASTER

Număr credite alocate, conform legislaţiei: 120

1. 104 credite pentru disciplinele obligatorii ;
2. 16 credite pentru disciplinele opţionale;
3. 5 credite la practică incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii si opţionale de la pct.1 şi pct.2;
4. 10 credite pentru elaborarea disertaţiei (incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1) - stabilite conform standardelor ARACIS;
5. 10 credite alocate examenului de disertatie, constând în prezentarea si susţinerea disertatiei.

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	2	1	10

III. PONDEREA DISCIPLINELOR PE CATEGORII ŞI TIPURI DE DISCIPLINE
Numărul orelor la disciplinele obligatorii (impuse şi opţionale): 756

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II
Anul I	12	12
Anul II	12	12

Nr. crt.	Categorie discipline	Nr. de ore		Total		Standard ARACIS [min / max. %] (dacă este cazul)
		An I	An II	Ore	%	
1.	Obligatorii (DOB)	336	308	644	85,19	-
2.	Opţionale (DOP)	-	112	112	14,81	-
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		

Total ore de practică: 84

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

IV. FLEXIBILITATEA PROCESULUI EDUCAŢIONAL

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

V. EXAMENUL DE FINALIZARE STUDII (DISERTAŢIE)

1. Comunicarea temei disertaţiei: semestrul II;
2. Elaborarea disertaţiei: 10 x 28 ore = 280 ore, semestrul IV;
3. Susţinerea disertaţiei: luna iulie / septembrie.

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

VII. DISTRIBUIREA CREDITELOR PE COMPETENŢE

Nr. crt.	Disciplina **	Sem.	Număr credite	Competenţe profesionale					Competenţe transversale			
				C1	C2	C3	C4	C5	CT1	CT2	CT3	CT4
1.	Managementul strategic al marketingului	I	6	1		1	2			1	1	
2.	Neuromarketing şi comportamentul consumatorului	I	6	1	2		1		1	1		
3.	Analiza diagnostic a mediului de afaceri	I	6	3	3							
4.	Managementul relaţiilor cu clienţii	I	6			2	1	2		1		
5.	Marketing experienţial	I	6				2	2		1	1	
6.	Comunicare de marketing integrată	II	6	1	1		1	1	1	0,5	0,5	
7.	Marketing digital şi inteligenţa artificială	II	6		1	2	1			1	1	
8.	Metode şi tehnici de cercetare în marketing	II	6	2	1		1		1		1	
9.	Strategii şi politici de marketing	II	6								3	3
10.	Etică şi integritate în cercetarea ştiinţifică	II	6	2	2						2	
11.	Comunicare în limba străină I	II	5					3	2			
12.	Voluntariat I	II	2				0,3	0,5	0,5	0,5	0,2	
13.	Cercetare ştiinţifică	III	6	2	2				1	0,5	0,5	
14.	Sisteme de gestiune a informaţiilor de marketing	III	6		2	1	1	1		1		
15.	Metode şi tehnici de negociere şi vânzare	III	6		2		2	1			1	
16.	Managementul brandului	III	6	2	1	1			1	1	1	
17.	Proiect antreprenorial în marketing	III	6				2	2	1		1	
18.	Strategii de design şi estetică în marketing	III	6				3	2			1	
19.	Voluntariat II	III	2				0,5	0,5	0,2	0,3	0,5	
20.	Comunicare în limba străină II	III	5					4	1			
21.	Analiza avansată a datelor	IV	5	2			1			1	1	
22.	Practică	IV	5	2			1		1		1	
23.	Elaborarea lucrării de disertaţie	IV	10	2	2	1		1	2	1	1	
24.	Sisteme de aprovizionare şi distribuţie	IV	5			2	3					
25.	Modelarea şi analiza performanţei de marketing	IV	5	2			1	1		1		
26.	Etică şi sustenabilitate în marketing	IV	5			1	2	1		1		
27.	Social Media Marketing	IV	5		2		1	1			1	
28.	Voluntariat III	IV	2	0,3	03	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	
29.	Comunicare în limba străină III	IV	5					3	2			
30.	Blockchain Marketing	IV	3	1		0,5	0,5		0,5		0,5	

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

ROMÂNIA MINISTERUL EDUCAŢIEI ŞI CERCETĂRII UNIVERSITATEA DIN ORADEA RECTORAT

Universitatea din Oradea * România * DECANAT Facultatea de Ştiinţe Economice

APROBAT ÎN ŞEDINŢA DE SENAT
DIN DATA DE
20. MAI. 2026
Preşedinte:
Conf.univ.dr. Vasile-Aurel CĂUŞ