

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

al promoției 2025-2028

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); 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

Studentul/Absolventul:

- CP.1. Aplică strategii de marketing aferente platformelor de comunicare socială.
- CP.2. Aplică gândire strategică.
- CP.3. Desfășoară strategii de creare de nume de marcă.
- CP.4. Realizează analiza vânzărilor.
- CP.5. Înțelege terminologia financiar-bancară.
- CP.6. Coordonează campanii publicitare.
- CP.7. Absolventul creează un buget anual de marketing.
- CP.8. Elaborează orientări specifice brandului.
- CP.9. Definește identitatea mărcii.
- CP.10. Elaborează planul de comunicare online al mărcii.
- CP.11. Planifică activitatea de marketing.
- CP.12. Deține competențe informatice.
- CP.13. Identifică noi oportunități de afaceri.
- CP.14. Implementează strategii de marketing.
- CP.15. Implementează strategii de vânzări.
- CP.16. Administrează procesul de planificare strategică al mărcii.
- CP.17. Păstrează înregistrări financiare.
- CP.18. Administrează bunurile de marcă.
- CP.19. Gestionează personal.
- CP.20. Realizează analiza mărcii.
- CP.21. Realizează analiza nevoilor consumatorilor.
- CP.22. Efectuează cercetare de piață.
- CP.23. Elaborează campanii de marketing.
- CP.24. Selectează canalele de distribuție optime.
- CP.25. Stabilește poziționarea pe piață a mărcii.
- CP.26. Stimulează creativitatea la nivelul echipei.
- CP.27. Organizează sesiuni de brainstorming.
- CP.28. Dezvoltă idei creative.
- CP.29. Dezvoltă rețele profesionale.
- CP.30. Face prezentări în direct.
- CP.31. Identifică nevoile clienților.
- CP.32. Asigură legătura cu agențiile de publicitate.
- CP.33. Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime.

Competențe transversale

Studentul/Absolventul:

- CT.1. Efectuează calcule.
- CT.2. Respectă reglementările.
- CT.3. Dă dovadă de dorință de învățare.
- CT.4. Lucrează în echipe.
- CT.5. Demonstrează spirit antreprenorial.
- CT.6. Aplică cunoștințe în domeniul științelor sociale și umaniste.

Rezultatele învățării pentru CP.17, CT.1, CT.2

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.
- b) identifică rapoartele financiare ale unei entități raportoare.
- c) clasifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.
- d) identifică tranzacțiile și evenimentele de bază ale unei entități raportoare.
- e) dezvoltă practici privind aplicarea principiului partidei duble pentru înregistrarea tranzacțiilor și evenimentelor unei entități raportoare.
- f) dezvoltă practici privind întocmirea (pregătirea) situațiilor (rapoartelor) financiare ale unei entități raportoare.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.

- b) interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare.
- c) diferențiază utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale.
- d) comunică utilizatorilor informații din rapoartele financiare.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare.
- b) verifică corectitudinea analizei contabile.
- c) lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile.

Rezultatele învățării pentru CP.1, CP.4, CP.7, CP.12, CP.22, CP.11, CP.20, CT.1

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) identifică funcționalitățile avansate ale aplicațiilor de birou și modul în care acestea sunt utilizate în domeniul economic (calcul tabelar complex prin funcții, validarea, interogarea, sintetizarea datelor și reprezentarea grafică a acestora).
- b) identifică principiile fundamentale ale securității informațiilor, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea datelor din domeniul economic.
- c) identifică și analizează conceptele și tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic.
- d) descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (IoT, AI, Cloud/Fog/Edge Computing, Blockchain etc.).

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează aplicațiile de birou în domeniul economic.
- b) recunoaște și evaluează riscurile de securitate asociate cu gestionarea informațiilor în domeniul economic.
- c) utilizează instrumente de automatizare, pentru a automatiza sarcinile repetitive în activitățile economice.
- d) identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate.
- e) utilizează instrumentele open source pentru exploatarea principalelor facilități oferite de tehnologiile emergente.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) asigură acuratețea și claritatea informațiilor din documentele gestionate cu aplicații de birou.
- b) operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor.
- c) verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare.
- d) demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate de mediul informațional în contextul smart development.

Rezultatele învățării pentru CP.2, CP.3, CP.14, CP.30, CP.31

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional.
- b) identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora.
- c) explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.
- b) elaborează decizii de marketing fundamentate științific.
- c) elaborează proiecte profesionale și/sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing; de asemenea, formulează judecăți critice și de fundamenta decizii constructive în marketing.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.
- b) manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing.
- c) realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.

Rezultatele învățării pentru CP.2, CP.33, CP.21, CP.28

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată.
- b) recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.
- c) identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni.
- d) recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) analizează și interpretează fenomenele economice.
- b) analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate.
- c) aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele.

- d) fundamentează științific deciziile economice la nivel micro/macroeconomic.
- e) utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia.
- f) aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitul) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice.
- b) acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației.
- c) realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic.
- d) fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic.
- e) acționează coerent în vederea elaborării proiectelor ce presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.
- f) manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.

Rezultatele învățării pentru CP.4, CP.12, CP.21, CT.1, CT.3

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale.
- b) dezvoltă practici privind aplicarea tehnicilor și instrumentelor economice pentru realizarea analizelor și predicțiilor economico-financiare și privind aplicarea metodelor cantitative pentru analiza datelor prin testarea și interpretarea modelelor econometrice.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) recunoaște și aplică principalele metode statistice pentru analiza fenomenelor economice și sociale, aplică metode statistice în măsurarea și analiza proceselor economico-sociale la nivel macroeconomic, analizează conceptele, modelele și metodele de previziune a fenomenelor socio-economice, recunoaște conceptele, principiile, metodele și tehnicile de organizare a unei observări statistice parțiale, indică modul de asigurare al instrumentelor necesare analizei cantitative și calitative a fenomenelor economice.
- b) utilizează eficient pachetele software pentru analiza datelor prin metode statistice și econometrice, aplicând concepte, teorii, principii și instrumente de investigare a fenomenelor și proceselor economice și sociale.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează responsabilitate în asigurarea acurateței și integrității datelor statistice, aplicând tehnici de validare și verificare, lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor statistice, contribuind la luarea deciziilor informate în cadrul organizației, organizează, documentează și arhivează datele colectate, asigurând accesibilitatea și corectitudinea acestora pentru utilizări ulterioare, demonstrează autonomie în analizarea rolului statisticii în studierea fenomenelor economice și utilizarea acestora în deciziile micro și macroeconomice, aplică metode statistice la nivel macroeconomic, fiind capabil să aprofundeze și să aplice autonom concepte și analize relevante în economie, formulează corect probleme statistice și explică indicatorii cheie de resurse și rezultate la nivel macroeconomic, manifestând responsabilitate în analiză, își asumă responsabilitatea de a proiecta și a desfășura cercetări complexe, asigurându-se că rezultatele sunt relevante și corecte.

Rezultatele învățării pentru CP.4, CP.5, CP.7

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- b) operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale.
- c) demonstrează cunoștințe despre sectorul financiar bancar.
- d) demonstrează cunoștințe privind politicile financiare la nivel de public și la nivel de entitate economică.
- e) deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) recunoaște datele financiare relevante.
- b) utilizează instrumente de analiză financiară specifice domeniului financiar-bancar.
- c) analizează fenomenele și activitățile financiare complexe specifice domeniului financiar-bancar.
- d) formulează strategii eficiente specifice activităților financiar-bancare.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc.
- b) acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară.
- c) manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în luarea deciziilor și oferirea de consultanță în domeniul financiar-bancar.
- d) manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.

Rezultatele învățării pentru CP.2, CP.11, CP.19, CP.26, CT.4, CT.5

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.
- b) operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale.
- c) identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale.

- b) aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.
- c) fundamentează științific deciziile manageriale.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor.
- b) acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific.
- c) utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației, acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.

Rezultatele învățării pentru CP.3, CP.9, CP.14, CP.16, CT.1, CT.5

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.
- b) utilizează elemente de matematici financiare, optimizarea funcțiilor de mai multe variabile, prognoza evoluției în timp a indicatorilor economici, modelarea probabilistă a fenomenelor economice care se desfășoară în condiții de risc și incertitudine, evaluarea indicatorilor statistici care caracterizează un fenomen economic, estimarea parametrilor unui model.
- c) identifică, diferențiază și analizează coerent în metodelor cantitative necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) modelează un proces economic și a factorilor determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile.
- b) utilizează algoritmi matematici pentru determinarea soluției optime a unei probleme de maximizare sau minimizare a unei funcții care modelează un indicator de rezultat.
- c) modelează probabilist scenariile de evoluție a unui fenomen economic, evaluează rezultatul asociat fiecărui scenariu și estimează a rezultatul așteptat pe baza scenariilor identificate, utilizând caracteristici numerice ale variabilelor aleatoare (valoare medie, dispersie, coeficient de corelație).
- d) analizează date, estimează parametrii unui model statistic și fundamentează decizia managerială pe baza acestora. cuantifică valoarea în timp a unui flux de capital, utilizând modele de matematici financiare.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează autonom metodele de analiză cantitativă și tehnici avansate de calcul pentru evaluarea rezultatului și a impactului factorilor determinanți în problemele complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.
- b) aplică cu responsabilitate metodele matematice de prognoză și a algoritmilor de optimizare a deciziilor privind funcționarea organizației.
- c) fundamentează științific deciziile manageriale pe baza utilizării instrumentelor de modelare probabilistă, analiză statistică, estimare a rezultatelor așteptate și optimizare a indicatorilor de rezultat.

Rezultatele învățării pentru CP.2, CP.13, CP.22, CP.29

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.
- b) identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.
- b) identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.
- b) își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării.
- c) are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multicultural, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.

Rezultatele învățării pentru CP.2, CP.9, CP.23, CP.31, CT.2

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează constructe teoretice privind: conceptul de dezvoltare durabilă și dimensiunile acestuia; obiectivele de dezvoltare durabilă ale Agendei 2030; modalitățile de aplicare a obiectivelor de dezvoltare durabilă la nivel local, național și global, precum și la relațiile de interdependență dintre acestea; principalii indicatori utilizați pentru măsurarea dezvoltării durabile.
- b) demonstrează cunoștințe referitoare la conceptul de securitate alimentară și nutrițională și la factorii care influențează starea securității alimentare și nutriționale, malnutriție, subalimentație și supraalimentație; deosebește și compară securitatea alimentară de/cu celelalte probleme globale: suprapopulare, sărăcie, poluare, schimbări climatice, crize economice etc.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.
- b) aplică metode de identificare a stării securității alimentare și nutriționale, de identificare a dimensiunii problemelor privind malnutriția, supraalimentația și subalimentația; de calcul a valorii energetice a alimentelor, metabolismului bazal și necesarului energetic.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.
- b) propune soluții de asigurare a securității alimentare și nutriționale; realizează programe/campanii de informare și educare a populației privind alimentația sănătoasă și nutriția.

Rezultatele învățării pentru CP.5, CP.29, CP.30, CT.2

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii.
- b) identifică și recunoaște relevanța regulilor și principiilor de drept aplicabile în mediul de afaceri.
- c) identifică și recunoaște relevanța reglementărilor legale aplicabile participanților la raporturile juridice de drept al afacerilor, precum și în materia contractelor, ca principale instrumente în relațiile de afaceri.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) aplică metode analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri.
- b) aplică reglementări legale în materie pentru soluționarea unor probleme practice de natură juridică și economică cu care se confruntă participanții la raporturile juridice de drept al afacerilor.
- c) deține abilități avansate de înțelegere și analiză a clauzelor contractuale, a regulilor aplicabile în materia negocierii, încheierii și executării contractelor, inclusiv a aspectelor litigioase relevate în practica de afaceri.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale pentru soluționarea de situații practice în care se află participanții în mediul de afaceri.
- b) adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic. realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri.
- c) acționează coerent în ceea ce privește utilizarea reglementărilor legale studiate pentru evidențierea principalelor etape privind constituirea și funcționarea societăților, ca principali participanți la raporturile juridice de drept al afacerilor.

Rezultatele învățării pentru CP.30, CP.32, CT.3, CT.4, CT.6

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.
- b) utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) analizează critic și interpretează texte economice complexe.
- b) aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.
- c) analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere etc).
- b) realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină.
- c) implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.

Rezultatele învățării pentru CP.1, CP.2, CP.19, CP.28, CP.29, CP.30, CT.6

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; înțelegerea impactului politicilor guvernamentale asupra mediului economic; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul localizării și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri; transmite informații clar și concis, atât verbal cât și în scris; gestionează eficient resursele naturale pentru a asigura sustenabilitatea și creșterea economică; adaptează strategiile economice la schimbările și evoluțiile din mediul economic global.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează coerent conceptele în vederea: adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în situații complexe și imprevizibile; monitorizării și evaluării impactului politicilor implementate; asumării responsabilității pentru calitatea și acuratețea informațiilor comunicate, precum și pentru impactul deciziilor asupra mediului; adaptării strategiilor economice la evoluția mediului economic extern.

Rezultatele învățării pentru CP.1, CP.2, CP.3, CP.14, CP.21, CP.22, CP.25, CP.31

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) descrie logic și articulat conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare identificării factorilor care influențează funcționarea organizației, analizei mediului de marketing, studierii pieței, înțelegerii comportamentului consumatorilor și analizei datelor semnificative pentru activitatea de marketing.
- b) demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei științifice de cercetare pentru dezvoltarea de proiecte de marketing.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează cunoștințele de specialitate pentru proiectarea și implementarea diferitelor tipuri de cercetări de marketing și aplică adecvat metodele și tehnicile de cercetare cantitativă și calitativă în funcție de contextul de marketing.
- b) analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing.
- c) elaborează rapoarte de cercetare complexe, care evidențiază relevanța rezultatelor din perspectiva scopului cercetării și comunică rezultatele către toate categoriile de stakeholderi.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) manifestă o atitudine deschisă, bazată pe curiozitate intelectuală, în procesele de elaborare și implementare a activităților de cercetare de marketing.
- b) menține preocuparea constantă pentru rigoarea științifică în diferitele etape de realizare a proiectelor de cercetare în contexte de marketing.
- c) manifestă spirit de echipă și dorința de a lucra într-un mediu de încredere în relația cu persoanele implicate în proiectele de cercetare.
- d) demonstrează responsabilitate și etică profesională în realizarea bugetelor de cercetare și a rapoartelor de cercetare de marketing.

Rezultatele învățării pentru CP.3, CP.6, CP.8, CP.9, CP.10, CP.16, CT.18, CP.25, CP.32

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct și marketingul evenimentelor.
- b) asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor.
- b) asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în elaborarea de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing.
- b) dovedește spirit de echipă, stabilind relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă.
- c) demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu partenerii implicați în diferite etape ale procesului de comunicare.

Rezultatele învățării pentru CP.6, CP.10, CP.11, CP.13, CP.14, CP.15, CP.18, CP.23

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) asimilează cunoștințe avansate cu privire la particularitățile piețelor internaționale, mediul de marketing internațional și mixul de marketing specific organizațiilor care activează pe piețe internaționale.
- b) identifică pertinent particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor care activează în domeniul serviciilor.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează capacitatea de operaționalizare a strategiilor de produs, preț, distribuție și comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în sectorul serviciilor sau în context internațional.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în procesul de culegere, analiză și interpretare a datelor provenite din mediul de marketing internațional, relevante pentru a elabora o strategie adecvată pentru o organizație care activează în context internațional.
- b) demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii pertinente referitoare la strategia de produs, de preț, de distribuție și de comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în domeniul serviciilor.

Rezultatele învățării pentru CP.4, CP.13, CP.15, CP.19, CP.21, CP.24, CP.33

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează înțelegerea conceptelor privind utilizarea proceselor de vânzare, de management al relațiilor cu clienții și de aprovizionare, managementul lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii și distribuitorii.
- b) asimilează cunoștințe avansate cu privire la nevoile clienților, strategiile de fidelizare, previziunea cererii și proiectarea rețelelor de distribuție.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) folosește adecvat tehnici de negociere și de gestionare a proceselor de vânzări, pentru a gestiona eficient interacțiunile cu clienții.
- b) aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiunea stocurilor, de planificare a necesarului de resurse materiale și a vânzărilor, ca și abilități avansate de negociere și finalizare a proceselor de vânzare.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii riguroase științific cu privire la tehnicile de vânzare și planul de vânzări pentru un produs sau serviciu specific, cu accent pe abordarea clientului și tehnicile de închidere.
- b) demonstrează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelelor logistice și de management al canalelor de distribuție.
- Rezultatele învățării pentru CP.1, CP.10, CP.12, CP.21, CP.22, CT.1, CT.3, CT.4**

Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- a) descrie logic și articulat conceptele și teoriile asociate activităților de marketing în mediul online, inclusiv celor utilizate pentru marketingul prin canale de comunicare sociale (social media).
- b) demonstrează înțelegerea conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și aplicațiilor informatice utilizate în marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- a) utilizează cunoștințele avansate legate de sistemelor informatice de marketing și poate contribui la digitalizarea activităților de marketing ale organizației.
- b) folosește adecvat produse software pentru activitatea de marketing online, inclusiv pe cele bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- a) manifestă o atitudine deschisă, bazată pe rigoare științifică cu privire la procesul de dezvoltare a instrumentelor de comunicare în mediul online (pagini web) bazate pe principii de marketing și realizarea de strategii de marketing online.
- b) demonstrează capacitatea de a fundamenta analize și studii specifice în domeniul instrumentelor software de marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.

2. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNĂ A ANULUI UNIVERSITAR

Număr de semestre: 6 (2/an universitar)

Număr de credite pe semestru: 30

Număr de ore de activități didactice/săptămână: 23-28

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	2	–	3	1	10
Anul II	14	14	3	4	2	98 ore*	3	1	10
Anul III	14	14	3	3	1	–	3	1	–

* Cele 98 de ore de Practică de specialitate (7ore/săptămână) se organizează pe parcursul semestrului al IV-lea.

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 de discipline opționale**, care completează traseul de specializare a studentului. Alegerea traseului (respectiv a pachetului P1 sau P2) se face de către student la sfârșitul anului I de studii.

Alocarea creditelor pentru **disciplinele facultative** se face în urma absolvirii 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 lucrării de licență: 10 credite (în plus față de cele 180).

6. DISCIPLINELE ȘI ACTIVITĂȚILE DIDACTICE ALOCATE PE ANI DE STUDII

Legenda:

C₁ – criteriul obligativității
 C₂ – criteriul conținutului
 DI – disciplină impusă (obligatorie)
 DO – disciplină opțională (la alegere)
 DF – disciplină fundamentală
 DS – disciplină de specialitate
 DC – disciplină complementară
 DFC – disciplină facultativă
 AI – activități de autoinstruire
 SI – studiu individual
 AT – activități tutoriale
 TC – teme de control
 AA – activități aplicative asistate
 Pr – practică
 FV – forma de verificare

E – examen
 V – verificare
 Cr. – nr. de credite

Observații:

AI = nr. de ore de curs din planul de învățământ pentru IF
 SI* = diferența dintre totalul de ore dedicate disciplinei (30 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.

**ANUL I**

Nr. crt.	Discipline obligatorii (impuse) C1: DI	C2	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
1.	Microeconomie	DF	MI1-ID	28	8	20			94	E	5								
2.	Matematică aplicată în economie	DF	MAE1-ID	28	8	20			94	E	5								
3.	Bazele informaticii economice	DF	BIE1-ID	28			28		94	E	5								
4.	Mărfuri nealimentare şi securitatea utilizatorului	DC	MNS1-ID	28	4	10			78	E	4								
5.	Economie europeană	DF	EMO1-ID	28	4	10			78	E	4								
6.	Etică în afaceri	DF	ETA1-ID	14	4	10			92	E	4								
7.	Limba engleză 1	DF	MLS1-ID	14	4	10			32	V	2								
	Limba franceză 1																		
	Limba germană 1																		
	Limba spaniolă 1																		
8.	Ed. fizică şi sport 1	DC	EFS1-ID		4	10			16	V	1								
9.	Macroeconomie	DF	MA2-ID									28	4	10			78	E	4
10.	Statistică economică	DF	ST2-ID									28	8	20			94	E	5
11.	Mărfuri alimentare şi securitatea consumatorului	DF	MAS2-ID									28	4	10			78	E	4
12.	Management	DF	MN2-ID									28	4	10			78	E	4
13.	Bazele contabilităţii	DF	BC2-ID									28	4	10			78	E	4
14.	Baze de date pentru marketing	DS	BD2-ID									28			28		64	E	4
15.	Etică şi integritate academică 1	DC	SCA2-ID									14	4	10			32	V	2
16.	Limba engleză 2	DC	MLS2-ID									14	4	10			32	V	2
	Limba franceză 2																		
	Limba germană 2																		
	Limba spaniolă 2																		
17.	Ed. fizică şi sport 2	DC	EFS2-ID										4	10			16	V	1
Total ore didactice obligatorii pe semestru				168	36	90	28			6E+2V		196	36	90	28			6E+3V	
				322						8	30	350						9	30

Nr. crt.	Discipline facultative C1: DFc	C2	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
1.	Economia întreprinderii	DC	ECINT-ID	28	4	10			48	E	3								
2.	Voluntariat	DC	VOL1-ID				56		34	V	3								
3.	Comportament organizaţional	DC	CORG-ID									28	8	20			34	E	3
4.	Voluntariat	DC	VOL2-ID												56		34	V	3
Total ore didactice facultative pe semestru				28	4	10	56			1E+1V		28	8	20	56			1E+1V	
				98						2	6	112						2	6

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel Petrişor CONSTANTIN,
Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
Coordonatorul CIDIFR

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

Aprobat în şedinţa
Senatului Universităţii Transilvania
din Braşov din data de
30 septembrie 2025

**ANUL II**

Nr. crt.	Discipline obligatorii (impuse) C1: DI	C2	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
1.	Protecţia consumatorilor	DS	PRC3-ID	28	4	10			78	E	4								
2.	Marketingul micilor afaceri	DS	MMA3-ID	28	4	10			78	E	4								
3.	Management comercial	DS	MK03-ID	28	8	20			94	E	5								
4.	Dreptul afacerilor	DF	DAF3-ID	28	4	10			78	E	4								
5.	Marketing	DF	MK3-ID	28	8	20			94	E	5								
6.	Limba engleză 3	DC	MLS3-ID	14	4	10			32	V	2								
	Limba franceză 3																		
	Limba germană 3																		
	Limba spaniolă 3																		
7.	Ed. fizică şi sport 1	DC	EFS3-ID		4	10			16	V	1								
8.	Finanţe generale	DF	FG4-ID									28	4	10			78	E	4
9.	Comportamentul consumatorului	DS	COC4-ID									28	8	20			94	E	5
10.	Managementul produsului şi al brandului	DS	MPB4-ID									28	4	10			78	E	4
11.	Marketing internaţional	DS	MKI4-ID									28	8	20			94	E	5
12.	Limba engleză 3	DC	MLS4-ID									14	4	10			32	V	2
	Limba franceză 3																		
	Limba germană 3																		
	Limba spaniolă 3																		
13.	Ed. fizică şi sport 2	DC	EFS4-ID										4	10				V	1
14.	Practică	DS	PR4-ID													98	22	V	4
Total ore didactice obligatorii pe semestru				154	36	90				5E+2V	25	126	32	80		98	4E+3V	7	25
				280						7		336						7	

Nr. crt.	Discipline opționale (la alegere) C1: DO	C2	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
Se alege o singură disciplină din fiecare pachet																			
15.	Marketing agroalimentar	DS	MAA3-ID	28	8	20			94	E	5								
	Business to business marketing		BBM3-ID																
16.	Simulări de marketing	DS	SM4-ID									28	8	20			94	E	5
	Marketing direct		MD4-ID																
Total ore didactice opționale pe semestru				28	8	20				1E	5	28	8	20				1E	5
Total				56						1		56						1	
				336						8	30	392						8	30

Nr. crt.	Discipline facultative C1: DFc	C2	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
1.	Contabilitate managerială	DC	CMN-ID	28	4	10			48	E	3								
2.	Voluntariat	DC	VOL3-ID				56		34	V	3								
3.	Tehnologie hotelieră şi de restaurant	DC	THR-ID									28	4	10			48	E	3
4.	Voluntariat	DC	VOL4-ID												56		34	V	3
Total ore didactice facultative pe semestru				28	4	10	56			1E+1V	6	28	4	10	56			1E+1V	6
				98						2		98						2	

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel Petrişor CONSTANTIN,
Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
Coordonatorul CIDIFR

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

**ANUL III**

ANUL III																			
Nr. crt.	Discipline obligatorii (impuse) C1: DI	C2	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
1.	Cercetări de marketing	DS	CEM5-ID	28	8	20	28		66	E	5								
2.	Relații publice	DS	RP5-ID	28	8	20			94	E	5								
3.	Tehnici promoționale	DS	TPR5-ID	28	8	20			94	E	5								
4.	Tehnici de vânzare	DS	TV5-ID	28	8	20			94	E	5								
5.	Marketingul serviciilor	DS	MKS5-ID	28	8	20			94	E	5								
6.	Logistica mărfurilor	DS	LMF6-ID									28	8	20			94	E	5
7.	Marketing turistic	DS	MKT6-ID									28	8	20			94	E	5
8.	Marketing social politic	DS	MKP6-ID									28	8	20			94	E	5
9.	Proiecte de marketing	DS	PRM6-ID									28	8	20			94	E	5
10.	Cercetări pentru elaborarea lucrării de licență	DS	ELL6-ID												70		80	V	5
Total ore didactice obligatorii pe semestru				140	40	100	28			5E	25	112	32	80	70		4E+1V	25	
				308					5	294					5				

Nr. crt.	Discipline opţionale (la alegere) C1: DO	C2	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
Se alege o singură disciplină din fiecare pachet																			
11.	Analiza informaţiilor de marketing	DS	AIM_ID	28	8	20			94	E	5								
	Sisteme informatice de marketing		SIM_ID																
12.	Gestiunea forţelor de vânzare	DS	GFV_ID									28	4	10			10E	E	5
	Cybermarketing		CYB_ID																
Total ore didactice opţionale pe semestru				28	8	20				1E	5	28	4	10				1E	5
				56				1	42				1						
Total				364					6	30	336					6	30		

Nr. crt.	Discipline facultative C1: DFC	C ₂	Codul disciplinei	Semestrul I								Semestrul II							
				AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.	AI	AT	TC	AA	Pr	SI	FV	Cr.
1.	Negociere comercială	DC	NCOM_ID	28	4	10			48	E	3								
2.	Voluntariat	DC	VOL5-ID				56		34	V	3								
3.	Analiza economica financiara	DC	AEF-ID									28	4	10			48	E	3
4.	Voluntariat	DC	VOL6-ID												56		34	V	3
Total ore didactice facultative pe semestru				28	4	10	56			1E+1V	6	28	4	10	56			1E+1V	6
				98						2		98						2	

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel Petrişor CONSTANTIN,
Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
Coordonatorul CIDIFR

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

Universitatea Transilvania din Braşov

Facultatea: **Facultatea de Ştiinţe economice şi administrarea afacerilor**

Departamentul coordonator: **Marketing, turism, servicii şi 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 şi Cercetării

Valabil pentru promoţia **2025-2028**



APROBAT,
Prof. dr. Ioan Vasile ABRUDAN,
RECTOR

BILANŢ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	Nr. de ore			Total	
		An I	An II	An III	ore	%
1.	Obligatorii	672	616	602	1890	90%
2.	Opţionale	0	112	98	210	10%
TOTAL		672	728	700	2100	100%
3.	Facultative	210	196	196	602	—

BILANŢ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	Nr. de ore			Total	Total
		An I	An II	An III	ore	%
1.	Discipline fundamentale	490	140	0	630	30%
2.	Discipline de specialitate	56	406	700	1162	55,33%
3.	Discipline complementare	126	84	0	210	10%
4.	Practică de specialitate	0	98	0	98	4,67%
Total		672	728	700	2100	100%

Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU,
Decanul facultăţii

Prof. dr. Cristinel Petrişor CONSTANTIN,
Directorul de departament

Conf. dr. Ana ENE,
Coordonatorul CIDIFR

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