



**UNIVERSITATEA ROMÂNĂ-AMERICANĂ**  
**ACREDITATĂ PRIN LEGEA 274/15 MAI 2002**

***GHID DE STUDII***  
***Facultatea de***  
***MANAGEMENT – MARKETING***

***ALEGEREA TA, VIITORUL TĂU,***  
***ALEGE SĂ FII CEL MAI BUN !***



Bd. Expoziției 1B, București, Sector1, Etaj 3 (sala303)  
Telefon: +40.314.070.334  
e-mail: [mm@rau.ro](mailto:mm@rau.ro)  
web: [www.rau.ro](http://www.rau.ro)



UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ  
**FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING**



# GHID DE STUDII

---

BUCUREȘTI 2017

---

## ***CINE SUNTEM ?***

Facultatea de Management-Marketing a luat ființă în cadrul Universității Romano-Americane în anul 1991, creată ca alternativă complementară în spațiul învățământului economic superior din România. Profilul facultății însumează două specializări economice distincte: management și marketing, răspunde cerințelor mediului de afaceri și conferă absolvenților facultății un avantaj competitiv în inserția pe piața muncii, prin paleta largă de cunoștințe teoretice, abilități și deprinderi practice dobândite, diferențiindu-se astfel de celelalte instituții de învățământ economic superior.

Facultatea de Management-Marketing își actualizează oferta educațională, preponderent printr-o permanentă colaborare cu mediul de afaceri, asigurând atât schimbul și diseminarea de cunoștințe cât și contactul cu probleme și soluții reale. Educarea și formarea în cele două domenii, se realizează prin programe centrate pe student, Facultatea de Management-Marketing creându-și o reputație deosebită prin furnizarea pe piața muncii de absolvenți care fac performanță în societatea românească.

Facultatea de Management-Marketing, optează pentru un sistem de instruire dinamic și participativ, oferind un învățământ modern, competitiv, deschis, mai ales în contextul unui mediu global în continuă schimbare, îmbinând pragmatismul modelului american cu tradiția învățământului românesc.

## ***CE DORIM ?***

Facultatea de Management-Marketing urmărește formarea de specialiști cu competențe în management și marketing, cu o largă pregătire teoretică și aplicativă, capabili să se integreze rapid și eficient în corporații, pe diferite niveluri ierarhice. Atenția s-a concentrat asupra interdisciplinarității și dezvoltării aptitudinilor și competențelor, în concordanță cu schimbările economice și sociale actuale, urmărindu-se o bună inserție profesională.

Absolvenții Facultății de Management-Marketing pot ocupa, în cadrul oricărei organizații, funcții de:

- director vânzări
- șef serviciu de evaluarea resurselor umane
- șef serviciu resurse umane
- manager de produs

- consilier economist în comerț și marketing
- asistent de cercetare economist în marketing
- asistent de cercetare economist în management
- copywriter publicitate (cu studii superioare)
- consilier/expert/inspector/referent/economist în management
- manager proiect etc.

### ***CE VA OFERIM ?***

Facultatea de Management-Marketing, colaborează permanent cu mediul de afaceri românesc, urmărind modelul american prin care mediul de afaceri contribuie la adaptarea curriculei universitare, studenții fiind astfel familiarizați cu rigorile antreprenoriale, care cer dobândirea de competențe nu doar de cunoștințe.

Facultatea oferă o serie de programe de licență și masterat acreditate, astfel:

<b>Studii universitare de licență</b>	<b>Forma de învățământ</b>	<b>Nr. de credite</b>
Management	IF / IFR	180
Marketing	IF / IFR	180
<b>Studii universitare de masterat</b>	<b>Forma de învățământ</b>	<b>Nr. de credite</b>
Managementul Strategic al Firmei	IF	120
Managementul și Marketingul Organizației	IF	120
Managementul Informațiilor	IF	120
Marketing în Afaceri	IF	120
Strategic Marketing (predare în limba engleză)	IF	120

## ***PROCESUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT***

În proiectarea și fundamentarea planurilor de învățământ în viziune integrată (licență-masterat-doctorat) Facultatea de Management-Marketing și Departamentul de Management-Marketing au luat în considerare următoarele:

Metodologia Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior privind asigurarea calității, autorizarea de funcționare provizorie și acreditarea programelor de studii și a instituțiilor de învățământ;

Standardele specifice de evaluare academică în Domeniul fundamental „Științe economice” elaborate de Comisiile de științe economice ale A.R.A.C.I.S.;

Nomenclatorul Ocupațiilor din România pentru asigurarea compatibilității cu Cadrul European al Calificărilor (EQF);

Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNC) și Metodologia ACPART de dezvoltare a Cadrului Național al Calificărilor din Învățământul Superior (CNCIS);

Necesitatea asigurării concordanței între calificările obținute prin programul de studii universitare de licență și masterat și Clasificarea Ocupațiilor din România;

Cerințele pieței muncii la nivel național și european, pentru a asigura o inserție facilă și rapidă a absolvenților în domeniile de studii universitare absolvite;

Necesitatea de a realiza un învățământ de calitate, centrat pe student și pe rezultatele învățării.

Planul de învățământ cuprinde repartizarea disciplinelor pe ani de studiu și semestre, numărul săptămânal de ore de curs, seminar, laborator, proiect alocate fiecărei discipline, numărul de credite ECTS asociate fiecărei discipline, precum și formele de evaluare la fiecare disciplină.

### ***Durata semestrelor de studiu***

Studii universitare de licență:

- 14 săptămâni pentru semestrele 1, 2, 3 și 5
- 11 săptămâni pentru semestrul 4
- 12 săptămâni pentru semestrul 6

Studii universitare de masterat:

- 14 săptămâni pentru semestrele 1, 2 și 3
- 11 săptămâni pentru semestrul 4

Disciplinele din planul de învățământ sunt codificate unitar la nivelul Universității Româno-Americane și apar într-o succesiune logică precizată prin condiționările specificate la fiecare disciplină.

Planul de învățământ cuprinde discipline obligatorii (D.O), discipline opționale (la alegere - D.A.) și discipline facultative (D.f.). După rolul pe care-l au în formarea viitorului economist cu competențe în management sau marketing, disciplinele din planul de învățământ se clasifică în: discipline fundamentale (D.F.), discipline de specialitate în domeniu (DD și DS) și discipline complementare (DC).

Odată cu generalizarea aplicării Sistemului European de Credite Transferabile – ECTS (conform Ordinului MEdC nr.3617/2005) și în baza regulamentului propriu al Universității Româno-Americane privind aplicarea sistemului de credite transferabile, fiecare disciplină de studiu din planul de învățământ este proiectată cu durata de un semestru și are asociat un număr de puncte-credit (credite de studiu transferabile, denumite și „credite ECTS”), stabilit în funcție de importanța și rolul disciplinei în pregătirea specialistului (formare fundamentală, în domeniu sau complementară), respectiv de cantitatea de muncă (ore prezență fizică la cursuri, seminarii, laboratoare și ore de studiu individual, elaborare de lucrări, cercetare etc.) necesară pentru dobândirea competențelor necesare pentru promovarea disciplinei. Fiecare semestru are prevăzute în planul de învățământ discipline obligatorii și opționale care însumează 30 de credite ECTS. În conformitate cu HG nr. 88/2005 și HG 635/2008, pentru finalizarea studiilor în ciclul de licență în domeniul „Management” sau „Marketing” sunt necesare 180 credite de studiu transferabile (ECTS), ceea ce conduce la o durată a studiilor de licență de 3 ani pentru ambele forme de învățământ. Disciplinele facultative din planul de învățământ au asociate de asemenea, credite de studiu transferabile, dar aceste credite se atribuie înafara celor 180 credite ECTS prevăzute ca necesare pentru obținerea licenței în „Management” sau „Marketing”.

Disciplinele fundamentale din planul de învățământ includ cele 12 discipline din trunchiul comun care asigură formarea de bază a oricărui economist (ex: Microeconomie, Macroeconomie, Matematici aplicate în economie, Drept, Bazele contabilității, Statistică etc.).

Disciplinele de specialitate în domeniu conturează profilul profesional al viitorului absolvent (Specializarea Management - Managementul resurselor umane, Metodologii manageriale, Analiză economico-financiară, Contabilitate managerială, Managementul calității, Management antreprenorial, etc.; Specializarea Marketing – Bazele marketingului, Politici și strategii de marketing, Comportamentul consumatorului, Marketingul serviciilor, Tehnici de studierea pieței, Marketing internațional, etc.).

Disciplinele complementare includ: Limba engleză și tehnici de comunicare, Engleză pentru management, Engleză pentru marketing etc.

Disciplinele facultative au ca scop lărgirea orizontului de cunoaștere și de cultură generală al studenților, angajând, de regulă, domenii complementare. În planul de învățământ disciplinele facultative sunt incluse începând cu anul II de studii, se finalizează cu probe de verificare și au puncte-credit suplimentare față de necesarul de puncte-credit pe semestru.

Planul de învățământ include, ca o componentă de bază a procesului instructiv, practica de specialitate a studenților. Aceasta este organizată în anul II, într-un stagiu compact de 3 săptămâni și este apreciată cu 3 credite ECTS. Practica de specialitate este profilată pe probleme privind managementul și marketingul societăților comerciale, având ca obiectiv cunoașterea metodelor și tehnicilor complexe utilizate în practica economică.



# STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ

## DOMENIUL MARKETING, SPECIALIZAREA MARKETING

### COMPETENȚE PROFESIONALE

1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing
2. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing
3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său
4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing
5. Utilizarea tehnicilor de vânzare
6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
7. Utilizarea adecvată a metodelor și tehnicilor de comunicare de marketing
8. Proiectarea sistemului managerial și derularea procesului de management la nivelul organizațiilor de complexitate medie

### COMPETENȚE TRANSVERSALE

1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă
2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei
3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare
4. Dezvoltarea capacităților organizatorice și de comunicare, în scopul îndeplinii unor sarcini specifice

### ABILITĂȚI COGNITIVE SPECIFICE PROFESIEI

- Stăpânirea limbajului economic și de marketing;
- Aplicarea unor concepte, teorii și metode specifice de investigarea fundamentală în domeniul marketing;
- Abilitatea de a fundamenta alternative strategice într-un mediu puternic concurențial;
- Capacitatea de a evalua independent un fenomen complex din activitatea de piață a organizației și de a formula concluzii pertinente pe baza analizei;
- Inițiativă în abordarea unei probleme, în utilizarea unor instrumente și metode specifice de marketing;
- Capacitate de a percepe, analiza și utiliza creator noile concepte de marketing.

## **CONȚINUTUL DISCIPLINELOR**

### **MICROECONOMIE**

#### ***5 puncte credit***

Cursul urmărește însușirea de către studenți a sistemului de noțiuni și categorii ale economiei ca știință, subdiviziunea Microeconomie, precum și dobândirea abilităților de a utiliza cunoștințele în aplicații practice.

### **MATEMATICI APLICATE ÎN ECONOMIE**

#### ***6 puncte credit***

Are în vedere însușirea de către studenți a noțiunilor despre optimizare, ajustare a datelor experimentale, teoria probabilităților, statistică, operații financiare precum și dobândirea abilității de a utiliza în aplicații practice, noțiunile teoretice însușite.

### **DREPT**

#### ***3 puncte credit***

Oferă studenților cunoștințe indispensabile pentru însușirea reglementărilor legale necesare în calitatea lor viitoare de agenți economici. Transmite viitorilor economiști conținutul social-politic și normativ al reglementărilor legale și le formează deprinderi practice pentru aplicarea normelor juridice în situații concrete.

### **TEHNOLOGIA APLICAȚIILOR OFFICE**

#### ***5 puncte credit***

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a modalităților concrete de utilizare a calculatoarelor personale PC – compatibile IBM și a principalelor produse program utilizate în activitatea de birou: procesoare de texte, programe de calcul tabelar, programe pentru prezentări și programe de planificare și gestionare a activităților, a conturilor de mail și a mesajelor (componente ale Microsoft Office).

### **BAZELE CONTABILITĂȚII**

#### ***5 puncte credit***

Urmărește însușirea noțiunilor de bază privind teoria contabilă, precum și a principiilor și tehnicilor de organizare și funcționare a contabilității fiecărei unități.

### **INTRODUCERE ÎN COMUNICAREA INTER-PERSONALĂ**

#### ***3 puncte credit***

Pe parcursul acestui curs studenții vor defini comunicarea inter-personală și vor înțelege argumentele privind necesitatea acesteia în societate. De asemenea, vor fi analizate cele mai importante fenomene ale relaționării individ - individ sau individ – mediu cum ar fi: grupurile, imaginea de sine și percepția

socială, puterea, influența, etc. Cursul își propune să prezinte și aspecte legate de fenomenul atribuirii, precum și fenomenul conducerii, făcându-se, totodată, referiri și la abilități de comunicare, depășirea obstacolelor ce pot apărea în calea unei comunicări eficiente sau la comportamente de comunicare (a emițătorului și a receptorului).

## **LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE I**

### ***3 puncte credit***

Urmărește dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic; asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze; realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrație.

## **MACROECONOMIE**

### ***5 puncte credit***

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a sistemului de noțiuni și categorii ale economiei ca știință, subdiviziunea Macroeconomie; dobândirea de către studenți a abilităților de a utiliza cunoștințele însușite în aplicații practice.

## **BAZELE MARKETINGULUI**

### ***5 puncte credit***

Familiarizarea studenților cu problemele de bază ale marketingului: esența, funcțiile și locul acestuia în cadrul științelor economice, analiza mediului de marketing al firmei, comportamentul individual și organizațional, precum și managementul informațiilor de marketing ale firmei. Urmărește completarea culturii economice a studentului prin sistemul de cunoștințe și noțiuni asimilate de studenți la Bazele marketingului.

## **FINANȚE**

### ***5 puncte credit***

Vizează studiul problemelor teoretice ale finanțelor și cele privind politica financiară a statului în economia de piață, condițiile apariției, evoluției și existenței finanțelor, conținutul economic și funcțiile lor, sistemul și instituțiile financiar - bancare, mecanismul financiar, politica financiară, piețele financiare și bursele de valori.

## **BAZELE MANAGEMENTULUI**

### ***5 puncte credit***

Are în vedere prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul managementului modern, dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea organizațiilor bazate pe cunoștințe într-o economie globalizată,

formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, etice și morale.

## **INSTRUMENTE SOFTWARE PENTRU MARKETING**

### ***3 puncte credit***

Disciplina urmărește pregătirea studenților în vederea folosirii principalelor instrumente software oferite de sistemul de gestiune a bazelor de date Oracle 12c pentru îmbunătățirea activității de management. În acest scop, studenților le sunt prezentate cunoștințele necesare pentru a înțelege și gestiona structura unei baze de date și schema bazei de date în care sunt create obiectele de bază, pentru a rula instrucțiuni în limbajul de definiție a datelor (LDD) în vederea creării și gestionării obiectelor schemei, pentru a rula instrucțiuni în limbajul de manipulare a datelor (LMD) în vederea defășurării eficiente a activităților de management, pentru a administra conturile de utilizator și nivelul de securitate, pentru a efectua copii de rezervă și a restaura baze de date. De asemenea, se va urmări însușirea cunoștințelor legate de gestionarea obiectelor cu ajutorul viziunilor dicționarului bazei de date (data dictionary views), controlul accesului la anumite obiecte ale bazei de date, manipularea seturilor mari de date, utilizarea de sub-interogări (subqueries), gruparea și agregarea datelor colectate folosind operatorii ROLLUP și CUBE, analiza și raportarea datelor folosind funcțiile Ranking, LAG/LEAD, FIRST/LAST, însușirea conceptului de interogare ierarhică, crearea de rapoarte structurate arborescent, formatarea datelor ierarhice și excluderea anumitor ramuri din structura arborescentă, utilizarea expresiilor regulate pentru a căuta și identifica anumite date.

## **GLOBALIZARE ȘI PIETE EMERGENTE**

### ***4 puncte credit***

Disciplina are în vedere prezentarea caracteristicilor actuale și a tendințelor manifestate în economiile emergente, în special în contextul globalizării. Totodată, cursul pune accent pe poziționarea și importanța economiilor emergente.

## **LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE II**

### ***3 puncte credit***

Scopul disciplinei este reprezentat de dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrație.

## **POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING**

### ***6 puncte credit***

Familiarizarea studenților cu elaborarea și punerea în practică a instrumentarului de marketing. Atenția principală este acordată politicilor de marketing și mix-ului de marketing ca instrument de

promovare a acestor politici.

## **TEHNICI DE STUDIERE A PIEȚEI**

### ***6 puncte credit***

Însușirea de către studenți a cadrului metodologic de organizare a investigațiilor de piață; cunoașterea principalelor metode de culegere, analiză și interpretare a informațiilor privind fenomenele de piață; formarea abilităților de elaborare a unui raport de cercetare.

## **TEHNICI DE VÂNZARE**

### ***3 puncte credit***

Cursul își propune să ofere resurse pentru înțelegerea și aprofundarea principiilor, tehnicilor, practicilor și noțiunilor dedicate procesului de vânzare precum și noțiunilor elementare referitoare la forța de vânzare. Vânzarea reprezintă una dintre componentele importante ale fiecărei companii de succes. Prin intermediul unor studiilor de caz, invitațiilor din mediul de afaceri și aplicațiilor cursanții vor fi familiarizați cu elemente motivaționale și diferite perspective și obiective organizaționale relaționate cu activitatea de vânzare.

## **STATISTICĂ**

### ***5 puncte credit***

Cunoașterea metodelor și tehnicilor statistice utilizate pentru comensurarea fenomenelor și proceselor social - economice la nivel național (micro și macro- economic), la nivel european și mondial și însușirea cadrului metodologic de colectare și sistematizare a datelor, de calcul a indicatorilor economici și de interpretare a acestora.

## **MARKETING ȘI MĂRFURI**

### ***3 puncte credit***

Disciplina are în vedere punerea la dispoziția studenților a conceptelor referitoare la proiectarea și realizarea mărfurilor din perspectiva gândirii de marketing. Cursanții vor deprinde competențe din înțelegerea implicațiilor utilizării marketingului în cadrul etapelor aferente creării mărfurilor.

## **ENGLEZĂ PENTRU MARKETING I**

### ***3 puncte credit***

Însușirea de către studenți a limbajului economic, politic, bancar-financiar, administrativ, de afaceri în limba engleză, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management, dobândirea fluentei, spontaneității, acurateței și autonomiei în comunicarea orală și scrisă în afaceri.

## **Traseu 1 – METODOLOGII MANAGERIALE**

### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul sistemului metodologic al firmei; familiarizarea studenților cu principalele instrumente manageriale aplicabile cu prioritate în managementul firmei în contextul integrării economice europene; dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în procesul creării și dezvoltării unor societăți comerciale competitive; formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, prin punerea în discuție a unor cazuri reale.

## **Traseu 2 - ECONOMIA INTEGRĂRII EUROPENE**

### ***4 puncte credit***

Are în vedere însușirea de către studenți a conceptelor de bază privind managementul calității totale a produselor și serviciilor, formarea unor abilități privind implementarea sistemului calității, certificarea și acreditarea calității, dobândirea unor cunoștințe privind standardizarea ca factor de creștere economică, dobândirea de abilități pentru armonizarea și integrarea reglementărilor cu sistemele europene și internațional în domeniile sociale și economice.

## **Traseu 3 - MONEDĂ**

### ***4 puncte credit***

Disciplina permite dezvoltarea gândirii economice a studenților, aceștia dobândind cunoștințe despre modul de organizare al sistemului monetar, în vederea interpretării în mod științific a deciziilor ce se iau la nivel macro și microeconomic. Se urmărește pregătirea studenților pe probleme monetare, de plăți și circulație monetară; însușirea tehnicilor și mecanismelor monetare; realizarea unor studii de caz; tranziția la EURO.

## **Traseu 4 – PRODUSE SOFTWARE PENTRU CONTABILITATE**

### ***4 puncte credit***

Obiectivul principal al cursului este dezvoltarea abilităților studenților de a lucra cu programe de contabilitate și de a ține contabilitatea unei companii. Se urmărește astfel: familiarizarea studenților cu aplicațiile informatice utilizate în activitatea contabilă; utilizarea aplicațiilor informatice necesare activității contabile curente; formarea abilităților necesare pentru înțelegerea aplicațiilor informatice utilizate în activitatea contabilă; dezvoltarea deprinderii raportării la obiective și a verificării realizărilor vizavi de obiectivele fixate și a utilizării unor mijloace adecvate pentru a le atinge; dezvoltarea capacității studentului de a înțelege complexitatea activității contabile; crearea de condiții permissive studiului individual al studentului.

## **Traseu 5 – POLITICI MONETARE EUROPENE**

### ***4 puncte credit***

Disciplina prezintă Sistemul European al Băncilor Centrale (SEBC), format din BCE și băncile centrale naționale din toate statele membre ale UE, cu accent pe obiectivul principal al SEBC – menținerea stabilității prețurilor. De asemenea, studenții sunt familiarizați cu deciziile Consiliului Guvernatorilor BCE, cu modul de fundamentare a strategiei de politică monetară, cu măsurile de politică monetară standard și neconvenționale și cu asigurarea eficacității mecanismului de transmisie a politicii monetare.

#### **Traseu 6 - DREPT FINANCIAR ȘI FISCAL**

##### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește evidențierea rolului și funcțiilor monedei și instrumentelor monetare, fundamentarea teoretică și practică a instituțiilor centrale ale materiei: circulația monetară, inflația și deflația, creditul public intern și extern, controlul financiar, evaziunea fiscală, documentare despre bugetul de stat, activitatea bugetară a statului român, sistemul veniturilor și cheltuielilor publice.

#### **Traseu 7 - ECONOMIA TURISMULUI**

##### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește să ofere concepte și idei cu caracter aplicativ, să îmbine teoria cu practica studentului, prin realizarea unor proiecte diverse, precum și însușirea unor teorii care au dus la sporirea eficacității practicii în turism.

#### **Traseu 8 - BAZE DE DATE I**

##### ***4 puncte credit***

Urmărește studierea și însușirea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în analiza, proiectarea, implementarea și exploatarea aplicațiilor informatice cu baze de date în diferite domenii economico-sociale. Insusirea și utilizarea SGBD-ului Relational FOXPRO pe: Nivel 1 – Utilizatori baze de date și SGBD; Nivel 2 – Programatori în limbaje de programare 4 GL.

#### **COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI**

##### ***4 puncte credit***

Dezvoltarea cunoașterii și abilităților în materie de îmbunătățire a strategiilor de marketing prin înțelegerea consumatorului și luarea unor decizii mai informate în consecință. Conturarea unei imagini riguroase asupra limitărilor în materie de cunoaștere a consumatorului sau de abilități de procesare a informației care influențează deciziile și rezultatul marketingului.

#### **MARKETINGUL SERVICIILOR**

##### ***4 puncte credit***

Disciplina marketingul serviciilor abordează un domeniu specializat al marketingului studiind aspectele teoretice și practice ale utilizării acestuia în sectorul serviciilor.

## **DISTRIBUȚIE ȘI MERCHANDISING**

### ***3 puncte credit***

Are ca principal obiectiv familiarizarea studentilor cu economia distributiei, cu evolutia tehnicilor de merchandising la toti partenerii distributiei, cu raporturile de forta dintre producatori, distribuitori si consumatori.

## **TEHNICI PROMOȚIONALE**

### ***4 puncte credit***

Disciplina are în vedere însușirea conceptelor teoretice și a modalităților practice de desfășurare a activităților promoționale, cunoașterea componentelor și etapelor unui plan de marketing publicitar și implementarea metodelor și tehnicilor promoționale în procesul decizional al firmei.

## **ECONOMETRIE**

### ***5 puncte credit***

Prezentarea și însușirea de către studenți a noțiunilor și conceptelor pe care se bazează construirea, rezolvarea și utilizarea modelelor econometrice, pentru fundamentarea deciziilor (planurilor, programelor, scenariilor de politică economică) la nivel micro și macroeconomic.

## **ENGLEZĂ PENTRU MARKETING II**

### ***3 puncte credit***

Disciplina vizează dezvoltarea deprinderilor de receptionare a unui mesaj scris sau vorbit si de tansmitere a unui mesaj scris sau vorbit in contexte de comunicare economice. Familiarizarea cu uzantele de negociere si comunicare folosite in mediul de afaceri din tarile anglo saxone.

## **PRACTICĂ DE SPECIALITATE**

### ***3 puncte credit***

Are în vedere fixarea cunoștințelor de specialitate, îndeosebi pentru disciplinele prevăzute în planul de învățământ pentru anul II, dezvoltarea unor abilități practice, cunoașterea realității din cadrul firmei (bazei de practică).

## **Traseu 1 – MANAGEMENTUL CALITATII**

### ***4 puncte credit***

Vizează însușirea de către studenți a conceptelor de bază privind managementul calității totale a produselor și serviciilor, formarea unor abilități privind implementarea sistemului calității, certificarea și acreditarea calității, dobândirea unor cunoștințe privind standardizarea ca factor de creștere economică și a unor abilități pentru armonizarea și integrarea reglementărilor cu sistemele europene și internațional în domeniile sociale și economice.



## **Traseu 2 – POLITICI SECTORIALE ALE UNIUNII EUROPENE**

### ***4 puncte credit***

Obiectivele disciplinei vizează descrierea principalelor momente în evoluția integrării europene din perspectiva politicilor sectoriale; aprofundarea, în analitic, a modului în care se pot aplica la nivel sectorial fundamentele conceptuale și instrumentale ale integrării europene. Se va urmări cunoașterea detaliată a reverberațiilor sectoriale ale deciziilor adoptate de către autoritățile naționale și de către organismele comunitare.

## **Traseu 3 – INSTITUȚII DE CREDIT**

### ***4 puncte credit***

Data fiind importanța fenomenelor și proceselor monetare și de credit în contextul economic actual, principalele obiective se concretizează în dobândirea de cunoștințe și competențe specifice sectorului bancar și a altor instituții de credit.

## **Traseu 4 – SISTEME INFORMATICE DE GESTIUNE ERP**

### ***4 puncte credit***

- Instruirea și familiarizarea studenților cu aplicații software în business în contextul întreprinderii moderne al noilor tehnologii informaționale și al fenomenului de globalizare.
- Definirea și aplicarea noilor noțiuni ale sistemelor moderne: întreprindere virtuală, întreprindere inteligentă și FGMS (Future Generation of Manufacturing Systems).
- Cerințele și specificațiile sistemelor ERP.
- Adaptarea sistemelor integrate la cerințe specifice mediului colaborativ.

## **Traseu 5 – ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ ÎN CONTEXT EUROPEAN**

### ***4 puncte credit***

Disciplina are rolul de prezenta condițiile economice cadru, sociale și politico-juridice și de a facilita înțelegerea politicii regionale și ale politicii structurale ale UE. De asemenea, se urmărește familiarizarea studenților cu activitatea celor mai importante instituții europene, conferind totodată, abilități de operare în diferite proceduri decizionale și/sau administrative din cadrul acestora. Studenții dobândesc cunoștințe și competențe specifice în domeniile speciale ale dreptului administrativ și managementului public precum serviciul public, contractele administrative, controlul administrativ, funcția și funcționarul public european, cooperarea administrativă transfrontalieră, teoria și managementul organizației publice, etc., cu accent pe componenta aprofundată, europeană și comparată.

## **Traseu 6 – DREPT ADMINISTRATIV**

### ***4 puncte credit***

Disciplina asigură studenților:

- însușirea conceptelor de bază cu care operează dreptul administrativ;
- cunoașterea aprofundată a principiilor de organizare și funcționare a administrației publice; statutul autorităților administrației publice centrale și locale.
- înțelegerea și interpretarea misiunilor administrației publice în statul de drept, a raporturilor dintre autoritățile care îndeplinesc administrația publică la nivel central și local;
- interpretarea și aplicarea corectă a normelor și principiilor de drept administrative.

## **Traseu 7 – TURISM INTERNAȚIONAL**

### ***4 puncte credit***

Dintre obiectivele disciplinei amintim: dezvoltarea abilităților de antreprenariat în condițiile globalizării; cunoașterea aspectelor metodologice privind dezvoltarea corporațiilor internaționale în turism; cunoașterea implicațiilor globalizării asupra planificării strategice; evidențierea efectelor globalizării turismului; crearea competențelor de dezvoltare a afacerilor multinaționale; identificarea costurilor și beneficiilor globalizării; definirea practicilor de internaționalizare a serviciilor în turism.

## **Traseu 8 – MEDII DE PROGRAMARE - JAVA**

### ***4 puncte credit***

Disciplina asigură studenților:

- posibilitatea de a putea dezvolta aplicații JAVA independente, portabile pe o multitudine de platforme tehnologice;
- posibilitatea de a integra în pagini WEB cele mai moderne și apreciate tipuri de programe și scripturi dedicate (applet), precum și posibilitatea dezvoltării de aplicații pentru practic orice dispozitiv actual din domeniul IT, cum ar fi telefoanele mobile, telefoanele inteligente, PDA-urile etc.

## **MARKETING DIGITAL**

### ***5 puncte credit***

Cursul își propune studierea impactului folosirii Internetului și a altor tehnologii în activitatea de marketing, dar și a importanței activităților de marketing în adoptarea noilor tehnologii. Cursanții vor fi familiarizați cu noțiuni conceptuale și instrumente folosite în deciziile de marketing implicate de evoluțiile dinamice ale mediului de afaceri electronice.

## **MARKETING INTERNAȚIONAL**

### ***4 puncte credit***

Cursul se fundamentează pe cazuistica unor companii naționale, multinaționale și transnaționale care acționează, cu succes, pe piețele internaționale de bunuri materiale și servicii, oferind astfel, alternative strategice pentru agenții economici care abordează problematica marketingului internațional.

## **MARKETINGUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII**

### ***5 puncte credit***

Cursul urmărește familiarizarea studenților cu concentrarea specifică marketingului de relație (RM); învățare aplicare know-how specific menținerii clienților și creșterii loialității acestora, învățare crearea valorii prin relații, asumare, orientare de marketing de relație, operare cu ierarhia piramidala RM – CRM – CM.

## **MANAGEMENT COMERCIAL**

### ***5 puncte credit***

Prin acest curs se urmărește familiarizarea studenților cu o serie de noțiuni orientate spre cunoașterea necesității gestionării eficiente a activității comerciale în scopul obținerii unei eficiențe ridicate a organizației.

## **RELAȚII PUBLICE**

### ***4 puncte credit***

Disciplina are ca obiectiv principal, dobândirea de abilități privind conceperea și implementarea în practică a unei campanii de relații publice; totodată, se urmărește ca studentul să poată oferi și primi, în mod corect, feedback în comunicarea internă și externă și să asigure un dialog eficient cu publicul (mass-media, organizații, agenți economici etc.); disciplina abordează, de asemenea, teme precum: planul unei campanii de relații publice, comunicarea de criză (managementul crizelor, strategii de comunicare, relația cu presa etc.); tehnici specifice activității de relații publice.

## **COMUNICARE DE MARKETING ÎN LIMBA ENGLEZĂ I**

### ***3 puncte credit***

Disciplina urmărește dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrației, dezvoltarea și utilizarea unor stiluri de negociere specifice.

## **Traseu 1 – MANAGEMENT ANTREPRENORIAL**

### ***4 puncte credit***

Urmărește dezvoltarea cunoașterii privind spiritul de întreprinzător, aprofundarea particularităților privind specificul managementului IMM-urilor, dezvoltarea cunoașterii privind modalitatea de finanțare eficientă a IMM-urilor prin fonduri ale UE.

## **Traseu 2 – COMERȚ INTERNAȚIONAL**

### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește oferirea elementelor necesare înțelegerii caracteristicilor definitorii ale schimburilor comerciale inter-țări, crearea sau perfecționarea capacității de identificare a elementelor ce stau la baza relațiilor de schimb, înțelegerea mecanismului de funcționare a Sistemului Comercial Internațional, determinarea și analiza elementelor cu impact major asupra adoptării deciziilor (la nivel bi sau multilateral), în domeniul comerțului internațional, identificarea principalelor provocări cu care se confruntă comerțul internațional contemporan, dezvoltarea capacității studenților de a realiza strategii (viabile) de dezvoltare a comerțului exterior, al nivelului unei țări sau regiuni.

### **Traseu 3 – PIEȚE DE CAPITAL**

#### ***4 puncte credit***

Disciplina își propune prezentarea principalelor piețe financiare, a mecanismelor de funcționare și a produselor financiare, precum și deprinderea tehnicilor investiționale de bază specifice pieței de capital. Obiectivele urmărite în cadrul acestui curs cuprind studiul piețelor de capital intene și internaționale, al burselor de valori și de mărfuri, înțelegerea mecanismelor de funcționare a pieței de capital și a instituțiilor specifice, înțelegerea caracteristicilor principalelor produse financiare tranzactionate pe piețele de capital, însușirea tehnicilor investiționale de bază, precum și elemente fundamentale de analiză tehnică și fundamentală.

### **Traseu 4 – CONTABILITATE INTERNAȚIONALĂ**

#### ***4 puncte credit***

Disciplina își propune formarea unui mod rațional de judecare și înțelegere a ansamblului coerent de componente ale sistemului de contabilitate pentru structurile patrimoniale existente la nivelul societăților comerciale, apelându-se la metodele, principiile și tehnicile de lucru însușite deja de către studenți. Prezentarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară are drept scop recunoașterea structurilor patrimoniale și ale performanțelor financiare, servind funcției de management și analiză. Cursul urmărește expunerea și tratarea principalelor sisteme contabile europene și din SUA.

### **Traseu 5 – TEHNICI DE FINANȚARE ȘI INSTRUMENTE DE PLATĂ**

#### ***4 puncte credit***

Cursul prezintă modul de manifestare și derulare al fluxurilor financiar-monetare în contextul globalizării piețelor financiare, cu accent pe: instituțiile financiare internaționale cu vocație universală, evoluția sistemului monetar internațional, aranjamentele monetare internaționale existente în prezent (ca o alternativă la sistemul monetar internațional), principalele instrumente utilizate pe piețele financiare internaționale, intermedierea financiară și rolul acesteia în derularea fluxurilor financiare internaționale precum și principalele segmente ale pieței financiare internaționale.

### **Traseu 6 – DREPTUL PROPRIETĂȚII INTELLECTUALE**

#### ***4 puncte credit***

Disciplina are în vedere prezentarea principalelor instituții juridice referitoare la: dreptul de autor și drepturile conexe acestuia, mărcile și indicațiile geografice, protecția invențiilor prin brevet, protecția desenelor și modelelor, a topografiilor de circuite integrate, soiuri de plante precum și protecția altor creații intelectuale. Înțelegerea acestor instituții juridice sunt utile în special profesioniștilor (societăți sau persoane fizice) în contextul economiei digitale globalizate.

## **Traseu 7 – RESURSE ȘI DESTINAȚII TURISTICE**

### ***4 puncte credit***

Turismul are un caracter activ și de diversificare, bazat pe existența unui set de motivații și de cerințe ale turiștilor. În derularea activităților turistice se utilizează în mod curent combinațiile dintre diferitele forme de turism pentru a crește atractivitatea și pentru a pune în valoare alături de obiective turistice renumite și altele mai puțin cunoscute. Această tendință se amplifică odată cu dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice, dar mai ales ca urmare a creșterii exigenței turiștilor.

Cunoașterea potențialului cultural, balnear, montan și de litoral din România și din străinătate este principalul obiectiv al cursului de Resurse și destinații turistice. De asemenea, cursul vizează însușirea metodologiei privind atestarea stațiunilor turistice, precum și particularitățile promovării în turism, iar în cadrul seminarului, se elaborează proiecte și studii de caz pentru stațiuni balneare, montane și de litoral și se analizează activitatea turistică dintr-o stațiune.

Cursul își propune să demonstreze că România dispune de resursele necesare dezvoltării turismului cultural, balnear, montan și de litoral, dar că valorificarea lor impune elaborarea unor strategii adecvate în direcția stimulării și promovării acestor forme de călătorie.

## **Traseu 8 – PROIECTAREA APLICAȚIILOR WEB**

### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește asigurarea pregătirii teoretice și practice a studenților pentru proiectarea și realizarea de pagini web, precum și integrarea acestora într-o arhitectură client-server dinamică:

- concepte de bază în mediul web, modelul ISO OSI structurat ca sistem ierarhizat de protocoale;
- limbajul HTML, specificația standard 4.01; utilizarea sa ca limbaj de bază folosit pentru construcția de pagini web;
- prezentarea și utilizarea specificațiilor CSS 2;
- implementarea și utilizarea limbajului JavaScript pentru a se obține diverse efecte video/audio;
- prezentarea de unelte integrate pentru dezvoltare web.

## **BUSINESS TO BUSINESS MARKETING**

### ***5 puncte credit***

Disciplina urmărește transmiterea către cursanți a cunoștințelor de specialitate necesare fundamentării

și elaborării politicilor de marketing industrial, a orientării strategiilor firmelor ce acționează în cadrul pieței organizaționale și a programării activităților firmelor producătoare sau de prestări servicii.

## **MARKETINGUL ORGANIZAȚIILOR NON-PROFIT**

### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a conceptelor teoretico-practice de marketing care pot fi utilizate de organizațiile non-profit la nivel strategic și operațional în vederea eficientizării activității. Cursanților le vor fi prezentate obiective, strategii și instrumente de marketing adaptate și/sau dezvoltate special pentru acest domeniu de activitate.

## **MARKETING FINANCIAR-BANCAR**

### ***5 puncte credit***

Conținutul acestui curs urmărește însușirea de către masteranzi a elementelor fundamentale privind marketingul în domeniul financiar-bancar; sunt abordate instrumentele fundamentale cu privire la planificarea strategică de marketing în domeniul serviciilor-bancare.

## **MARKETINGUL EVENIMENTELOR**

### ***4 puncte credit***

Cursul pune la dispoziția cursanților o serie de concepte și instrumente prin care organizația poate comunica eficient cu diferite categorii de public de interes prin intermediul evenimentelor. Cursanții vor fi familiarizați cu procesul de planificare, dezvoltare și livrare a unui eveniment, fiind implicați efectiv în derularea acestor procese în cadrul unor evenimente reale.

## **STRATEGII MANAGERIALE**

### ***5 puncte credit***

Are în vedere prezentarea fondului principal de cunoștințe privind strategia firmei, oferirea unui cadru teoretico-metodologic integrator privind fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiei firmei, ținând cont de cele mai relevante experiențe sintetizate de literatura și practica de specialitate; formarea studenților o gândire strategică sistemică – anticipativă și prospectivă – și să dezvolte abilitățile acestora, intuiția și creativitatea lor în ceea ce privește elaborarea și implementarea strategiei la nivelul firmei.

## **COMUNICARE DE MARKETING ÎN LIMBA ENGLEZĂ II**

### ***3 puncte credit***

Dobândirea de către studenți a unor competențe legate de comunicarea profesională în activitatea de marketing și publicitate în limba engleză. Realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management/marketing.

## **PROIECTE ECONOMICE – ELABORAREA LUCRĂRII DE LICENȚĂ**

### ***10 puncte credit***

Presupune însușirea abilităților necesare realizării și susținerii lucrării de licență.

### **Traseu 1 – MANAGEMENTUL SERVICIILOR**

#### ***4 puncte credit***

Disciplina Managementul serviciilor permite însușirea de către studenți a aspectelor teoretice și practice a domeniului specializat – sectorul serviciilor.

### **Traseu 2 – POLITICI COMERCIALE**

#### ***4 puncte credit***

Vizează identificarea principalelor cauze care determină desemnarea anumitor sectoare ca fiind strategice, din anumite puncte de vedere, ceea ce determină inclusiv o protejare a acestora din perspectiva politicii comerciale; înțelegerea corelației dintre politica comercială și politica în domeniul concurenței; explicare modului de acțiune a principalelor instrumente de natura tarifară și netarifară, care urmaresc protejarea a economiei naționale; prezentarea modalităților esențiale de promovare și stimularea exporturilor.

### **Traseu 3 – GESTIUNEA RISCULUI**

#### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește să ofere studenților un cadru specific de înțelegere a riscului, să construiască și să consolideze capacitatea studenților de analizare a unei opțiuni de afaceri, din punctul de vedere al riscului implicat și, totodată, să ofere studenților cunoștințele necesare pentru alegerea și utilizarea unor noi instrumente financiare. Principalele teme abordate sunt: bazele teoretice ale riscului internațional, categorii de riscuri internaționale, riscul de țară – element determinant al internaționalizării prin investiții directe, internaționalizarea și riscul de țară, elemente specifice ale riscurilor asociate contractelor comerciale internaționale, necesitatea și evoluția tehnicilor de management al riscului, managementul riscului în afacerile internaționale.

### **Traseu 4 – AUDIT FINANCIAR**

#### ***4 puncte credit***

Disciplina oferă fondul de cunoștințe teoretice și metodologice necesare cunoașterii, în funcție de standardele și practica internațională în domeniu, conceptul de audit, diferitele tipuri de audit financiar, cunoașterea terminologiei folosite în activitatea de audit, conștientizarea rolului social al auditului, cunoașterea modului de abordare a misiunii de audit, însușirea cunoștințelor și deprinderilor pentru a putea face față desfășurării procesului de culegere de probe adecvate pentru misiunea de audit, cunoașterea modului de interpretare a unui raport de audit în funcție de tipul serviciului de

asigurare prestat de firmele de audit.

## **Traseu 5 – LINII DE FINANȚARE EUROPEANĂ ȘI INTERNAȚIONALĂ**

### ***4 puncte credit***

Disciplina are rolul de a furniza studenților informațiile necesare despre liniile de finanțare disponibile atât la nivel European (fonduri europene nerambursabile) cât și la nivel global.

## **Traseu 6 – DREPTUL NEDISCRIMINĂRII**

### ***4 puncte credit***

Disciplina își propune să clarifice noțiuni precum formele discriminării (de jure și de facto), precum și conceptele referitoare la egalitate în drepturi, de șanse, tratament egal, egalitate de rezultat sau protecție egală a legii. De asemenea, în cadrul disciplinei, se fac referiri și la aspecte legate de alte forme ale discriminării, precum: hărțuire, victimizare, discriminare multiplă sau prin asociere.

Totodată, studenții se vor familiariza și cu prevederi adoptate la nivel internațional (Convenția Europeană a Drepturilor Omului) cu referiri clare la punerea în aplicare, la nivel național, a standardelor privind nediscriminarea.

## **Traseu 7 – ECOTURISM ȘI TURISM RURAL**

### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește crearea unui cadru științific și familiarizarea studenților cu conceptele de ecoturism și turism rural; realizarea unei conexiuni între dezvoltarea turismului, mediul înconjurător și beneficiile pe care le pot avea comunitățile rurale de pe urma practicării turismului; conștientizarea studenților în ceea ce privește importanța protecției și conservării mediului înconjurător prin intermediul activităților turistice; identificarea unor concepte și idei cu caracter aplicativ în domeniul turismului durabil.

## **Traseu 8 – REȚELE DE CALCULATOARE ȘI INTERNET**

### ***4 puncte credit***

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a unor concepte fundamentale privind rețelele de calculatoare:

- Modele ale rețelilor de calculatoare. Evoluția rețelilor de calculatoare.
- Standardizarea. Modelul de referință Osi (Open System Interconnection Reference Model).
- Echipamente la nivel fizic, la nivel de legături de date, la nivel de rețea, la nivel de transport.
- Configurarea MS Windows 2008 Server.



## TRASEE EDUCAȚIONALE

Începând din **anul II de studii**, Facultatea de Management-Marketing oferă studenților de la cursurile cu frecvență cu frecvență redusă, posibilitatea să opteze pentru unul dintre următoarele trasee educaționale, în funcție de specializare:

<b>Specializare</b>	<b>Traseu educațional</b>
<b>Management</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing</li> <li>2. Afaceri internaționale</li> <li>3. Finanțe și bănci</li> <li>4. Contabilitate</li> <li>5. Economie europeană</li> <li>6. Drept</li> <li>7. Economia comerțului, turismului și serviciilor</li> <li>8. Informatică</li> </ol>
<b>Marketing</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Management</li> <li>2. Economie internațională</li> <li>3. Finanțe și bănci</li> <li>4. Contabilitate</li> <li>5. Economie europeană</li> <li>6. Drept</li> <li>7. Economia comerțului, turismului și serviciilor</li> <li>8. Informatică</li> </ol>

De precizat faptul că, alegerea unui traseu educațional **impune studierea disciplinelor aferente traseului**. Pentru o mai bună înțelegere a celor afirmate, dăm următoarele exemple de trasee educaționale:

### **a. Traseu – Afaceri internaționale:**

An de studiu	Semestru	Disciplina	Număr puncte credit
II	I	Economia integrării europene	4
II	II	Politici sectoriale ale U.E.	4

III	I	Managementul afacerilor internaționale I	4
III	II	Managementul afacerilor internaționale II	4

**b. Traseu – *Finanțe și bănci:***

<b>An de studiu</b>	<b>Semestru</b>	<b>Disciplina</b>	<b>Număr puncte credit</b>
II	I	Monedă	4
II	II	Instituții de credit	4
III	I	Piețe de capital	4
III	II	Gestiunea riscului	4