

Anexă la Planul de învățământ, anul universitar 2021/2022

Domeniul de studii: MARKETING

Programul de Studii: MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

Tipul de master: PROFESIONAL

Grila 2. Stabilirea corelațiilor dintre competențele profesionale și transversale, ariile de conținut, disciplinele de studiu și creditele alocate

Competențe profesionale	Competențe explicate prin descriptorii de nivel	Arii de conținut	Discipline de studiu	Credite	
				Pe disciplină	Pe competență
C1 Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale și avansate de teorie economică și a metodelor moderne specifice domeniului	C1.1 Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor la nivel micro și macroeconomic	Optimizarea deciziilor consumatorului, Optimizarea mixului de marketing	Metode de optimizare a deciziilor consumatorului	8	9
	C1.2 Explicarea și interpretarea conceptelor fundamentale și avansate economice la nivel micro și macroeconomic		Riscul în afaceri	1	
	C1.3 Aplicarea conceptelor și teoriilor economice la nivel micro și macro-economic pentru formularea de explicații și ipoteze privind comportamentul agentului economic				
	C1.4 Analiza comparativă a conceptelor și teoriilor domeniului, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii				
	C1.5 Elaborarea de proiecte economice cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu				
C2 Analiza datelor economice în întreprinderi și în alte organizații	C2.1 Definirea conceptelor și teoriilor economice folosite în comunicarea din cadrul organizațiilor	Cercetări de marketing, Comunicare de marketing, Marketing relațional	Proiectarea și organizarea cercetării de marketing	4	19
	C2.2 Explicarea conceptelor utilizate pentru prezentarea și interpretarea lor în situații economice concrete		Marketing relațional/Management decizional	2	
	C2.3 Formularea de ipoteze și explicații privind comportamentul economic al firmei		Metode de cercetare în marketing	4	
	C2.4 Alegerea celor mai eficiente metode de analiză a datelor economice pe baza unor evaluări obiective și calitative		Comunicarea în marketing	1	
	C2.5 Elaborarea de rapoarte economice și de comunicare în organizații pe baza prelucrării informațiilor existente		Elaborarea lucrării de disertație	2	
			Marketing online	1	
C3 Fundamentarea și propunerea de soluții pentru problemele economice	C3.1 Definirea conceptelor, teoriilor și metodologiilor specifice activității economice	Cercetări de marketing, Optimizarea mixului de marketing, Distribuție, Conducerea activității de marketing	Proiectarea și organizarea cercetării de marketing	4	21
	C3.2 Alocarea, ajustarea, colectarea, asistarea, procurarea datelor caracteristice pentru explicarea și interpretarea situațiilor asociate activității economice		Metode de cercetare în marketing	4	
	C3.3 Integrarea, extinderea, extrapolarea principiilor și metodelor de bază pentru rezolvarea de probleme specifice		Distribuție și merchandising	3	
	C3.4 Valorizarea datelor empirice și aplicarea metodelor standard de evaluare asociate activității profesionale		Analiza datelor economice	4	
	C3.5 Organizarea, procesarea și transferarea datelor și informațiilor economice pentru soluțiile identificate		Riscul în afaceri	2	
C4 Implementarea normelor	C4.1. Identificarea normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor economice		Elaborarea lucrării de disertație	2	
	C4.2 Explicarea politicilor și măsurilor la nivel micro și macroeconomic		Managementul produselor și mărcilor	2	
			Distribuție și merchandising	1	
			Riscul în afaceri	2	

normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică	C4.3 Aplicarea normelor metodologice, a măsurilor, politicilor și / sau programelor economice	Optimizarea mixului de marketing, Distribuție, Conducerea activității de marketing	Elaborarea lucrării de disertație	2	10	
			Drept profesional	2		
	C4.4 Evaluarea comparativă a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică la nivel micro și macroeconomic			Managementul produselor și mărcilor		3
	C4.5 Proiectarea și implementarea setului de măsuri pentru problema economică identificată					
C5 Comunicarea profesională în domeniul economic și al afacerilor	C5.1. Definirea terminologiei și a strategiilor de comunicare economică în afaceri	Comunicare de marketing	Comunicarea în marketing	5	27	
	C5.2 Explicarea tehnicilor și strategiilor de comunicare economică adaptate diferitelor domenii de afaceri		Distribuție și merchandising	3		
	C5.3 Aplicarea metodelor și tehnicilor de comunicare economică la un domeniu de afaceri		Publicitate și planificare media	4		
	C5.4 Evaluarea critic-constructivă a diferitelor metode de comunicare		Promovarea vânzărilor, relații publice și forțele de vânzare	4		
			Marketing online	4		
	C5.5 Comunicarea de mesaje conținând analize și soluții la probleme de afaceri		Riscul în afaceri	1		
			Elaborarea lucrării de disertație	1		
			Managementul produselor și mărcilor	3		
			Cercetarea științifică în domeniul economic	1		
			Practică de specialitate	1		
C6 Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri	C6.1. Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor economice în relația cu partenerii de afaceri	Marketing relațional, Comunicare de marketing	Marketing relațional/Management decizional	5	23	
	C6.2 Explicarea și interpretarea situațiilor și proceselor specifice relațiilor de afaceri		Marketing interorganizațional	7		
	C6.3 Rezolvarea de probleme specifice relației cu diferiți parteneri de afaceri		Comunicarea în marketing	2		
	C6.4 Evaluarea critică a conținutului și semnificației unor proiecte / programe în comunicarea cu partenerii de afaceri		Drept profesional	2		
	C6.5 Comunicarea eficientă a proiectelor profesionale către partenerii de afaceri		Publicitate și planificare media	2		
			Promovarea vânzărilor, relații publice și forțele de vânzare	2		
			Marketing online	2		
			Elaborarea lucrării de disertație	1		

Competențe transversale	Discipline de studiu	Credite	
		Pe disciplină*	Pe competență
CT1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă	Etică și integritate academică	3	4
	Promovarea vânzărilor, relații publice și forțele de vânzare	1	
CT2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau al unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale	Publicitate și planificare media	2	4
	Elaborarea lucrării de disertație	1	
	Cercetarea științifică în domeniul economic	1	
CT3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic	Cercetarea științifică în domeniul economic	1	3
	Elaborarea lucrării de disertație	1	
	Practică de specialitate	1	
Total			120

Decan,
Prof.univ.dr. Ovidiu-Leonard TURCU

Director Departament,
Prof.univ.dr.Eugenia HARJA

Coordonator program,
Conf.univ.dr. Bogdan-Vasile NICHIFOR