



ROMÂNIA
MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA DE VEST „VASILE GOLDIȘ” DIN ARAD
310025 Arad, România Bd. Revoluției nr. 94-96, tel./fax 0040/0257/280260,
e-mail: rectorat@uvvg.ro, web: www.uvvg.ro

Facultatea de Științe Economice, Informatică și Inginerie, Arad, Str. Liviu Rebreanu nr. 86,
Telefon/Fax: 0257213066, e-mail: fseii@uvvg.ro

FIȘA PROGRAMULUI DE STUDIU
MARKETING (ARAD/BAIA MARE/MARGHITA/SATU MARE/ZALĂU)

Denumirea programului de studii universitare	MARKETING (ARAD/BAIA MARE/MARGHITA/SATU MARE/ZALĂU)
Domeniul fundamental	Științe sociale
Ramura de știință	Științe economice
Domeniu de studii	Marketing
Durata studiilor	6 semestre
Numărul (minim) total de credite pentru absolvire:	180 credite + 4 EFS
Forma de învățământ (zi, seară, la distanță, frecvență redusă)	Zi
Facultatea organizatoare:	Facultatea de Științe Economice, Informatică și Inginerie
Departamentul	Științe Economice și Tehnice

Structura generală a specializării					
Numărul de discipline în planul de învățământ:					
Obligatorii și opționale necesare absolvirii			Facultative		
45			6		
Numărul total de ore de activități didactice directe					
Curs	Seminar și laborator	Proiecte	Practică de specialitate	Practica pentru elaborarea lucrării de licență	TOTAL
1008	1064	-	98	56	2072
Numărul total de ore de activități didactice directe la disciplinele:					
Discipline obligatorii - DOB		Discipline opționale - DOP		Discipline facultative - DFA	
1708		210		154	
Ponderea procentuală în planul de învățământ a numărului de ore la disciplinele:					
Discipline obligatorii - DOB			Discipline opționale - DOP		
89,05%			10,95%		
Numărul total de ore de activități didactice directe la disciplinele:					
Fundamentale		De specialitate		Complementare	
658		1274		140	
Ponderea procentuală în planul de învățământ a numărului de ore la disciplinele:					
Fundamentale		De specialitate		Complementare	
31,76%		61,49%		6,76%	
Numărul total (minim) de credite pentru absolvirea specializării					
La disciplinele obligatorii și opționale			La realizarea lucrării de licență		
180 + 4 credite la Educație fizică			10		

Misiunea programului de studii Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău)

Programul de licență Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău) își propune să formeze specialiști de înaltă calitate capabili să ofere soluții pertinente în activități de prospectare a piețelor, negociere, comunicare și promovare, precum și să contribuie la elaborarea unor decizii eficiente pentru buna funcționare a activității firmelor private și instituțiilor din sistemul economic românesc și cel european. Acest program oferă o educație economică persoanelor care au studii liceale și adaugă valoare intelectuală, încredere personală și motivație, ca suport pentru dezvoltarea de cariere în domeniile: marketingul firmelor, comerț intern și internațional, relații publice, vânzări, creație publicitară, design de produse, branding, comunicare.

Obiectivele generale ale programului de studii Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău)

Obiectivul general al programului de studii este acela al formării unor competențe și abilități cognitive pentru domeniul marketingului, care să ofere cursanților posibilitatea de implicare profesionistă în analiza situațiilor concrete și luarea unor decizii specifice pentru tipul de activitate practicat.

Obiectivele specifice ale programului de studii Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău)

Programul de licență **Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău)** își propune următoarele:

- să furnizeze studenților cunoștințe temeinice, să creeze și să dezvolte competențe specifice marketingului în context global. Aceste competențe se referă la:
 - cunoașterea aspectelor de natură legală, economică și instituțională specifice domeniului;
 - cunoașterea instrumentelor de suport decizional și a modalității lor de aplicare pentru rezolvarea problemelor de marketing în cadrul firmelor;
 - cunoașterea aspectelor legate de prospectarea piețelor, înțelegerea unor fenomene ce au loc în cadrul acestora;
 - capacitatea de a utiliza instrumente specifice activității de marketing;
 - capacitatea de a elabora și implementa strategii specifice în domeniul marketingului.
- să dezvolte capacitatea critică și analitică în raport cu mediul de afaceri;
- să dezvolte abilitățile studenților de a dezvolta relații interpersonale;
- să asiste și să orienteze studenții atât în a-și dezvolta capacitatea de a studia individual, cât și de a lucra în echipă;
- să încurajeze studenții în a se implica în proiecte de cercetare în domeniul marketingului, care să le ofere oportunitatea dezvoltării unei cariere în firme naționale și multinaționale;
- să realizeze o pregătire adecvată care să dea posibilitatea absolvenților să dezvolte, în continuare, studii masterale în domeniu.

DESCRIEREA COMPETENȚELOR

Competențe ESCO	
<i>Competențele din grupa de baza 2431 - Specialiști în publicitate si marketing</i>	<i>Competențe transversale</i>
- analizează factorii externi ai societăților - analizează factorii interni ai societăților - desfășoară activități de cercetare strategică - desfășoară interviuri de cercetare - elaborează strategii de marketing - identifică cerințele clienților - identifică nișe de piață - identifică piețe potențiale pentru societăți - integrează strategiile de marketing în strategia globală - menține relațiile cu clienții - răspunde la întrebări - utilizează diferite canale de comunicare - utilizează modele de marketing teoretice - utilizează tehnici de consultare - ține evidența evoluției proiectelor - coordonează acțiunile din planul de marketing - dezvoltă idei creative - efectuează analize concurențiale online - efectuează cercetare de piață - elaborează campanii de marketing - ia decizii comerciale strategice - planifică campanii de marketing pe platformele de comunicare socială - planifică strategiile digitale de marketing - utilizare creativă a tehnologiilor digitale - utilizează tehnici de analiză a datelor în scopuri comerciale	- își asuma responsabilitatea - lucrează în echipe - organizează informații, obiecte si resurse - interpretează informații matematice

OCUPAȚII POSIBILE CONFORM COR/ESCO:

Ocupația	Cod COR/ESCO
specialist marketing	243103
manager de produs	243104
consultant specialist în marketing/consultantă specialistă în marketing	2431.10

1. REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
RAMURA DE ȘTIINȚĂ (RS) – ȘTIINȚE ECONOMICE			
RSI.1	Studentul/Absolventul identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul identifică rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul clasifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul identifică tranzacțiile și evenimentele de bază ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea principiului partidei duble pentru înregistrarea tranzacțiilor și evenimentelor unei entități raportoare. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind întocmirea (pregătirea) situațiilor (rapoartelor) financiare ale unei entități raportoare.	Studentul/Absolventul calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul diferențiază utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale. Studentul/Absolventul comunică utilizatorilor informații din rapoartele financiare.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare. Studentul/Absolventul verifică corectitudinea analizei contabile. Studentul/Absolventul lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile.
RSI.2	Studentul/Absolventul 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). Studentul/Absolventul identifică principiile fundamentale ale securității informațiilor, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea datelor din domeniul economic. Studentul/Absolventul identifică și analizează conceptele și tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic. Studentul/Absolventul descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (IoT, AI, Cloud/Fog/Edge Computing, Blockchain etc.).	Studentul/Absolventul utilizează aplicațiile de birou în domeniul economic. Studentul/Absolventul recunoaște și evaluează riscurile de securitate asociate cu gestionarea informațiilor în domeniul economic. Studentul/Absolventul utilizează instrumente de automatizare, pentru a automatiza sarcinile repetitive în activitățile economice. Studentul/Absolventul identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate. Studentul/Absolventul utilizează instrumentele open source pentru exploatarea principalelor facilități oferite de tehnologiile emergente	Studentul/Absolventul asigură acuratețea și claritatea informațiilor din documentele gestionate cu aplicații de birou. Studentul/Absolventul operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor. Studentul/Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate de mediul informațional în contextul smart development.
RSI.3	Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și	Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a	Studentul/Absolventul realizează analize complexe

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	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. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.	cadrlui conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.	asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funcțiilor de execuție în domeniul marketing. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.
RSI.4	Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată. Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.	Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice. Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate. Studentul/Absolventul aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile economice la nivel micro/macroeconomic. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia. Studentul/Absolventul 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.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic. Studentul/Absolventul fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice. Studentul/Absolventul 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.
RSI.5	Studentul/Absolventul identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele	Studentul/Absolventul recunoaște și aplică principalele metode statistice pentru analiza fenomenelor economice și sociale, aplică metode	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în asigurarea acurateței și integrității datelor statistice, aplicând tehnici de validare și verificare, lucrează

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	economice și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale/. Studentul/Absolventul 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.	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/. Studentul/Absolventul 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.	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 analiza 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.
RSI.6	Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe despre sectorul financiar bancar. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe privind politicile financiare la nivel de public și la nivel de entitate economică. Studentul/Absolventul deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.	Studentul/Absolventul recunoaște datele financiare relevante. Studentul/Absolventul utilizează instrumente de analiză financiară specifice domeniul financiar-bancar. Studentul/Absolventul analizează fenomenele și activitățile financiare complexe specifice domeniului financiar-bancar. Studentul/Absolventul formulează strategii eficiente specifice activităților financiar-bancare.	Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în luarea deciziilor și oferirea de consultanță în domeniul financiar bancar. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor
RSI.7	Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale. Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific. Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
			diagnoză, privind funcționarea organizației. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale
RSI.8	Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și analizează coerent în privința definirii conceptelor, modelelor și metodelor cantitative necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	Studentul/Absolventul modelează un proces economic și a factorilor determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile. Studentul/Absolventul utilizează algoritmi matematici pentru determinarea soluției optime a unei probleme de maximizare sau minimizare a unei funcții care modelează un indicator de rezultat. Studentul/Absolventul 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). Studentul/Absolventul analizează date, estimează parametrii unui model statistic și fundamentează decizia managerială pe baza acestora. Studentul/Absolventul cuantifică valoarea în timp a unui flux de capital, utilizând modele de matematici financiare.	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul aplică cu responsabilitate metodele matematice de prognoză și a algoritmilor de optimizare a deciziilor privind funcționarea organizației. Studentul/Absolventul fundamentează științific a deciziile manageriale, pe baza utilizării instrumentelor de modelare probabilistă, analiză statistică, estimare a rezultatelor așteptate și optimizare a indicatorilor de rezultat.
RSI.9	Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multicultural, de a contribui activ la

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
		inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.	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.
RSI.10	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul 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.	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul 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.	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul propune soluții de asigurare a securității alimentare și nutriționale; realizează programe/campanii de informare și educare a populației privind alimentația sănătoasă și nutriția.
RSI.11	Studentul/Absolventul utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța regulilor și principiilor de drept aplicabile în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul 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.	Studentul/Absolventul aplică metode analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri. Studentul/Absolventul aplică reglementări legale în materie pentru soluționarea unor problemele practice de natură juridică și economică cu care se confruntă participanții la raporturile juridice de drept al afacerilor. Studentul/Absolventul deține abilități avansate de înțelegere și analiză a clauzelor contractuale, a regulilor aplicabile în materia negocierii, încheierii și executării contractelor, inclusiv a aspectelor litigioase relevante în practica de afaceri.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale studiate la soluționarea unor situații practice cu care se confruntă participanții în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul 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
RSI.12	Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de	Studentul/Absolventul analizează critic și	Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.	interpretează texte economice complexe. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.	comunicaționale (prezentări, debateri, negocieri, mediere, etc). Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.
RSI.13	Studentul/Absolventul 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 organizațiilor; analiza modului în care localizarea și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.	Studentul/Absolventul 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.	Studentul/Absolventul 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.
DOMENIUL DE LICENȚĂ MARKETING			
DLMK.1	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei științifice de cercetare pentru dezvoltarea de proiecte de marketing.	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing. Studentul/Absolventul elaborează rapoarte de cercetare complexe, care evidențiază relevanța rezultatelor din perspectiva scopului cercetării și comunică rezultatele către toate categoriile de stakeholderi.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe curiozitate intelectuală, în procesele de elaborare și implementare a activităților de cercetare de marketing. Studentul/Absolventul menține preocuparea constantă pentru rigoarea științifică în diferitele etape de realizare a proiectelor de cercetare în contexte de marketing. Studentul/Absolventul manifestă spirit de echipă și dorința de a lucra într-un mediu de încredere în relația cu persoanele implicate în proiectele de cercetare. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în realizarea bugetelor de cercetare și a rapoartelor de cercetare de marketing.
DLMK.2	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea	Studentul/Absolventul manifestă curiozitate

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing. Studentul/Absolventul dovedește spirit de echipă, fiind capabil să stabilească relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu partenerii implicați în diferite etape ale procesului de comunicare.
DLMK.3	Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la particularitățile piețelor internaționale, mediul de marketing internațional și mixul de marketing specific organizațiilor care activează pe piețe internaționale. Studentul/Absolventul identifică pertinent particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor care activează în domeniul serviciilor.	Studentul/Absolventul 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.	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul 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
DLMK.4	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la nevoile clienților, strategiile de fidelizare, previziunea cererii și proiectarea rețelelor de distribuție.	Studentul/Absolventul folosește adecvat tehnici de negociere și de gestionare a proceselor de vânzări, pentru a gestiona eficient interacțiunile cu clienții. Studentul/Absolventul 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.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii riguroase științifice 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. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelelor logistice și de management al canalelor de distribuție.
DLMK.5	Studentul/Absolventul 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). Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele avansate legate de sistemelor informatice de marketing și poate contribui la digitalizarea activităților de marketing ale organizației. Studentul/Absolventul folosește adecvat produse software pentru activitatea de marketing online, inclusiv pe cele bazate pe tehnologii din domeniul	Studentul/Absolventul 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. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta analize și studii specifice în domeniul

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	aplicațiilor informatice utilizate în marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.	inteligenței artificiale.	instrumentelor software de marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale
DLMK.6	Studentul/Absolventul Explică principiile fundamentale ale marketingului aplicat în contextul întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri) Studentul/Absolventul identifică particularitățile piețelor locale și ale comportamentului consumatorului în raport cu afacerile de mici dimensiuni Studentul/Absolventul înțelege structura planului de marketing și componentele acestuia (analiză de piață, segmentare, poziționare, mix de marketing etc.). Studentul/Absolventul cunoaște instrumentele digitale moderne aplicabile în promovarea micilor afaceri (social media, marketing de conținut, e-mail marketing)	Studentul/Absolventul elaborează un plan de marketing adaptat pentru o mică afacere, incluzând obiective, strategii și buget Studentul/Absolventul aplică tehnici de cercetare de piață relevante pentru validarea ideilor de afaceri Studentul/Absolventul analizează și interpretează indicatorii de performanță ai activităților de marketing	Studentul/Absolventul manifestă responsabilitate etică în dezvoltarea și promovarea micilor afaceri, respectând principiile concurenței loiale și protecției consumatorului Studentul/Absolventul promovează inovația și gândirea creativă în activitățile de marketing ale micilor afaceri
DLMK.7	Studentul/Absolventul identifică utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale./ explică conceptele de gestiune financiară (planificare financiară, cash-flow, structură de capital)/ explică funcționarea piețelor financiare (piețe de capital, piețe monetare, piețe derivate). Studentul/Absolventul identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități economice./ cunoaște principiile de evaluare a rentabilității și riscurilor investițiilor./ înțelege mecanismele de tranzacționare și de reglementare a instrumentelor financiare.	Studentul/Absolventul pregătește informațiile din rapoartele financiare pentru fundamentarea deciziilor economice./ elaborează bugete de venituri și cheltuieli și monitorizează execuția bugetară./ utilizează metode fundamentale și tehnice pentru evaluarea valorii instrumentelor financiare. Studentul/Absolventul judecă situații specifice recunoașterii elementelor din rapoartele financiare pe baza reglementărilor contabile./ utilizează instrumente financiare pentru analiza deciziilor de investiții și finanțare./ interpretează indicatori economico-financiar relevanți pentru funcționarea piețelor.	Studentul/Absolventul pregătește rapoarte financiare conform reglementărilor contabile naționale sau internaționale./ își asumă responsabilitatea în propunerea unor soluții financiare sustenabile pentru organizație./ își asumă responsabilitatea pentru recomandările de investiții pe baza unei analize riguroase. Studentul/Absolventul demonstrează autonomie în evaluarea și recunoașterea tranzacțiilor și evenimentelor în contabilitate./ respectă cadrul legal și normele etice în gestionarea resurselor financiare./ se informează continuu pentru a înțelege schimbările din mediul financiar global și a adapta strategiile proprii.
DLMK.8	Studentul/Absolventul cunoaște conceptele fundamentale de etică, morală, deontologie profesională./ cunoaște teoriile sociologice clasice și moderne privind comportamentul individual și colectiv./ cunoaște principalele școli de gândire economică (liberalism, keynesianism, neoliberalism etc.).	Studentul/Absolventul recunoaște situațiile care implică dileme morale și ia decizii bazate pe principii etice./ analizează fenomene sociale utilizând concepte și instrumente sociologice./ compară doctrine economice din perspectiva principiilor și efectelor asupra societății. Studentul/Absolventul aplica norme de bună conduită	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea respectării normelor etice și deontologice în activitatea academică./ demonstrează deschidere față de diversitate și incluziune socială./ își asumă poziții proprii în raport cu teoriile și politicile economice, bazate pe analiză critică. Studentul/ Absolventul manifestează o atitudine

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul înțelege principiile integrității academice: onestitate, corectitudine, responsabilitate./ înțelege principalele concepte sociologice: grup social, normă, rol, instituție, clasă socială./ înțelege evoluția doctrinelor economice și impactul acestora asupra politicilor publice și economiei de piață. Studentul/Absolventul cunoaște formele de fraudă academică (plagiat, falsificare, autoplăgiat) și consecințele acestora./ recunoaște fenomene sociale actuale (inegalitate, marginalizare, migrație, digitalizare) și impactul lor în economie și marketing./ distinge abordările teoretice contemporane privind statul, piața, rolul individului și intervenția economică.	academică în activitatea de studiu și cercetare./ interpretează date sociale și comportamente de grup în contexte organizaționale și de marketing./ argumentează critic modele economice contemporane în raport cu contextul național/internațional.	corectă, onestă și responsabilă în procesul de învățare și cercetare./ manifestează responsabilitate față de implicațiile sociale ale deciziilor economice./ manifestă autonomie în evaluarea opțiunilor economice propuse de diferite doctrine.
DLMK.9	Studentul/Absolventul înțelege rolul și impactul activităților de voluntariat asupra comunității și dezvoltării personale. Studentul/Absolventul cunoaște principiile generale ale implicării civice, solidarității, colaborării și eticii sociale.	Studentul/Absolventul aplică eficient abilități de comunicare, colaborare și rezolvare de probleme în contexte reale. Studentul/Absolventul participă activ în proiecte, campanii sau inițiative civice, demonstrând capacitate de organizare.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru activitățile desfășurate și respectă angajamentele luate ca voluntar. Studentul/Absolventul manifestă etică, empatie, responsabilitate socială și comportament proactiv în relațiile cu beneficiarii și colegii.
DLMK.10	Studentul/Absolventul înțelege procesele reale de planificare, implementare și evaluare a campaniilor de marketing într-un mediu organizațional. Studentul/Absolventul explică modul de funcționare al departamentului de marketing în relație cu celelalte departamente ale unei organizații. Studentul/Absolventul Cunoaște aplicabilitatea conceptelor teoretice (analiză de piață, segmentare, poziționare, strategii de promovare) în contexte practice.	Studentul/Absolventul aplică instrumente și tehnici de marketing (ex. cercetare de piață, elaborare de briefuri, planificare de campanii) în cadrul stagiului de practică. Studentul/Absolventul comunică eficient, atât în scris cât și oral, în cadrul echipelor de lucru din organizația gazdă. Studentul/Absolventul analizează rezultatele activităților de marketing desfășurate în practică și propune soluții de optimizare.	Studentul/Absolventul manifestă responsabilitate și etică profesională în raport cu sarcinile primite și termenele asumate. Studentul/Absolventul se adaptează la cerințele mediului organizațional și respectă normele interne ale locului de practică. Studentul/Absolventul dovedește inițiativă și proactivitate în implicarea în proiectele de marketing, propunând idei și soluții inovatoare.
DLMK.11	Studentul/Absolventul explică structura standard a unei lucrări științifice de licență în domeniul marketingului (introducere, cadru teoretic, cercetare aplicată, concluzii). Studentul/Absolventul înțelege cerințele metodologice privind fundamentarea teoretică și realizarea cercetării aplicative. Studentul/Absolventul cunoaște regulile de redactare	Studentul/Absolventul formulează coerent obiectivele, ipotezele și întrebările de cercetare specifice lucrării de licență. Studentul/Absolventul selectează și aplică metode adecvate de cercetare în funcție de tema propusă (chestionar, interviu, analiză de conținut etc.). Studentul/Absolventul integrează datele obținute în	Studentul/Absolventul manifestă etică profesională în elaborarea lucrării, evitând plagiatul și respectând normele de citare. Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru gestionarea eficientă a timpului și a resurselor pe parcursul realizării lucrării. Studentul/Absolventul dovedește autonomie în identificarea surselor relevante și în aprofundarea

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	academică, citare și utilizare a surselor bibliografice conform normelor etice și deontologice. Studentul/Absolventul descrie metodele de cercetare specifice marketingului (calitative și cantitative) și instrumentele de colectare a datelor.	analiza teoretică și practică a temei de licență. Studentul/Absolventul elaborează un plan de lucru structurat, care să asigure respectarea termenelor și a calității științifice a cercetării.	documentării. Studentul/Absolventul cooperează constructiv cu coordonatorul științific, valorificând feedbackul primit pentru îmbunătățirea calității lucrării.
DLMK.12	Studentul/Absolventul cunoaște particularitățile piețelor organizaționale (B2B) comparativ cu piețele de consum. Studentul/Absolventul înțelege comportamentul de cumpărare al organizațiilor și factorii decizionali implicați. Studentul/Absolventul cunoaște strategiile specifice de marketing B2B (segmentare industrială, poziționare, relații, vânzări directe, licitații etc.). Studentul/Absolventul înțelege rolul tehnologiei și al platformelor digitale în B2B (CRM, automatizare, e-procurement).	Studentul/Absolventul analizează piețele organizaționale folosind metode de cercetare specifice (analiza clienților industriali, evaluarea potențialului pieței etc.). Studentul/Absolventul elaborează strategii și planuri de marketing adaptate mediului B2B. Studentul/Absolventul gestionează relații cu clienți organizaționali (furnizori, distribuitori, parteneri). Studentul/Absolventul prezintă și susține oferte comerciale personalizate pentru clienți organizaționali.	Studentul/Absolventul manifestează autonomie în formularea propunerilor de strategie B2B în context real sau simulat. Studentul/Absolventul respectă normele de etică în vânzarea B2B, inclusiv în contextul ofertelor, negocierilor și contractării. Studentul/Absolventul reflectă critic asupra performanței strategiilor B2B și identifică soluții de îmbunătățire.
DLMK.13	Studentul/Absolventul cunoaște conceptele, principiile și funcțiile managementului comercial. Studentul/Absolventul înțelege structura activității comerciale și specificul proceselor de vânzare, distribuție, relații comerciale. Studentul/Absolventul cunoaște elementele de planificare, organizare, coordonare și control în activitatea comercială. Studentul/Absolventul cunoaște mecanismele de formare a prețurilor, politicile de promovare și gestiune a relațiilor cu clienții în context comercial. Studentul/Absolventul recunoaște diferențele între activitatea comercială B2B și B2C.	Studentul/Absolventul aplică instrumente de planificare și decizie în gestionarea activității comerciale. Studentul/Absolventul elaborează planuri comerciale (strategii de vânzare, politici de preț, obiective de piață). Studentul/Absolventul coordonează activități de aprovizionare, distribuție și vânzare în cadrul unei organizații. Studentul/Absolventul utilizează indicatori de performanță comercială (vânzări, rotația stocurilor, fidelizarea clienților).	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru planificarea și evaluarea activităților comerciale. Studentul/Absolventul respectă etica profesională și reglementările comerciale în relația cu partenerii de afaceri. Studentul/Absolventul colaborează eficient cu echipele de vânzări, logistică și marketing pentru atingerea obiectivelor comerciale.
DLMK.14	Studentul/Absolventul cunoaște cadrul legal național și european privind protecția consumatorilor. Studentul/Absolventul înțelege drepturile fundamentale ale consumatorilor: siguranță, informare, alegere, compensare etc.	Studentul/Absolventul analizează situații comerciale din perspectiva respectării drepturilor consumatorilor. Studentul/Absolventul elaborează politici de conformitate și strategii de marketing responsabile față de consumator.	Studentul/Absolventul manifestează responsabilitate față de respectarea standardelor de protecție a consumatorilor în practici comerciale. Studentul/Absolventul promovează comportamente etice, transparente și orientate spre client în

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul înțelege responsabilitățile agenților economici privind conformitatea produselor, informarea și serviciile post-vânzare. Studentul/Absolventul cunoaște principiile etice și sustenabile în relația firmă–consumator.	Studentul/Absolventul identifică riscuri sau neconformități în publicitate, ambalare, etichetare, servicii sau garanții. Studentul/Absolventul propune soluții de corectare și îmbunătățire a relațiilor comerciale din perspectiva protecției consumatorului.	organizațiile în care activează. Studentul/Absolventul își asumă rolul de intermediar între interesele comerciale și cele ale consumatorilor, propunând soluții echilibrate. Studentul/Absolventul participă activ la campanii de informare, educare sau consultare publică pe teme de protecția consumatorilor.
DLMK.15	Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe relevante pentru profesionalizarea activităților din domeniul resurselor umane, pe baza analizei conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de bază în acest domeniu, în vederea derulării în condiții optime a procesului de recrutare, selecție și motivare a resursei umane într-o organizație./ identifică conceptele fundamentale legate de planificarea strategică și managementul instituțional./ acumulează cunoștințe avansate privind procesul de vânzare, pe baza gestionării relațiilor cu furnizorii și clienții. Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe avansate privind analiza și planificarea necesarului de resurse umane, precum și privind particularitățile acestora în cadrul organizațiilor./ clasifică indicatorii de performanță instituțională și a modului în care aceștia pot ghida strategiile organizaționale./ identifică și analizează elementele care definesc activitățile de vânzare, pe baza utilizării diagnosticării și a analizei SWOT, în vederea previziunii cererii, a gestiunii stocurilor și a proiectării rețelelor de distribuție.	Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini privind selecția, recrutarea și motivarea resursei umane într-o organizație, planificarea necesarului de angajați, precum și evaluarea performanțelor resurselor umane într-o organizație./ aplică tehnici de management strategic (SWOT, benchmarking etc) în formularea strategiilor instituționale./ dezvoltă aptitudini privind previziunea cererii de produse și/sau servicii precum și gestiunea stocurilor. Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini de analiză și proiectare a posturilor./ elaborează planuri strategice și programele de dezvoltare organizațională bazate pe date concrete./ dezvoltă abilități avansate pentru proiectarea rețelelor de distribuție în cadrul unei organizații, pe baza planificării necesarului de resurse materiale și a previziunii vânzărilor.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a realiza analize și studii în domeniul resurselor umane (inclusiv analiza posturilor și a fișelor de post), de a planifica necesarul de angajați într-o organizație, pe baza exercitării poziției de manager de resurse umane./ activează cu responsabilitate pentru inițierea și implementarea strategiilor de dezvoltare instituțională./ demonstrează capacitatea de a fundamenta și planifica necesarul de resurse într-o organizație, de a previziona cererea de produse și servicii precum și de a proiecta rețelele de distribuție a produselor / serviciilor.
DLMK.16	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea principiilor de antrenament fizic și adaptare a efortului la capacitățile individuale Studentul/Absolventul explică beneficiile activității fizice regulate asupra sănătății fizice și mentale. Studentul/Absolventul cunoaște regulile de bază și principiile tactice ale disciplinelor sportive practicate (jocuri sportive, atletism, gimnastică, fitness etc.).	Studentul/Absolventul își planifică și monitorizează programul propriu de antrenament fizic, în funcție de obiectivele de dezvoltare personală. Studentul/Absolventul colaborează eficient în activități de echipă și își dezvoltă abilitățile de leadership sportiv	Studentul/Absolventul manifestă respect pentru regulile de fair-play, pentru parteneri, colegi și cadre didactice Studentul/Absolventul dovedește responsabilitate față de propria sănătate și adoptă un stil de viață activ și echilibrat Studentul/Absolventul demonstrează inițiativă în organizarea și participarea la activități sportive extracurriculare sau competiționale

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
DLMK.17	Studentul/Absolventul cunoaște construcțiile gramaticale, vocabularul specific domeniului profesional, expresiile uzuale și terminologia de specialitate, necesare pentru comunicarea eficientă în limba străină, atât în contexte generale, cât și în contexte academice și profesionale	Studentul/Absolventul aplică normele lingvistice în limba străină studiată, utilizează corect limba străină în exprimarea orală și scrisă, înțelege și analizează texte de specialitate, redactează documente profesionale, susține un punct de vedere argumentat și interacționează eficient în contexte profesionale și educaționale internaționale	Studentul/Absolventul utilizează autonom expresiile și cuvintele adecvate în producerea textelor orale și scrise în limba străină în contexte internaționale și interculturale, exprimă în mod coerent opinii și analize în context academic și profesional, evaluează în mod conștient propriile cunoștințe, demonstrează inițiativă și autonomie în perfecționarea continuă a competențelor lingvistice
DLMK.18	Studentul/Absolventul explică principiile și conceptele de marketing aplicate în contexte sociale și politice./ explică conceptele fundamentale ale marketingului digital și ale comunicării prin rețele sociale./ explică specificul pieței turistice și comportamentul consumatorului de servicii turistice. Studentul/Absolventul înțelege particularitățile comunicării de masă în campanii de interes public și electoral./ înțelege rolul conținutului vizual și interactiv în strategiile de social media marketing./ înțelege tendințele moderne ale marketingului turistic (turism sustenabil, experiențial, digital). Studentul/Absolventul cunoaște etapele planificării și implementării campaniilor de marketing social și politic./ cunoaște caracteristicile platformelor majore de social media și modul lor de funcționare./ cunoaște instrumentele de promovare adaptate sectorului turistic (branding de destinație, pachete promoționale, platforme de rezervări).	Studentul/Absolventul elaborează strategii de marketing pentru cauze sociale sau politice, incluzând segmentarea și poziționarea publicului-țintă./ planifică și implementează campanii de social media marketing pe platforme diverse./ proiectează campanii de marketing pentru promovarea destinațiilor sau serviciilor turistice. Studentul/Absolventul utilizează tehnici de persuasiune și argumentare etică în promovarea ideilor sociale și politice./ creează și adaptează conținut pentru publicuri-țintă variate, utilizând instrumente digitale specifice./ analizează date de piață și preferințe ale turiștilor pentru a fundamenta decizii de marketing. Studentul/Absolventul analizează eficiența campaniilor sociale și politice pe baza indicatorilor de impact/ monitorizează și evaluează performanța campaniilor în social media prin indicatori precum reach, engagement sau conversii./ integrează canale de comunicare tradiționale și digitale în strategia de promovare turistică.	Studentul/Absolventul manifestă respect față de principiile etice, evitând manipularea excesivă sau fake news./ respectă normele etice și legale privind confidențialitatea datelor utilizatorilor./ manifestă respect față de valorile culturale și mediul înconjurător în activitățile de marketing turistic. Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru obiectivitatea mesajelor comunicate publicului./ își asumă responsabilitatea pentru calitatea și veridicitatea informațiilor distribuite./ își asumă responsabilitatea pentru imaginea promovată a destinațiilor turistice. Studentul/Absolventul demonstrează inițiativă în implicarea civică prin proiecte de marketing social./ demonstrează autonomie în gestionarea conturilor și comunităților online./ demonstrează autonomie în adaptarea strategiilor la contextul pieței turistice în continuă schimbare.
DLMK.19	Studentul/Absolventul cunoaște conceptele de bază ale economiei comportamentale și efectele factorilor psihologici, cognitivi, factori emoționali, factori culturali și sociali asupra deciziilor indivizilor și instituțiilor/ cunoaște structura, funcțiile și obiectivele firmei ca agent economic./ cunoaște rolul instituțiilor în funcționarea piețelor și a economiei. Studentul/Absolventul distinge modelele alternative comportamentale față de teoria economică clasică./ cunoaște modele de organizare, strategie și analiză a performanței economice a firmei./ înțelege concepte-	Studentul/Absolventul analizează comportamente economice reale prin prisma modelelor comportamentale./ analizează structura costurilor și strategiile de preț ale unei firme./ analizează funcționarea piețelor și contractelor în contexte instituționale diverse. Studentul/Absolventul identifică biasuri cognitive și comportamente suboptimale în contexte de marketing, consum sau investiții./ evaluează decizii manageriale privind investițiile, producția și organizarea resurselor./ evaluează impactul reglementărilor,	Studentul/Absolventul recunoaște limitele deciziilor raționale și promovează soluții echilibrate între raționalitate economică și realitate psihologică./ manifestează responsabilitate în evaluarea performanței firmei și în susținerea deciziilor strategice./ Promovează soluții economice sustenabile din punct de vedere instituțional, cu impact pe termen lung. Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru formularea de politici economice sau de marketing adaptate comportamentului uman real./ își

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	cheie precum costuri de tranzacție, proprietate, contracte, guvernanță.	normelor și cadrului instituțional asupra comportamentului economic.	asumă autonomie în analiza comparativă a modelelor de organizare și guvernanță corporativă./ înțelege importanța respectării cadrului legal și normativ în deciziile economice.
DLMK.20	Studentul/Absolventul identifică sursele de informare economico- financiară./ cunoaște conceptele de bază privind dezvoltarea durabilă, economia verde și responsabilitatea ecologică a organizațiilor./ deține cunoștințe solide în domeniul antreprenoriatului. Studentul/Absolventul compară informațiile economico-financiare utile pentru deciziile managementului, deciziile de investire/dezinvestire etc./ înțelege principiile managementului ecologic: prevenirea poluării, eficiența resurselor, reducerea impactului asupra mediului./ dovedește cunoștințe referitoare la elaborarea obiectivelor specifice activităților economice, integrare a indicatorilor cheie de performanță și a metodelor de identificare și minimizare a riscurilor economice.	Studentul/Absolventul elaborează rapoarte detaliate despre riscurile identificate în cadrul întreprinderii./ identifică riscurile ecologice și impactul activităților economice asupra mediului./ alege metode de gestionare a relațiilor cu clienții și furnizorii. Studentul/Absolventul calculează indicatori economico-financiar specifi./ propune și implementează măsuri de eficiență ecologică în cadrul organizațiilor./conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale.	Studentul/Absolventul evaluează riscurile economico-financiare specifice, natura acestora și impactul lor asupra organizației si propune soluții posibile pentru contracararea acestora./ manifestă inițiativă în promovarea comportamentelor sustenabile în mediul profesional și comunitar./ demonstrează capacitatea de a elabora noi modele de afaceri Studentul/Absolventul interpretează indicatorii economico-financiar și propune soluții la probleme bine definite./ promovează valorile ecologice în culturile organizaționale și în strategiile pe termen lung./ dezvoltă o mentalitate adaptabilă, rezilientă și antreprenorială, motivând și influențând echipa pentru a crea un mediu de lucru pozitiv și productiv./

Perspectivile programului de studii Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău)

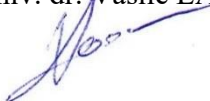
Specializarea **Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău)** va continua să aibă o cerere crescândă în următorii ani, pe măsura creșterii gradului de deschidere globală a economiei românești. Preferința studenților pentru această specializare va fi în continuare stimulată de posibilitatea continuării procesului de formare prin ciclul II Studii universitare de masterat.

Corelarea programului de studii Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău) cu piața muncii

Domeniile în care absolvenții specializării **Marketing (Arad/Baia Mare/Marghita/Satu Mare/Zalău)** vor putea să funcționeze ca profesioniști de succes sunt următoarele:

- departamente cu activități specifice de marketing, ale firmelor din diverse domenii de activitate;
- firme specializate în activități comerciale;
- firme de consultanță în marketing și comunicare;
- agenții de publicitate și organizații care realizează activități de comunicare;
- firme specializate în marketing și comunicare online;
- firme specializate în organizarea de activități specifice de relații publice (evenimente, târguri, expoziții).
- firme de sondare și prospectare de piață.

Decan
Conf. univ. dr. Vasile LAZĂR



Director departament
Lect. univ. dr. Ștefania NICOARĂ

