

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2024-2025

UNIVERSITATEA DIN ORADEA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

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

*Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE ECONOMICE***

*Domeniul de licență: **MARKETING***

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

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

1. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII MARKETING

Misiunea programului de studii universitare de 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 domeniul al cunoașterii și practicii 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 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:

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 economică contemporană | 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 | 1 | 11 | |

Legendă: C - Curs (pentru IFR - Coordonare studiu individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual;
 DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - 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. Alina Daciana BĂDULESCU

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 | |
| FSTEID-0617 | Educație Fizică I.3 | DC | - | - | - | - | 14 | 14 | Vp | 1 | 11 | |
| FACULTATIVE | | | | | | | | | | | | |
| FSTEID-0478 | Limba străină pentru afaceri II.1 | DC | 14 | 8 | 20 | - | - | 42 | Cv | 4 | 58 | |
| FSTEID-0669 | Social Media Marketing | OU | 14 | - | - | 28 | - | 42 | Cv | 4 | 58 | |
| FSTEID-0158 | Sisteme de gestionare a 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 | |
| FSTEID-0618 | Educație Fizică I.4 | DC | - | - | - | - | 14 | 14 | Vp | 1 | 11 | |
| FACULTATIVE | | | | | | | | | | | | |
| FSTEID-0479 | Limba străină pentru afaceri II.2 | DC | 14 | 8 | 20 | - | - | 42 | Cv | 6 | 108 | |
| FSTEID-0648 | Multimedia | OU | 14 | - | - | 28 | - | 42 | Vp | 3 | 33 | |
| FSTEID-0665 | Supply Chain Excellence | OU | 14 | 8 | 20 | - | - | 42 | Cv | 3 | 33 | |
| FSTEID-0659 | Marketingul structurilor din economia socială | OU | 28 | 4 | 10 | - | - | 42 | Cv | 3 | 33 | |

Legendă: C - Curs (pentru IFR - Coordonare studiu individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual;
DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - 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. Alina Daciana BĂDULESCU

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

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

DECAN,
Prof. univ. dr. habil. Alina Daciana BĂDULESCU

I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE LICENȚĂ

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 | 28 | 0 | 56 | | |
| 4. | Facultative - DF | 0 | 308 | 154 | 462 | | |

| Nr. Crt. | Discipline | Nr. de ore | | | Total | | Standard ARACIS [min / max. %] |
|------------------|--|------------|------------|------------|-------------|-------------|-----------------------------------|
| | | An I | An II | An III | Ore | % | |
| 1. | Fundamentale - DF | 462 | 84 | 0 | 546 | 29% | 25 - 30 |
| 2. | Din domeniu / de specialitate (DD/DS) sau: | 112 | 378 | 616 | 1106 | 60% | 60 - 70 |
| 2.1. | - din domeniu - DD | 112 | 378 | 616 | 1106 | 60% | 60 - 70 |
| 2.2. | - de specialitate - DS | | | | | | |
| <i>din care:</i> | | | | | | | |
| 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 + 56 + 462= 2366 | |
| Număr total de ore (exclusiv facultative): | 1904 | |
| 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 opționale studentul alege una care devine obligatorie. Această activitate se desfășoară 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 contemporane | II | 5 | 2 | 2 | | | | | 0,5 | | 0,5 |
| 14. | Programe aplicative de marketing | II | 3 | | 3 | | | | | | | |
| 15. | Limba străină pentru afaceri I.2 | II | 3 | 1 | | 1 | 1 | | | | | |
| 16. | Educație Fizică I.2 | II | 1 | | | | | | | 1 | | |
| 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. | Educație Fizică I.3 | III | 1 | | | | | | | 1 | | |
| 24. | Simulări de marketing | III | 4 | | 3 | 1 | | | | | | |
| 25. | Analiza informațiilor de marketing | III | 4 | | 3 | 1 | | | | | | |
| 26. | Limba străină pentru afaceri II.1 | III | 4 | 1 | | 1 | 1 | | | | | 1 |
| 27. | Social Media Marketing | III | 4 | 1 | 2 | | | 1 | | | | |
| 28. | Sisteme de gestionare a informației | III | 3 | | 2,5 | | | | | 0,5 | | |
| 29. | Economie mondială | IV | 5 | 2 | | 2 | | | | 0,5 | | 0,5 |
| 30. | Tranzacții internaționale | IV | 5 | 1 | | 1 | | 2 | 1 | | | |
| 31. | Tehnici de vânzare | IV | 6 | 2 | | | | | 4 | | | |
| 32. | Baze de date aplicate în marketing | IV | 6 | 1 | 4 | | | | | 0,5 | | 0,5 |
| 33. | Practică | IV | 3 | 0,5 | 0,5 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,5 | 0,5 | |
| 34. | Educație Fizică I.4 | IV | 1 | | | | | | | 1 | | |
| 35. | Gestiunea forțelor de vânzare | IV | 5 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 0,5 | | 0,5 |
| 36. | Protecția consumatorului | IV | 5 | | | 3 | | | | 1 | 0,5 | 0,5 |
| 37. | Etică și integritate academică | IV | 5 | | | | | | | 3 | 1 | 1 |
| 38. | Limba străină pentru afaceri II.2 | IV | 6 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 |
| 39. | Multimedia | IV | 3 | | 2,5 | | | | | 0,5 | | |
| 40. | Supply Chain Excellence | IV | 3 | | 1 | 1 | | | 1 | | | |
| 41. | Marketingul structurilor din economia socială | IV | 3 | 1 | | 1 | | | | 0,5 | | 0,5 |
| 42. | Distribuție și merchandising | V | 4 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | | |
| 43. | Tehnici promoționale | V | 4 | | | | 3 | 1 | | | | |
| 44. | Cercetări de marketing | V | 5 | 2 | 1 | 1 | | | | 0,5 | 0,5 | |
| 45. | Marketing strategic | V | 4 | | | 2 | | | 2 | | | |
| 46. | Managementul produsului și al brandului | V | 4 | | | | | 1 | 3 | | | |
| 47. | Proiecte de marketing | V | 4 | 1 | 1 | 0,5 | 0,5 | | | | 0,5 | 0,5 |
| 48. | Business to business marketing | V | 5 | 1 | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | |
| 49. | Marketingul organizațiilor non-profit | V | 5 | 1 | 0,5 | 1 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | |
| 50. | Comunicare în afaceri în limbă străină II.1 | V | 3 | | | | | 1,5 | | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 51. | Instrumente Google pentru afaceri | V | 3 | | 3 | | | | | | | |
| 52. | Marketing educațional | V | 3 | 1 | | 1 | | | 1 | | | |
| 53. | Marketing on-line | VI | 4 | 1 | 2 | | | 1 | | | | |
| 54. | Marketing internațional | VI | 3 | 1 | | 1 | 1 | | | | | |
| 55. | Marketing agroalimentar | VI | 3 | 1 | | 1 | 1 | | | | | |
| 56. | Relații publice | VI | 3 | | | | 1 | 1 | | 0,5 | 0,5 | |
| 57. | Marketingul micilor afaceri | VI | 3 | | | | | 2 | 1 | | | |
| 58. | Cercetări pentru elaborarea lucrării de licență | VI | 10 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 59. | Management comercial | VI | 4 | 1 | | 1 | | 0,5 | | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 60. | Marketing turistic | VI | 4 | 1 | | 1 | | 0,5 | | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 61. | Comunicare în afaceri în limbă străină II.2 | VI | 3 | | | | | 1,5 | | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 62. | 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 adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor si instrumentelor de marketing | C2. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice in activitatile de marketing | C3. Culegerea, analiza și interpretarea de informațiilor de marketing privind organizația și mediul său | C4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing | C5. Utilizarea tehnicilor de vanzare | 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 si a instrumentelor de marketing | C2.1 Identificarea și descrierea instrumentelor si aplicațiilor informatice in activitatile de marketing | C3.1 Definirea mediului organizatiei, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia | C4.1 Definirea conceptelor si descrierea politicilor mix-ului de marketing | C5.1 Utilizarea tehnicilor de vanzare | C6.1 Identificarea 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 si a instrumentelor de marketing | C2.2 Explicarea modului de utilizare a instrumentelor si aplicațiilor informatice in activitatile de marketing | C3.2 Interpretarea impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației | C4.2 Explicarea mix-ului de marketing | C5.2 Explicarea tehnicilor de vanzare si 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 si a instrumentelor specifice activității de marketing | C2.3 Folosirea softurilor în activități de marketing | C3.3 Identificarea si selectarea factorilor care influenteaza functionarea organizației | C4.3 Aplicarea cunoștințelor specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea unui program de marketing | C5.3 Aplicarea tehnicilor de vanzare si a instrumentelor specifice de comunicare | C6.3 Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru organizarea activitatilor 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 in activitatea de marketing | C2.4 Evaluarea critică a caracteristicilor instrumentale ale principalelor softuri folosite în activitatea de marketing | C3.4 Evaluarea si selectarea factorilor care influenteaza functionarea organizației | C4.4 Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing | C5.4 Analiza și evaluarea tehnicilor de vanzare si a instrumentelor specifice de comunicare | C6.4 Analiza și evaluarea critică a activităților in 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 analiza a mediului de marketing al organizației, in functie de specificul pietei | C4.5 Proiectarea programelor de marketing | C5.5 Proiectarea programului de comunicare in vanzari | C6.5 Propunerea modalitatilor de creștere a eficienței organizarii activităților de marketing |
| Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței | Realizarea unui studiu de marketing | Elaborarea unui raport de marketing utilizand aplicatiile informatice | Elaborarea unei analize SWOT | Conceperea și realizarea unui program de marketing | Proiectarea programului de comunicare in vanzari | 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 si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei strategii de munca riguroasa, eficienta si responsabila | | | Solutionarea in timp real , in conditii de asistenta calificata, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de munca, respectand normele deontologiei profesionale | | |
| 7. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate | CT2. Identificarea rolurilor si responsabilitatilor intr-o echipa plurispecializata si aplicarea de tehnici de relationare si munca eficienta in cadrul echipei | | | Realizarea unei lucrari/unui proiect, asumand cu responsabilitate sarcini specifice rolului intr-o echipa plurispecializată | | |
| 8. Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională | CT3. Identificarea oportunitatilor de formare continua si valorificarea eficienta a resurselor si tehnicilor de invatare pentru propria dezvoltare | | | Elaborarea si sustinerea cu argumente a aplicarii unui plan personal de dezvoltare profesionala | | |

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. Alina Daciana BĂDULESCU