



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

## ***GHID DE STUDII***

***Programul de studii universitare de masterat***  
***MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL***  
***ORGANIZAȚIEI***

***ALEGEREA TA, VIITORUL TĂU,***

***ALEGE SĂ FII CEL MAI BUN !***



**FACULTATEA DE**  
**MANAGEMENT-MARKETING**

Bd. Expoziției 1B, București, Sector1,  
Etaj 3 (sala 303)  
Telefon: +40.314.070.334  
e-mail: [mm@rau.ro](mailto:mm@rau.ro)  
web: [www.rau.ro](http://www.rau.ro)

# MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ORGANIZAȚIEI

*Domeniul de studii universitare de masterat acreditat: Management*

*Număr puncte credit transferabile (ECTS): 120*

*Durata studiilor: 2 ani*

*Forma de învățământ: IF*

*Limba de predare: Română*

Programului de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*” are ca misiune dezvoltarea resurselor umane cu competențe în domeniul managementului și marketingului, capabile să gestioneze eficient activitățile unei organizații în cadrul pieței.

Programul de masterat se adresează celor care doresc să se familiarizeze cu multitudinea deciziilor strategice, să-și dezvolte abilități în utilizarea instrumentarului analitic de management și marketing, cu scopul de a lua decizii în condițiile economiei concurențiale.

*Obiectivele programului de studii universitare de masterat „Managementul și Marketingul Organizației” vizează în principal:*

- Formarea unor specialiști capabili să aplice conceptele de management și marketing în condițiile noii economii, să dezvolte strategii, planuri și programe de management și marketing;
- Furnizarea cunoștințelor și exersarea deprinderilor necesare atât satisfacerii cerințelor clienților potențiali ai unei companii, cât și dezvoltării de mijloace care să contracareze acțiunile principalilor competitori ai firmei;
- Însușirea limbajului comun necesar depășirii barierelor de comunicare, ridicate de pregătirea profesională de bază - specifică diferiților specialiști din cadrul unei organizații – și asigurarea unei flexibilități de adaptare crescute a companiei la dinamica macro și micromediului de afaceri. De asemenea se dorește asigurarea unor deprinderi privind proiectarea, dezvoltarea și implementarea unor campanii de comunicare orientare către piața țintă cu maxim de eficacitate;
- Asigurarea, din partea firmei, a premiselor necesare formulării unui răspuns adecvat și prompt la schimbările survenite în factorii-cheie de compoziție ai pieței, în condițiile respectării normelor de deontologie profesională și de etică a afacerilor;
- Formarea unui comportament de afaceri profesionist specialiștilor din domeniul managementului și marketingului;

- Optimizarea activităților practice integrate în ansamblul procesului didactic și dezvoltarea laturii vocaționale a specialiștilor în management și marketing;
- Evidențierea rolului determinant al managerilor cu competențe în marketing, a caracteristicilor sale și multiplelor funcții pe care le exercită în organizația contemporană;
- Axarea problematicii managementului și marketingului pe utilitatea și oportunitatea economică, elemente specifice determinante pentru funcționalitatea și competitivitatea organizațiilor.
- Absolvenții programului de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*” vor avea capacitatea de a practica, la nivel de înaltă competență, activități specifice managementului și marketingului, prin utilizarea cunoștințelor dobândite în procesul formativ, experienței în profesie, calităților psihologice și trăsăturilor de personalitate.

### **COMPETENȚE GENERALE**

- Capacitatea de a proiecta, conduce și executa activități de cercetări în domeniul afacerilor;
- Proiectarea, implementarea și controlul strategiilor de afaceri orientate spre piață la nivelul organizației;
- Gestionarea programelor de marketing derulate la nivelul organizației și la nivel funcțional;
- Capacitatea de a proiecta, coordona, reglementa și controla programe de recrutare, promovare și pregătire a personalului organizației în viziunea marketingului (marketing intern);
- Abilități de negociere cu reprezentanții altor organizații;
- Capacitatea de a coordona o echipă de specialiști;
- Capacitatea de a colabora cu specialiști din alte domenii.

### **COMPETENȚE DE SPECIALITATE**

- Capacitatea de a proiecta, organiza și desfășura cercetări de marketing (cu forțe proprii sau în cooperare cu organizații specializate);
- Capacitatea de a coordona culegerea și prelucrarea de informații de piață, precum și de a le analiza, în vederea fundamentării strategiilor de marketing;
- Capacitatea de a elabora, implementa și controla planuri de marketing pentru diferite orizonturi de timp, care să includă strategii de marketing, tactici de marketing și programe de acțiune;
- Capacitatea de a formula obiective de marketing și de a le promova în interiorul organizației din care face parte;
- Capacitatea de a ajusta politica de marketing a organizației și mixul de marketing în funcție de mutațiile care au loc pe piață;
- Capacitatea de a dezvolta relații de durată și reciproc avantajoase, cu clienții și furnizorii, de a negocia cu aceștia pe baze reciproc avantajoase;

- Capacitatea de a segmenta piața, de a evalua segmentele existente, de a selecta segmentele adecvate pentru organizație și de a poziționa produsele, mărcile și organizația.

### **ABILITĂȚI COGNITIVE SPECIFICE PROFESIEI**

- Capacitate de planificare strategică;
- Capacitatea/abilitatea de a formula obiective strategice;
- Abilitatea de a fundamenta alternative strategice;
- Capacitatea de asumare a responsabilității, capacitatea de a decide;
- Abilitatea de a formula și aplica proceduri de control;
- Abilitatea de a gestiona conflicte la nivel organizațional, abilitatea de a partaja puterea în organizație, abilitatea de a negocia.

### **PERSPECTIVE PROFESIONALE**

Proiectând o curriculă compatibilă la nivel european programul de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*”, asigură absolvenților competențe generale și de specialitate, precum și abilități cognitive în domeniul managementului și marketingului, în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor în Învățământul Superior, cât și cu Cadrul Ocupațiilor din România, compatibilizat la nivel european. Dintre ocupațiile pe care absolvenții programului de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*” le pot deține, enumerăm:

- |  |  |
|--|--|
| • <i>Consilier/expert/referent/economist în management (263101);</i> | • <i>Șef birou marketing (122102);</i>   |
| • <i>Referent de specialitate marketing (243204);</i>                | • <i>Șef departament (111223);</i>   |
| • <i>Brand manager (243207);</i>                                     | • <i>Conducător firmă mică – patron (girant) în afaceri intermediari și alte servicii comerciale (122108);</i> |
| • <i>Specialist în relații publice (243201);</i>                     | • <i>Șef birou aprovizionare - desfacere (132443);</i>   |
| • <i>Specialist marketing (243103);</i>                              | • <i>Manager de zonă (142008);</i>   |
| • <i>Manager de produs (243104);</i>                                 | • <i>Referent în management (263101);</i>  |
| • <i>Manager proiect (242101); Șef serviciu (121901);</i>            | • <i>Director magazin (112021);</i>  |
| • <i>Șef birou (121904);</i>   | • <i>Director vânzări (112018)</i>   |
| • <i>Șef serviciu marketing (122101);</i>                            |  |

### **DISCIPLINE DE STUDIU**

#### **DISCIPLINE OBLIGATORII**

**MANAGEMENT GENERAL** – 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. **6 ECTS**

**MANAGEMENTUL MARKETINGULUI** – Cursul urmărește îmbogățirea cunoștințelor de specialitate ale studenților cu elemente privind modul de încorporare în sistemul de management al firmei a instrumentarului de marketing; Sunt abordate instrumentele de management în relație cu cele de marketing, evidențiindu-se aportul marketingului la dezvoltarea managementului și instrumentele de marketing în relație cu cele de management. **6 ECTS**

**FINANȚELE FIRMEI** – Prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul finanțelor firmei; dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea firmelor bazate pe cunoștințe într-o economie de piață. **6 ECTS**

**CONTABILITATE MANAGERIALĂ** – Dobândirea competențelor privind întocmirea, prezentarea, analiza și interpretarea situațiilor financiare; Însușirea unor instrumente pentru măsurarea și gestiunea performanțelor firmei; Cunoașterea structurilor de costuri și a principalelor metode de calculație asociate; Asimilarea cunoștințelor privind sistemul de bugete al firmei, ca instrument de planificare și control. **6 ECTS**

**INSTRUMENTE SOFTWARE ORGANIZAȚIONALE** – Disciplina urmărește:

- aprofundarea cunoștințelor necesare pentru elaborarea, realizarea și utilizarea unui sistem suport de decizie ca parte a sistemelor de management și tehnologiile informatice asociate acestora;
- însușirea de metode, tehnici și instrumente software pentru realizarea și utilizarea sistemelor de asistare a deciziilor în mecanismul decizional al agenților economici;
- prezentarea, rezolvarea unor probleme de decizie la nivelul agenților economici prin sisteme suport de decizie;
- însușirea modului de lucru cu documentațiile tehnice ale produselor software;
- însușirea modului de lucru cu produsele software pentru fundamentarea procesului decizional.

**6 ECTS**

**METODOLOGII MANAGERIALE** – Prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul sistemului metodologic al firmei; Familiarizarea masteranzilor 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. **6 ECTS**

**MEDIUL INTERNAȚIONAL DE AFACERI** – Înțelegerea principalilor determinanți ai mediului internațional de afaceri la confluență cu provocările globalizării și regionalizării; Surprinderea principalelor aspecte referitoare la transformările apărute la nivelul proceselor economice, fapt care influențează în mod direct procesele de management la nivelul companiilor; Decoltarea capacității de a analiza și înțelege fenomenele cu impact global sau regional și de a adopta deciziile adecvate, într-un mediu de afaceri mai mult sau mai puțin predictibil; Dezbateră axelor care influențează comportamentul economic al managerilor companiilor; Analiza comparativă a determinanților politici, economici, socio-culturali, tehnologici, legali, etici și ambientali ai mediului internațional de afaceri. **6 ECTS**

**MARKETING INTERNAȚIONAL** – Însușirea de către masteranzi a elementelor fundamentale privind marketingul internațional. Sunt abordate noțiunile fundamentale ale marketingului internațional cu scopul de a oferi studenților o viziune de marketing ce depășește granițele unei țări, o viziune internațională și globală. Se urmărește dobândirea de către masteranzi a abilității de a utiliza

cunoștințele însușite prin elaborarea unor strategii de marketing internațional eficiente pentru diverse companii care acționează pe piața globală. **6 ECTS**

**RAPORTĂRI FINANCIARE** – Însușirea conținutului Standardelor internaționale de raportare financiară (IFRS) și Standardelor Internaționale de Contabilitate (IAS) pe domenii (Bilant, Combinari de întreprinderi, Raportare pe segmente, Cont de rezultat etc.); Abordarea comparativa a prevederilor IFRS și USGAAP; Aprofundarea cunoștințelor și dobândirea unui raționament profesional în scopul obținerii unor situații financiare (raportări financiare) utile și credibile atât pentru investitori, cât și pentru celelalte categorii de utilizatori. **6 ECTS**

**PROIECTE I (CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE)** – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind metodologia cercetării științifice în domeniul economic, dezvoltarea capacității creativ-inovative în domeniul managementului organizațional și dezvoltarea abilităților de comunicare și lucru în echipă. **3 ECTS**

**MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE** – Familiarizarea cursanților cu o serie de noțiuni orientate spre cunoașterea necesității gestiunii eficiente a resurselor umane în scopul obținerii unei eficiențe ridicate a organizației; Cursul își propune să formeze și să cultive la fiecare participant capacitatea de a gestiona eficient personalul unei organizații; Utilizarea unui limbaj adecvat, specific managementului strategic și cunoașterea conceptelor de bază ale politicilor și strategiilor aplicate în managementul resurselor umane; Abordarea strategică a problematicii managementului resurselor umane – competență esențială pentru toți managerii și crearea unui nou mod de a gândi și de a percepe fenomenele economice și sociale în care sunt implicate resursele umane. **6 ECTS**

**MARKETING DIGITAL** – 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. **6 ECTS**

**MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENTII** – Masteranzii vor aprofunda cum tratează firmele elementele specifice care conduc complexitatea în CRM și inițiativele relative. Ei vor fi încurajați să vadă CRM în mod holistic prin evaluarea impactului strategic, operational și analitic al inițiativelor CRM asupra rezultatelor de performanță atât pentru firme cât și pentru clienți. Masteranzii se vor acomoda cu noua perspectivă a managerului de marketing (interacțiunea acestuia cu ceilalți membri ai organizației) datorată dezvoltării domeniului tradițional al funcției de marketing ca urmare a necesității coordonării transversale și tehnologiilor integrate. **6 ECTS**

**RESPONSABILITATEA SOCIALĂ A COMPANIILOR** – Înțelegerea responsabilităților pe care le au companiile și decidenții care acționează în cadrul acestora, în contextul actualei societăți; Dezvoltarea abilităților de adoptare a deciziilor în contextul înțelegerii depline a impactului pe care acestea le pot avea din punct de vedere social, etic, moral; Dezvoltarea capacității de înțelegere și soluționare adecvate a unor ”dileme” de tipul: responsabilitatea față de consumator vs calitatea bunurilor/serviciilor vs obținerea de profit; bunăstarea angajaților vs ”bunăstarea” companiei/acționarilor; Identificarea și aprofundarea bunelor practici și a diferitelor standarde în domeniu. **6 ECTS**

**PROIECTE II (CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE)** – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind metodologia cercetării științifice în domeniul economic, dezvoltarea capacității creativ-inovative în domeniul managementului organizațional și dezvoltarea abilităților de comunicare și lucru în echipă. **3 ECTS**

**MANAGEMENT STRATEGIC** – Cursul își propune însușirea de către cursanți a conceptelor de bază privind strategia și managementul strategic; Să ofere un 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; Să formeze cursanților o

gândire strategică sistemică – anticipativă și prospectivă – și să dezvolte abilitățile acestora, intuiția și creativitatea lor în ceea ce privește elaborarea și implementarea strategiei și în general practicarea managementului strategic la nivelul firmei; Definirea acțiunilor manageriale necesare pentru implementarea strategiilor economice la nivelul organizațiilor moderne. **5 ECTS**

### **DISCIPLINE OPȚIONALE**

**MANAGEMENTUL PROIECTELOR** – Cunoașterea și însușirea noțiunii de proiect și a caracteristicilor acestuia. Înțelegerea rolului proiectelor în creșterea eficienței economice. Utilizarea unui limbaj adecvat, specific managementului proiectelor și cunoașterea conceptelor de bază aplicate în activitatea practică a agenților economici. Identificarea elementelor specifice organizării în managementul proiectelor și însușirea noțiunilor teoretice ale modelelor de management al proiectelor; Înțelegerea necesității activităților de control, monitorizare și evaluare a proiectelor. Dobândirea abilităților de utilizare efectivă a elementelor specifice controlului, monitorizării și evaluării proiectelor. **6 ECTS**

**TEHNICI DE PROMOVARE A AFACERILOR INTERNAȚIONALE** – aprofundarea cunoștințelor privind conceptele și instrumentarul specific domeniului activității promoționale, dobândirea abilității de a elabora, organiza și monitoriza desfășurarea unei campanii promoționale. **6 ECTS**

**MARKETING DIRECT** – studierea unui sistem interactiv de marketing ce folosește o paletă largă de medii, pentru a ajunge la consumator, în obținerea unui răspuns măsurabil; studierea managementului relațiilor cu clienții în cadrul global al activității de marketing a organizației. **6 ECTS**

**NEGOCIEREA AFACERILOR INTERNAȚIONALE** – Deprinderea noțiunilor de bază în ceea ce privește pregătirea și organizarea negocierii comerciale; Fixarea unor noțiuni legate de strategii, tehnici și tactici de negociere ; Evidențierea particularităților interculturale presupuse de negocierea internațională de afaceri. **6 ECTS**

**MANAGEMENTUL LOGISTICII ȘI DISTRIBUȚIEI** – Ținta cursului este familiarizarea masteranzilor cu fenomenul de marketing (în creștere rapidă specifică evoluției spectaculoase a mediului canalului de marketing) al logisticii (toate activitățile din lanțul de aprovizionare - livrare) și distribuției; masteranzii vor învăța să facă față confruntării cu formidabila schimbare în sistemele de distribuție, respectiv apariția de noi canale de distribuție care le înghit pe cele existente, conducând (pe acest fond conflictual) costul vânzătorilor. **6 ECTS**

**MANAGEMENTUL SCHIMBĂRII ȘI INOVĂRII** – crearea și dezvoltarea capacității de a înțelege necesitatea schimbărilor organizaționale și inovării ca factor de creștere a competitivității firmelor contemporane. **6 ECTS**

**STRATEGII ȘI POLITICI ANTREPRENORIALE** – crearea și dezvoltarea competențelor privind fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea eficienței strategiilor antreprenoriale. **6 ECTS**

**MANAGEMENT INTERNAȚIONAL** – cunoașterea modului în care diferitele sisteme economice, sociale și culturale influențează atitudinile și comportamentele manageriale, dezvoltarea capacității de a identifica similaritățile și deosebirile dintre sistemele multiculturale și implicit a modului în care acestea influențează managementul strategic al firmei. **6 ECTS**

**PROTOCOL ȘI ETICHETĂ DIPLOMATICĂ ȘI DE AFACERI** – urmărește înțelegerea noțiunilor privind istoria și practica negocierii. Disciplina dezvoltă abilitățile de comunicare diplomatică și capacitatea de a realiza portofoliu de organizare a unui eveniment de protocol. De asemenea, studenții se vor familiariza cu mediul de protocol și ceremonial diplomatic. **6 ECTS**