

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

al promoției 2023-2026

UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV

Programul de studii
universitare de licență

MARKETING

Domeniul fundamental

Științe sociale

Domeniul de licență

Marketing

Facultatea

Științe economice și administrarea afacerilor

Durata studiilor

3 ani

Forma de învățământ

la distanță (ID)

1. OBIECTIVE DE FORMARE ȘI COMPETENȚE

Obiectivul general al programului de studii: formarea unor specialiști în domeniul marketingului, capabili să-și asume un rol activ în viața organizațiilor, prin rezolvarea unor probleme specifice ale acestora în relația cu piața.

Competențele profesionale și transversale obținute de absolvenți le permit angajarea pe piața muncii, în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor, în calificarea Licențiat în științe economice – Marketing, ocupațiile de bază fiind: specialist marketing (cod COR 243103), manager de produs (Cod COR 243104).

Profilul de competențe dezvoltat în concordanță cu nevoile identificate pe piața muncii și cu cadrul național al calificărilor, precum și rezultatele învățării asociate acestor competențe sunt prezentate sintetic mai jos și detaliat în fișele disciplinelor din planul de învățământ.

Competențe profesionale și rezultate ale învățării

Cp.1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing

R.Î.1.1. Absolventul definește corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele de marketing.

R.Î.1.2. Absolventul este capabil să explice conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele de marketing.

R.Î.1.3. Absolventul aplică metodele, tehnicile și instrumentele specifice activității de marketing în activitatea profesională.

R.Î.1.4. Absolventul realizează studii comparative și evaluează critic metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în activitatea de marketing a organizației.

R.Î.1.5. Absolventul este capabil să proiecteze un studiu de marketing.

Cp.2. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing

R.Î.2.1. Absolventul identifică și descrie instrumentele și aplicațiile informatice ce pot fi utilizate în activitățile de marketing.

R.Î.2.2. Absolventul este capabil să explice modul de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing.

R.Î.2.3. Absolventul folosește sisteme informatice în activități de marketing.

R.Î.2.4. Absolventul este capabil să evalueze critic caracteristicile și avantajele principalelor softuri.

folosite în activitatea de marketing

R.Î.2.5. Absolventul dezvoltă și utilizează baze de date specifice activității de marketing.

Cp.3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său

R.Î.3.1. Absolventul interpretează și evaluează impactul variabilelor de mediu asupra activității organizației.

R.Î.3.2. Absolventul analizează și evaluează piața produsului de referință și piața organizației.

R.Î.3.3. Absolventul culege, evaluează și prelucrează date privind piața-tintă și clienții pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiile de fezabilitate. Identifică tendințele pieței.

R.Î.3.4. Absolventul este capabil să elaboreze un proiect de analiză a mediului de marketing al unei organizații, în funcție de specificul pieței.

R.Î.3.5. Absolventul realizează cercetări de marketing pentru obținerea informațiilor cu privire la mediul organizației.

Cp.4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing

R.Î.4.1. Absolventul definește și descrie elementele specifice politicilor mix-ului de marketing.

R.Î.4.2. Absolventul este capabil să explice mix-ul de marketing.

R.Î.4.3. Absolventul aplică cunoștințele specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea unui program de marketing.

R.Î.4.4. Absolventul aplică diferite instrumente pentru conceperea politicilor și strategiilor de produs, preț, distribuție și promovare.

R.Î.4.5. Absolventul proiectează programe de marketing specifice fiecărei componente a mix-ului de marketing.

Cp.5. Utilizarea tehnicilor de vânzare

R.Î.5.1. Absolventul este capabil să descrie și să explice tehnicile de vânzare și instrumentele specifice de comunicare.

R.Î.5.2. Absolventul analizează și evaluează tehnicile de vânzare și instrumentele specifice de comunicare în concordanță cu obiectivele organizației.

R.Î.5.3. Absolventul utilizează tehnicile de vânzare și instrumentele specifice de comunicare în activitatea profesională.

R.Î.5.4. Absolventul proiectează programul de comunicare în vânzări.

Cp.6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației

R.Î.6.1. Absolventul explică principalele atribuții și activități de marketing în cadrul organizației.

R.Î.6.2. Absolventul identifică și definește rolul departamentului de marketing în raport cu celelalte departamente din cadrul organizației.

R.Î.6.3. Absolventul asigură comunicarea și cooperarea cu toate entitățile și echipele dintr-o anumită organizație, în conformitate cu strategia întreprinderii.

R.Î.6.4. Absolventul propune modalități de creștere a eficienței organizării activităților de marketing și ale organizației.

Competențe transversale și rezultate ale învățării

Ct.1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă

R.Î.1.1. Absolventul este capabil să îndeplinească sarcinile specifice domeniului de activitate respectând deontologia profesională.

Ct.2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipa plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

R.Î.2.1. Absolventul este capabil să își asume responsabilitatea unor sarcini într-o echipă plurispecializată.

R.Î.2.2. Absolventul aplică tehnici de relaționare și muncă eficiente pentru îndeplinirea sarcinilor specifice.

Ct.3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

R.Î.3.1. Absolventul este capabil să identifice oportunitățile de formare continuă pentru dezvoltarea carierei profesionale.

R.Î.3.2. Absolventul utilizează eficient resursele și tehnicile de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.

2. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNI A ANULUI UNIVERSITAR

Număr de semestre: 2

Număr de credite pe semestru: 30*

Număr de ore de activități didactice /săptămână: 23-27

Numărul de săptămâni pe ani de studiu:

Anul de studiu	Activități didactice		Sesiuni de examene			Practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Restanțe		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	14	14	3	4	3	84 ore (6 ore/ săptămână)	3	1	10
Anul II	14	14	3	4	3		3	1	10
Anul III	14	14	2	2	1		3	1	-

*La disciplina Educație fizică și sport se acordă un credit pe semestru, suplimentar față de cele 30 de credite.

3. ASIGURAREA FLEXIBILIZĂRII INSTRUIRII. CONDIȚIONĂRI

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale și discipline facultative. Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse începând cu semestrul al treilea și sunt grupate în pachete opționale care completează traseul de specializare a studentului. Alegerea traseului se face de către student în anul universitar anterior derulării disciplinelor opționale.

Disciplinele opționale sunt prevăzute în semestrele III, IV, V și VI, fiind incluse în Planul de învățământ sub forma a două pachete opționale, P1 și P2, care definesc traseul studentului. Alegerea traseului (respectiv a pachetului P1 sau P2) se face de către student înainte de începerea semestrului III:

- **Pachetul P1** presupune următorul traseu: Marketing agroalimentar (semestrul III), Simulări de marketing (semestrul IV), Analiza informațiilor de marketing (semestrul V), Gestiunea forțelor de vânzare (semestrul VI).
- **Pachetul P2** presupune următorul traseu: Business to business marketing (semestrul III), Marketing direct (semestrul IV), Sisteme informatice de marketing (semestrul V), Cybermarketing (semestrul VI).

Organizarea cursurilor la disciplinele facultative se face prin Centrul de Formare continuă (CFC). În planul de învățământ al fiecărui program de studii de licență se consemnează numai modulele și numărul aferent de ore, urmând ca denumirea disciplinei să se treacă în registrul matricol conform opțiunii studentului. Disciplinele facultative propuse de facultăți sau disciplinele altor programe de studii alese de student se grupează în 5 module:

- Modul A (discipline socio-umane)
- Modul B (limba română și alte limbi moderne)
- Modul C (discipline de informatică, TIC)
- Modul D (discipline tehnice)
- Modul E (discipline sportive).

Procedura de desfășurare a activităților didactice la disciplinele facultative și de înscriere a notelor/ calificativelor în Suplimentul la diplomă este prezentată în Regulamentul de activitate profesională a studenților și în Instrucțiunea Inițierea și derularea disciplinelor facultative. Alocarea creditelor pentru disciplinele facultative se face în urma susținerii colocviului de absolvire a cursului. Creditele obținute la disciplinele facultative nu înlocuiesc creditele pentru disciplinele obligatorii și opționale.

4. CONDIȚII DE ÎNSCRIERE ÎN ANUL DE STUDII URMĂTOR. CONDIȚII DE PROMOVARE A UNUI AN DE STUDII

Condițiile de înscriere în anul următor, condițiile de a urma module de curs în avans, condițiile de promovare sunt cuprinse în Regulamentul privind activitatea profesională a studenților.

5. EXAMENUL DE LICENȚĂ

Perioada de întocmire a lucrării de licență / proiectului de diplomă: începând cu penultimul semestru de studii.

Definitivarea lucrării de licență / proiectului de diplomă: în ultimul semestru de studii.

Perioada de susținere a lucrării de licență / proiectului de diplomă: în sesiunea iunie-iulie a ultimului an de studii.

Numărul de credite pentru susținerea proiectului de licență: 10 credite (în plus față de cele 180).

6. DISCIPLINELE ȘI ACTIVITĂȚILE DIDACTICE ALOCATE PE ANI DE STUDII

Legenda:

- C₁ – criteriul obligativității
- DI – disciplină impusă (obligatorie)
- DO – disciplină opțională (la alegere)
- C₂ – criteriul conținutului
- DF – disciplină fundamentală
- DS – disciplină de specialitate
- DD/DR – disciplină în domeniu/disciplină relevantă*
- DC – disciplină complementară
- DFc – disciplină facultativă
- AI – activități de autoinstruire
- SI – studiu individual
- AT – activități tutoriale
- TC – teme de control
- AA – activități aplicative asistate
- FV – forma de verificare

Cr. – nr. de credite

* dacă este cazul

Observații:

AI = nr. de ore de curs din planul de învățământ pentru IF

SI* = diferența dintre totalul de ore dedicate disciplinei (25 ore x nr. de credite) și nr. de ore didactice pe semestru

AT**+TC = nr. ore de seminar din planul de învățământ pentru IF

AA** = nr. ore de laborator / proiect din planul de învățământ pentru IF

*Orele alocate SI se preiau ca atare din planul de învățământ pentru IF și nu intră în calculul totalului numărului de ore didactice obligatorii/opționale pe semestru din planul de învățământ pentru ID.

** La forma ID, AT/AA pot fi constituite din ATF (activități tutoriale/asistate față în față) și ATD (activități tutoriale/asistate la distanță, desfășurate online sincron pe platformă), dar ATD nu pot reprezenta mai mult de 50% din totalul orelor alocate pentru AT/AA.

Universitatea Transilvania din Braşov
 Facultatea: Ştiinţe economice şi administrarea afacerilor
 Departamentul coordonator: Marketing, turism servicii, afaceri internaţionale
 Programul de studii universitare de licenţă: Marketing
 Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale
 Domeniul de licenţă: Marketing
 Durata studiilor: 3 ani
 Forma de învăţământ: la distanţă (ID)

Ministerul Educaţiei
 Valabil în anul universitar 2023-2024



ANUL I

Nr. crt.	Discipline obligatorii (impuse) C1: DI	C1	Codul disciplinei	Semestrul I						Semestrul II									
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.		
1.	Microeconomie	DF	MI1-ID	28	8	20		94	E	6									
2.	Matematică aplicată în economie	DF	MAE1-ID	28	8	20		69	E	5									
3.	Bazele informaticii economice	DF	BIE1-ID	28			28	69	E	5									
4.	Mărfuri nealimentare şi securitatea utilizatorilor	DC	MNS1-ID	28	4	10		58	E	4									
5.	Economie europeană	DF	EMO1-ID	28	4	10		83	E	5									
6.	Etică în afaceri	DF	ETA1-ID	14	4	10		47	E	3									
7.	Limba engleză 1	DF	MLS1-ID	14	4	10		22	C	2									
	Limba franceză 1		MLS1-ID																
	Limba germană 1		MLS1-ID																
	Limba spaniolă 1		MLS1-ID																
8.	Ed. fizică şi sport 1	DC	EFS1-ID		4	10		11	C(A/R)	1									
9.	Macroeconomie	DF	MA2-ID								28	4	10		83	E	5		
10.	Statistică economică	DF	ST2-ID								28	8	20		69	E	5		
11.	Mărfuri alimentare şi securitatea consumatorilor	DC	MAS2-ID								28	4	10		33	E	3		
12.	Management	DF	MN2-ID								28	4	10		83	E	5		
13.	Bazele contabilităţii	DF	BC2-ID								28	4	10		83	E	5		
14.	Baze de date pentru marketing	DD	BD2-ID								28			28	44	E	4		
15.	Scriere academică	DC	SCA2-ID									4	10		11	C	1		
16.	Limba engleză 2	DC	MLS2-ID								14	4	10		22	C	2		
	Limba franceză 2		MLS2-ID																
	Limba germană 2		MLS2-ID																
	Limba spaniolă 2		MLS2-ID																
17.	Ed. fizică şi sport 2	DC	EFS02-ID									4	10		11	C(A/R)	1		
Total ore didactice obligatorii pe semestru				168	36	90	28		5E+2C	31	182	36	9	2		5E+3C	31		
				322						8	30+	336						9	30+

Nr. crt.	Discipline facultative C1: DFc	C1	Codul disciplinei	Semestrul I						Semestrul II								
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	
1.	MODUL A (socio-umane)	DS	SU-ID	28	4	10		33	C	3								
2.	MODUL B (limbi moderne)	DC	LM-ID	28	4	10		33	C	3	28	4	10		33	C	3	
3.	MODUL C (informatică)	DC	Info-ID								28			14	33	C	3	
4.	MODUL D (tehnice)	DS	Teh-ID								28			14	33	C	3	
5.	MODUL E (sportive)	DC	SP-ID		8	20		22	C	2		8	20		22	C	2	
Total ore didactice facultative pe semestru				56	16	40		3C		8	84	12	30	28		4C	11	
				112						3		154						4

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
 Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN,
 Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
 Coordonatorul CIDIFR

Lect. dr. Simona BĂLĂŞESCU,
 Coordonatorul programului de studii ID

Aprobat în şedinţa
 Senatului Universităţii Transilvania
 din Braşov din data de
 29 septembrie 2023

Universitatea Transilvania din Braşov
 Facultatea: Ştiinţe economice şi administrarea afacerilor
 Departamentul coordonator: Marketing, turism servicii, afaceri internaţionale
 Programul de studii universitare de licenţă: Marketing
 Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale
 Domeniul de licenţă: Marketing
 Durata studiilor: 3 ani
 Forma de învăţământ: la distanţă (ID)

Ministerul Educaţiei
 Valabil în anul universitar 2024-2025

APROBAT,
 Prof. dr. Ioan Vasile ABRUDAN,
 RECTOR



ANUL II

Nr. crt.	Discipline obligatorii (impuse) C ₁ : DI	C ₁	Codul disciplinei	Semestrul I							Semestrul II						
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.
1.	Protecţia consumatorilor	DD	PRC3-ID	28	4	10		58	E	4							
2.	Marketingul micilor afaceri	DD	MMA3-ID	28	4	10		83	E	5							
3.	Management comercial	DD	MKO3-ID	28	8	20		69	E	5							
4.	Dreptul afacerilor	DF	DAF3-ID	28	4	10		83	E	5							
5.	Marketing	DF	MK3-ID	28	8	20		69	E	5							
6.	Limba engleză 3	DR	MLS3-ID	14	4	10		22	C	2							
	Limba franceză 3		MLS3-ID														
	Limba germană 3		MLS3-ID														
	Limba spaniolă 3		MLS3-ID														
7.	Ed. fizică şi sport 3	DC	EFS3-ID		4	10		11	C(A/R)	1							
8.	Finanţe generale	DF	FG4-ID								28	4	10		83	E	5
9.	Comportamentul consumatorului	DD	COC4-ID								28	8	20		94	E	6
10.	Managementul produsului şi al brandului	DD	MPB4-ID								28	4	10		83	E	5
11.	Marketing internaţional	DD	MKI4-ID								28	8	20		69	E	5
12.	Limba engleză 4	DC	MLS4-ID								14	4	10		22	C	2
	Limba franceză 4		MLS4-ID														
	Limba germană 4		MLS4-ID														
	Limba spaniolă 4		MLS4-ID														
13.	Practică	DD	PR4-ID								84 (3 săpt. x 28 ore)			C	3		
14.	Ed. fizică şi sport 4	DC	EFS4-ID									4	10		11	C(A/R)	1
Total ore didactice obligatorii pe semestru				154	36	90			5E+2C	27	126	32	80	84	4E+3C	27	
				280				7	26+1	322			7	26+1			

Nr. crt.	Discipline opţionale (la alegere) C ₁ : DO	C ₁	Codul disciplinei	Semestrul I							Semestrul II						
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.
Se alege o singură disciplină din fiecare pachet																	
15.	(O1) Marketing agroalimentar	DD	MAA3-ID	28	8	20		58	E	4							
	(O1) Business to business marketing		BBM3-ID														
16.	(O2) Simulări de marketing	DD	SM4-ID								28	8	20		44	E	4
	(O2) Marketing direct		MD4-ID														
Total ore didactice opţionale pe semestru				28	8	20			1E	4	28	8	20		1E	4	
				56				1	56			1					
Total				336				8	30+1	378			8	30+1			

Nr. crt.	Discipline facultative C ₁ : DFc	C ₁	Codul disciplinei	Semestrul I							Semestrul II						
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.
1.	MODUL A (socio-umane)	DS	SU-ID	28	4	10		33	C	3							
2.	MODUL B (limbi moderne)	DC	LM-ID	28	4	10		33	C	3	28	4	10		33	C	3
3.	MODUL C (informatică)	DC	Info-ID								28			14	33	C	3
4.	MODUL D (tehnice)	DS	Teh-ID								28			14	33	C	3
5.	MODUL E (sportive)	DC	SP-ID		8	20		22	C	2		8	20		22	C	2
Total ore didactice facultative pe semestru				56	16	40			3C	8	84	12	30	28		4C	11
				112				3	154			4					

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
 Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN,
 Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
 Coordonatorul CIDIFR

Lect. dr. Simona BĂLĂŞESCU,
 Coordonatorul programului de studii ID

Universitatea Transilvania din Braşov
 Facultatea: Ştiinţe economice şi administrarea afacerilor
 Departamentul coordonator: Marketing, turism servicii, afaceri internaţionale
 Programul de studii universitare de licenţă: Marketing
 Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale
 Domeniul de licenţă: Marketing
 Durata studiilor: 3 ani
 Forma de învăţământ: la distanţă (ID)

Ministerul Educaţiei
 Valabil în anul universitar 2025-2026

APROBAT,
 Prof. dr. Ioan Vasile ABRUDAN
 RECTOR



ANUL III

Nr. crt.	Discipline obligatorii (impuse) C ₁ : DI	C ₁	Codul disciplinei	Semestrul I							Semestrul II								
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.		
1.	Cercetări de marketing	DD	CEM5-ID	28	8	20	28	66	E	6									
2.	Relații publice	DD	RP5-ID	28	8	20		69	E	5									
3.	Tehnici promoționale	DD	TPR5-ID	28	8	20		69	E	5									
4.	Tehnici de vânzare	DD	TV5-ID	28	8	20		69	E	5									
5.	Marketingul serviciilor	DD	MKS5-ID	28	8	20		69	E	5									
7.	Logistica mărfurilor	DD	LMF6-ID								28	8	20		69	E	5		
8.	Marketing turistic	DD	MKT6-ID								28	8	20		58	E	5		
9.	Marketing social-politic	DD	MKP6-ID								28	8	20		58	E	5		
10.	Proiecte de marketing	DD	PRM6-ID								28	8	20		58	E	5		
11.	Cercetări pentru elaborarea lucrării de licență	DD	ELL6-ID											70	55	C	5		
Total ore didactice obligatorii pe semestru				140	40	100	28		5E	26	112	32	80	70		4E+	1C	25	
				308							5	294							5

Nr. crt.	Discipline opționale (la alegere) C ₁ : DO	C ₁	Codul disciplinei	Semestrul I							Semestrul II									
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.			
Se alege o singură disciplină din fiecare pachet																				
13.	(O1) Analiza informațiilor de marketing	DD	AIN5-ID	28	8	20		44	E	4										
	(O1) Sisteme informatice de marketing		SIM5-ID																	
14.	(O2) Gestiunea forțelor de vânzare	DD	GFV6-ID								28	4	10		83	E	5			
	(O2) Cybermarketing		CYB6-ID																	
Total ore didactice opționale pe semestru				28	8	20			1E	4	28	4	10			1E	5			
				56							1	42							1	
Total				364							6	336							6	30

Nr. crt.	Discipline facultative C ₁ : DFc	C ₁	Codul disciplinei	Semestrul I							Semestrul II								
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.		
1.	MODUL A (socio-umane)	DS	SU-ID	28	4	10				C	3								
2.	MODUL B (limbi moderne)	DC	LM-ID	28	4	10				C	3	28	4	10			C	3	
3.	MODUL C (informatică)	DC	Info-ID								28			14			C	3	
4.	MODUL D (tehnice)	DS	Teh-ID								28			14			C	3	
5.	MODUL E (sportive)	DC	SP-ID		8	20				C	2		8	20			C	2	
Total ore didactice facultative pe semestru				56	16	40				3C	8	84	12	30	28		4C	11	
				112							3	154							4

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
 Decanul facultății

Prof. dr. Cristina CONSTANTIN,
 Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
 Coordonatorul CIDIFR

Lect. dr. Simona BĂLĂȘESCU,
 Coordonatorul programului de studii ID

Universitatea Transilvania din Braşov
 Facultatea: Ştiinţe economice şi administrarea afacerilor
 Departamentul coordonator: Marketing, turism servicii, afaceri internaţionale
 Programul de studii universitare de licenţă: Marketing
 Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale
 Domeniul de licenţă: Marketing
 Durata studiilor: 3 ani
 Forma de învăţământ: la distanţă (ID)

Ministerul Educaţiei
 Valabil pentru promoţia 2023-2026

APROBAT,
 Prof. dr. Ioan Vasile ABRUDAN,
 RECTOR



BILANŢ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	Nr de ore			Total		Standard ARACIS*
		An I	An II	An III	ore	%	
1	obligatorii	658	602	602	1862	89,9%	80-90%
2	opţionale	-	112	98	210	10,1%	10-20%
TOTAL		658	714	700	2072	100%	-
3	facultative	266	266	266	798	-	-

BILANŢ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	Nr de ore			Total		Standard ARACIS*
		An I	An II	An III	ore	%	
1	fundamentale	448	140	-	588	28,4%	20-30%
2	în domeniu/de specialitate	56	490	700	1246	60,1%	60-70%
3	complementare	140	28	-	168	8,1%	5-10%
4	relevante	14	56	-	70	3,4%	0-15%
TOTAL		658	714	700	2072	100%	-

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
 Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel CONSTANTIN,
 Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
 Coordonatorul CIDIFR

Lect. dr. Simona BĂLĂŞESCU,
 Coordonatorul programului de studii ID