

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
al promoției 2024-2027

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 permite angajarea pe piața muncii, în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor, în calificarea "Licențiat în științe economice – Marketing", cu **ocupațiile de bază**: specialist marketing (cod COR 243103) și 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. Prezentarea detaliată a acestora se regăsește în fișele disciplinelor din planul de învățământ.

Competențe profesionale și rezultate ale învățării

CP1. Aplică strategii de marketing aferent platformelor de comunicare socială.

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

R.Î. 1.2. Absolventul aplică metodele, tehnicile și instrumentele specifice activității de marketing pe platformele de comunicare socială.

CP2. Aplică gândire strategică.

R.Î. 2.1. Absolventul realizează studii comparative și evaluează critic metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în activitatea de marketing a organizației.

R.Î. 2.2. Absolventul este capabil să proiecteze strategii de marketing.

CP3. Desfășoară strategii de creare de nume de marcă.

R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să propună strategii de creare și impunere a mărcii.

CP4. Realizează analiza vânzărilor.

R.Î. 4.1. Absolventul este capabil să descrie și să explice tehnicile de vânzare și instrumentele specifice de comunicare.

CP5. Înțelege terminologia financiar-bancară.

R.Î. 5.1. Absolventul este capabil să descrie și să explice principalele concepte financiar-bancare.

CP6. Coordonează campanii publicitare.

R.Î. 6.1. Absolventul aplică diferite instrumente pentru conceperea politicilor și strategiilor de promovare.

R.Î. 6.2. Absolventul este capabil să coordoneze campaniile promoționale ale organizației.

CP7. Absolventul creează un buget anual de marketing.

R.Î. 7.1. Absolventul este capabil să propună un buget de marketing bazat pe resurse și cheltuieli.

CP8. Elaborează orientări specifice brandului.

R.Î. 8.1. Absolventul este capabil să stabilească strategii de marketing specifice brandului.

CP9. Definește identitatea mărcii.

R.Î. 9.1. Absolventul este capabil să identifice elementele distinctive ale unui brand de succes.

CP10. Elaborează planul de comunicare online al mărcii.

R.Î. 10.1. Absolventul este capabil să propună un plan de promovare a mărcii în mediul online.

CP11. Planifică activitatea de marketing.

R.Î. 11.1. Absolventul proiectează programe de marketing specifice fiecărei componente a mix-ului de marketing.

CP12. Deține competențe informatice.

R.Î. 12.1. Absolventul folosește sisteme informatice în activități de marketing.

CP13. Identifică noi oportunități de afaceri.

R.Î. 13.1. Absolventul analizează și evaluează piața produsului de referință și piața organizației.

CP14. Implementează strategii de marketing.

R.Î. 14.1. Absolventul aplică diferite instrumente pentru conceperea politicilor și strategiilor de produs, preț, distribuție și promovare.

CP15. Implementează strategii de vânzări.

R.Î. 15.1. Absolventul analizează și evaluează tehnicile de vânzare și stabilește strategiile de vânzări în concordanță cu obiectivele organizației.

CP16. Administrează procesul de planificare strategică al mărcii.

R.Î. 16.1. Absolventul stabilește și coordonează planul de promovare a mărcii.

CP17. Păstrează înregistrări financiare.

R.Î. 17.1. Absolventul este capabil să monitorizeze și să analizeze bugetul anual de marketing.

CP18. Administrează bunurile de marcă.

R.Î. 18.1. Absolventul este capabil să gestioneze elementele care dau valoare mărcii.

CP19. Gestionează personal.

R.Î. 19.1. Absolventul este capabil să conducă echipe de implementare a activităților de marketing.

CP20. Realizează analiza mărcii.

R.Î. 20.1. Absolventul este capabil să conducă cercetări de marketing cu privire la aprecierile consumatorilor cu privire la marca produselor.

CP21. Realizează analiza nevoilor consumatorilor.

R.Î. 21.1. Absolventul este capabil să analizeze comportamentul consumatorilor și să identifice nevoile acestora.

CP22. Efectuează cercetare de piață.

R.Î. 22.1. Absolventul culege, evaluează și prelucrează date privind piața-țintă și clienții pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiile de fezabilitate. Identifică tendințele pieței.

CP23. Elaborează campanii de marketing.

R.Î. 23.1. Absolventul analizează, evaluează și propune campanii specifice de marketing în concordanță cu obiectivele organizației.

CP24. Selectează canalele de distribuție optime.

R.Î. 24.1. Absolventul definește și descrie elementele specifice canalele de distribuție.

R.Î. 24.2. Absolventul este capabil să selecteze cele mai bune canale de distribuție pentru produsele organizației.

CP25. Stabilește poziționarea pe piață a mărcii.

R.Î. 25.1. Absolventul realizează cercetări de marketing privind poziția mărcii pe piață.

CP26. Stimulează creativitatea la nivelul echipei.

R.Î. 26.1. Absolventul aplică tehnici de motivare a echipei și de încurajare a creativității.

CP27. Organizează sesiuni de brainstorming.

R.Î. 27.1. Absolventul este capabil să organizeze sesiuni de brainstorming pentru identificarea unor idei noi pentru dezvoltarea activității de marketing.

CP28. Dezvoltă idei creative.

R.Î. 28.1. Absolventul este capabil să selecteze cele mai bune idei rezultate din sesiunile de brainstorming.

CP29. Dezvoltă rețele profesionale.

R.Î. 29.1. Absolventul asigură comunicarea și cooperarea cu toate entitățile și echipele din cadrul organizației și din afara acesteia.

CP30. Face prezentări în direct.

R.Î. 30.1. Absolventul este capabil să prezinte produsele firmei și avantajele oferite de acestea pentru clienți.

CP31. Identifică nevoile clienților.

R.Î. 31.1. Absolventul este capabil să realizeze cercetări de marketing în rândul clienților.

CP32. Asigură legătura cu agențiile de publicitate.

R.Î. 32.1. Absolventul este capabil să comunice și să stabilească toate detaliile colaborării cu agențiile de publicitate.

CP33. Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime.

R.Î. 33.1. Absolventul este capabil să prezinte produsele firmei și să ajute clienții în alegerea produselor care satisfac nevoile acestora.

Competențe transversale și rezultate ale învățării**CT1. Efectuează calcule.**

R.Î. 1.1. Absolventul elaborează calcule pentru diferite situații alternative (variante decizionale) în alocarea de resurselor.

CT2. Respectă reglementările.

R.Î. 2.1. Absolventul este capabil să îndeplinească sarcinile specifice domeniului de activitate respectând deontologia profesională.

CT3. Dă dovadă de dorință de învățare.

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.

CT4. Lucrează în echipe.

R.Î. 4.1. Absolventul aplică tehnici de relaționare și muncă eficiente pentru îndeplinirea sarcinilor specifice.

R.Î. 4.2. Absolventul este capabil să își asume responsabilitatea unor sarcini într-o echipă plurispecializată.

CT5. Demonstrează spirit antreprenorial.

R.Î.5.1. Absolventul acordă consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților.

R.Î.5.2. Absolventul rezolvă probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare.

CT6. Aplică cunoștințe în domeniul științelor sociale și umaniste.

R.Î. 6.1. Absolventul dispune de cunoștințe socio-umane care îl pot ajuta în realizarea sarcinilor profesionale.

2. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNI A ANULUI UNIVERSITAR

Număr de semestre: 2 / an universitar

Număr de credite pe semestru: 30 (plus 1 extracredit la disciplina Educație fizică și sport în semestrele I, II, III și IV)

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

Numărul de săptămâni:

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	–	3	1	10
Anul II	14	14	3	4	3	84 ore (6 ore/săptămână)	3	1	10
Anul III	14	14	2	2	1	–	3	1	–

Practica se organizează comasat sau/și pe parcursul semestrelor.

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 pachetelor de discipline opționale.

Disciplinele opționale sunt prevăzute în semestrele III, IV, V și VI și sunt incluse în planul de învățământ sub forma a două pachete opționale, P1 și P2, care definesc traseul studentului:

- P1 este format din disciplinele: Marketing agroalimentar (semestrul III), Simulări de marketing (semestrul IV), Analiza informațiilor de marketing (semestrul V), Gestiunea forțelor de vânzare (semestrul VI);
- P2 este format din disciplinele: Business to business marketing (semestrul III), Marketing direct (semestrul IV), Sisteme informatice de marketing (semestrul V), Cybermarketing (semestrul VI).

Procedura de desfășurare a activităților didactice la **disciplinele facultative** și de înscriere a notelor/calificativelor în Suplimentul la diplomă este prezentată în Regulamentul privind activitatea 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 și condițiile de promovare sunt cuprinse în Regulamentul privind activitatea profesională a studenților.

5. EXAMENUL DE FINALIZARE A STUDIILOR

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

Definitivarea lucrării de licență: în ultimul semestru de studii.

Perioada de susținere a lucrării de licență: 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 IF.

** 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 2024-2025

Aprobat în şedinţa
 Senatului Universităţii Transilvania
 din Braşov din data de
30 septembrie 2024

APROBAT,
 Prof. dr. Ioan Vasile ABRUDAN,
 RECTOR



ANUL I

Nr. crt.	Discipline obligatorii (impuse) C1: DI	C2	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			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.	Sciere 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	EFS2-ID									4	10			A/R	1
Total ore didactice obligatorii pe semestru				168	36	90	28		6E+1C	31	182	36	90	28		6E+2C	31
				322			7	30+1	336			8	30+1				

Nr. crt.	Discipline facultative C1: DFc	C2	Codul disciplinei	Semestrul I						Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.
1.	Voluntariat 1	DC	VOL 1_ID				56	19	C	3							
2.	Economia întreprinderii	DC	ECINT_ID	28	4	10		33	C	3							
3.	Comportament organizaţional	DC	CORG_ID								28	8	20		19	C	3
4.	Voluntariat 2	DC	VOL 2_ID											56	19	C	3
Total ore didactice facultative pe semestru				28	4	10	56		2C	6	28	8	20	56		2C	6
				98			2	6	112			2	6				

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCCU,
 Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel Petrişor CONSTANTIN,
 Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
 Coordonatorul CIDIFR

Conf. dr. Simona BĂLAŞESCU,
 Coordonatorul programului de studii ID



ANUL II

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.	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	DC	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													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) C1: DO	C1	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	
Total				56				1			56				1			
				336				8	30+1		378				8	30+1		

Nr. crt.	Discipline facultative C1: DFC	C2	Codul disciplinei	Semestrul I						Semestrul II								
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	
1.	Voluntariat 3	DC	VOL3_ID					56	19	C	3							
2.	Contabilitate managerială	DC	CMN_ID	28	4	10			33	C	3							
3.	Tehnologie hotelieră şi de restaurant	DC	THR_ID									28	8	20		19	C	3
4.	Voluntariat 4	DC	VOL4_ID											56	19	C	3	
Total ore didactice facultative pe semestru				28	4	10	56		2C	6	28	8	20	56		2C	6	
				98				2			112				2			

Prof. dr. Gabriel BRĂTUȚU,
Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristina Petrişor CONSTANTIN,
Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
Coordonatorul CIDIFR

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



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	AIM_ID	28	8	20		44	E	4								
	(O1) Sisteme informatice de marketing		SIM_ID															
14.	(O2) Gestiunea forțelor de vânzare	DD	GFV_ID								28	4	10		83	E	5	
	(O2) Cybermarketing		CYB_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 ₂	Codul disciplinei	Semestrul I						Semestrul II								
				AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	SI	FV	Cr.	
1.	Voluntariat 5	DC	VOL 5_ID				56	19	C	3								
2.	Negociere comercială	DC	NCOM_ID	28	4	10		33	C	3								
3.	Analiza economico-financiară	DC	AEF_ID								28	4	10		33	C	3	
4.	Voluntariat 6	DC	VOL 6_ID											56	19	C	3	
Total ore didactice facultative pe semestru				28	4	10	56		2C	6	28	4	10	56		2C		6
				98						2	98						2	

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
Decanul facultății

Prof. dr. Cristinel Petrișor CONSTANTIN,
Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
Coordonatorul CIDIFR

Conf. 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 2024-2027



APROBAT,
 Prof. dr. Ioan Vasile ABRUDAN,
 RECTOR

BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	Nr de ore			Total		Standard ARACIS
		An I	An II	An III	ore	%	
1	obligatorii	658	602	602	1862	89,86%	80-90%
2	opţionale	0	112	98	210	10,14%	10-20%
TOTAL		658	714	700	2072	100%	100%
3	facultative	210	210	196	616	-	-

BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	Nr de ore			Total		Standard ARACIS
		An I	An II	An III	ore	%	
1	fundamentale	448	140	0	588	28,38%	25-30%
2	în domeniu/de specialitate	56	490	700	1246	60,14%	60-70%
4	complementare	154	84	0	238	11,48%	5-10%
TOTAL		658	714	700	2072	100%	100%
din care Practică		0	84	70	154	7,43%	-

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
 Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel Petrişor CONSTANTIN,
 Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
 Coordonatorul CIDIFR

Conf. dr. Simona BĂLAŞESCU,
 Coordonatorul programului de studii ID