



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

## **GHID DE STUDII**

*Programul de studii universitare de masterat*

**MARKETING ÎN AFACERI**

***ALEGEREA TA, VIITORUL TĂU,***

***ALEGE SĂ FII CEL MAI BUN !***



**FACULTATEA DE  
MANAGEMENT-MARKETING**

Bd. Expoziției 1B, București, Sector1, Etaj 3

Telefon: +40.372.120.134

e-mail: [mm@rau.ro](mailto:mm@rau.ro)

web: [www.rau.ro](http://www.rau.ro)

# MARKETING ÎN AFACERI

*Domeniul de studii universitare de master acreditat: Marketing*

*Număr puncte credit transferabile (ECTS): 120*

*Durata studiilor: 2 ani*

*Forma de învățământ: IF*

*Limba de predare: Română*

*Pentru a oferi un mediu integrat de învățare și cercetare, Facultatea de Management-Marketing organizează programul de studii universitare de masterat „Marketing în Afaceri” (reprezentând ciclul II al studiilor universitare), cursuri cu frecvență, în domeniul fundamental Științe economice, Domeniul de licență (ciclul I) „Marketing”, Specializarea „Marketing”. Programul de studii universitare de masterat „Marketing în Afaceri” asigură aprofundarea studiilor universitare de licență în domeniul marketing și furnizează masteranzilor competențe profesionale și de cercetare științifică specializate.*

**Misiunea programului de studii universitare de masterat „Marketing în Afaceri”** este de a forma specialiști cu înalte competențe în domeniul activităților specifice de marketing și dobândirea abilităților practice orientate spre inițierea de relații de durată, reciproc avantajoase, cu piața țintă, într-un mediu de afaceri aflat în continuă schimbare. Caracteristica distinctivă a programului de studii universitare de masterat constă în adecvarea curriculei la standardele educaționale naționale și europene, la dinamica și exigențele pieței muncii, având în structura sa discipline de cunoaștere avansată în domeniul marketingului și, în egală măsură, o accentuată componentă de cercetare științifică.

**Obiectivele programului de studii universitare de masterat „Marketing în Afaceri”** vizează în principal:

- Dezvoltarea capacității de abordare interdisciplinară a problemelor din domeniul marketingului afacerilor;
- Cultivarea capacității de concepere, proiectare și realizare a programelor de cercetare în domeniul marketingului la un nivel științific corespunzător studiilor universitare de masterat;
- Optimizarea activităților practice integrate în ansamblul procesului didactic și dezvoltarea laturii vocaționale a specialiștilor în marketing;

- Formarea abilităților de elaborare a unor politici și strategii de marketing la nivelul unor firme, corporații, instituții publice, sau pe sectoare de activitate, formarea unei gândiri sistematice și inovatoare în managementul activităților de marketing;
- Dezvoltarea capacității de investigare a fenomenelor economice de piață prin: analiza raportului dintre cererea și oferta de mărfuri și servicii; identificarea factorilor care influențează fenomenele de piață; cercetarea opiniilor, cerințelor și motivațiilor de cumpărare sau non-cumpărare ale diferitelor segmente de consumatori ș.a.;
- Dezvoltarea capacității de perfecționare în noi domenii ale marketingului, folosirea noilor tehnologii informaționale și comunicaționale pentru culegerea și interpretarea datelor de marketing, folosirea mediului online ca mediu de marketing, diferențiere și poziționare într-o eră a relațiilor etc.;
- Abordarea în viziune sistemică, integratoare, a celor mai importante aspecte implicate de fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea strategiei de marketing a unei firme în contextul internaționalizării activităților, globalizării și trecerii la economia bazată pe cunoaștere;
- Familiarizarea cursanților cu metodologia cercetării științifice, în vederea elaborării unor studii de piață complexe;
- Compatibilizarea modului de gândire strategică și acțiune cu exigențele actuale ale mediului concurențial;
- Evidențierea rolului determinant al oamenilor de marketing în creșterea eficienței organizațiilor, a caracteristicilor acestora și multiplelor funcții pe care le exercită în firma contemporană;
- Formarea profilului etic – profesional al specialiștilor în domeniul marketingului afacerilor;
- Dobândirea de competențe de specialitate și abilități cognitive specifice: capacitatea de adaptare la medii concurențiale aflate în continuă schimbare, capacitatea de proiectare, elaborare și implementare a strategiilor marketing, fundamentarea și implementarea deciziilor manageriale, abilitatea de a lucra în echipă.

Programul urmărește dezvoltarea resurselor umane cu competențe în domeniul marketingului, având drept scop dezvoltarea, evaluarea și implementarea activităților de marketing în medii de afaceri complexe. Ascensiunea marketingului ca domeniu funcțional și strategic al organizațiilor presupune amplificarea capacității managerilor de la diferite niveluri ierarhice de a adopta decizii eficiente. În acest context, programul de studii universitare de masterat este astfel conceput încât să asigure cunoștințe de specialitate segmentelor de candidați vizate, urmărind dezvoltarea abilităților practice în domeniul segmentării, poziționării și dezvoltării de noi afaceri de succes, identificării avantajului competitiv, diversificării gamei de produse și servicii, alocării resurselor firmei, identificării oportunităților de piață, a nevoilor consumatorilor și dezvoltarea strategiilor economice optime.

Absolvenții programului de studii universitare de masterat „Marketing în afaceri” vor avea capacitatea de a practica, la nivel de înaltă competență, activități specifice marketingului, prin utilizarea cunoștințelor dobândite în procesul formativ, experienței în profesie, calităților psihologice și trăsăturilor de personalitate.

***Perspective profesionale:***

- *Manager Marketing*
- *Director de vânzări*
- *Director comercial*
- *Șef birou marketing*
- *Cercetător economist în marketing*
- *Brand manager*
- *Consilier economist în comerț și marketing*
- *Copywriter publicitate (cu studii superioare)*
- *Specialist în relații publice*
- *Manager de produs*
- *Șef departament logistică*
- *Analist preț de revenire/costuri*
- *Responsabil al managementului responsabilității sociale*
- *Șef agenție reclamă publicitară*
- *Art director*
- *Șef birou reclamă publicitară*

**DISCIPLINE DE STUDIU**

***DISCIPLINE OBLIGATORII***

**CERCETĂRI DE MARKETING** – furnizarea de cunoștințe și dezvoltarea abilităților necesare pentru cercetarea informațiilor din mediul intern și extern al firmei moderne, însușirea de către masteranzi a cadrului metodologic de organizare a investigațiilor de piață, însușirea metodelor și tehnicilor de obținere, măsurare, analiză și evaluare a datelor, întocmirea raportului de cercetare. **6 ECTS**

**COMUNICARE INTEGRATĂ DE MARKETING** – cunoașterea metodologiei de fundamentare a strategiei globale specifice comunicațiilor de marketing, aprofundarea tehnicilor de comunicare în marketing, dobândirea abilității de proiectare a strategiei de comunicare la nivelul unei firme dar și analiza activității comunicaționale a unei firme. **6 ECTS**

**MARKETING STRATEGIC** – fundamentarea conceptelor de bază specifice marketingului strategic și aprofundarea tehnicilor de analiză cu care operează agenții economici în vederea realizării obiectivelor de marketing pe care și le-au propus. **6 ECTS**

**MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII** – diseminarea de cunoștințe de specialitate privind CRM, evaluarea impactului strategic, operațional și analitic al CRM asupra performanțelor firmei. **6 ECTS**

**ETICĂ ȘI RESPONSABILITATE CORPORATISTĂ** – studierea principalilor determinanți ai conceptelor de etică/ legalitate/moralitate la nivelul afacerilor internaționale; cunoașterea principalelor reglementari la nivel internațional privind etica în afacerile internaționale precum. **6 ECTS**

**METODE CALITATIVE UTILIZATE ÎN CERCETAREA PIEȚEI** – însușirea modelelor statistico-matematice de analiză a informațiilor de piață; previziunea fenomenelor de piață prin modelare matematică; cunoașterea și aprofundarea metodologiei de fundamentare a planului de marketing folosind subsistemul suport al deciziilor de marketing (SSMD); cunoașterea metodelor de programare și control a activităților de marketing. **5 ECTS**

**MARKETING ȘI AFACERI ONLINE** – prezentarea principalelor concepte, metode și tehnici moderne de analiză, proiectare și exploatare a sistemelor informatice interactive online, stabilirea și prezentarea modelelor de e-business existente, cunoașterea aplicațiilor integrate de e-business de tip ERP, CRM, SCM și e-procurement. **5 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. **5 ECTS**

**ANALIZA DATELOR DE MARKETING FOLOSIND SPSS** – cunoașterea principalelor metodele matematice și statistice de analiza a datelor și informațiilor rezultate din procesul de cercetare a piețelor, prezentând atât procesele teoretice, cât și programul de asistare a analizei S.P.S.S. (Statistical Package for Social Sciences). **5 ECTS**

**METODOLOGIA ȘI ETICA CERCETĂRII** – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind metodologia și etica cercetării științifice în domeniul economic, dezvoltarea capacității creativ-inovative în domeniul managementului organizațional și dezvoltarea abilităților de comunicare și lucru în echipă. **5 ECTS**

**MANAGEMENTUL BRANDULUI** – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind procesul de branding, gestionarea adecvată a sistemului de management al brandului, focalizarea strategică pe nevoile-cheie. **6 ECTS**

**TEHNICI DE PUBLICITATE ȘI CREAȚIE PUBLICITARĂ** – însușirea cunoștințelor de specialitate din domeniul publicității și creației publicitare, cunoașterea metodologiei de elaborare și realizare a unui plan de marketing publicitar. **6 ECTS**

**MANAGEMENTUL LOGISTICII ȘI DISTRIBUȚIEI** – prezentarea cunoștințelor specifice logisticii și distribuției – dimensiuni strategice, relațiile producător-distribuitor-consumator, sisteme suport pentru managementul logisticii, cooperarea logistică-marketing și domeniile majore de

interacțiune, specificul logisticii internaționale, comerț electronic și sisteme informaționale pentru lanțul ofertei. **6 ECTS**

**MARKETING CULTURAL** – aplicarea conceptelor de marketing în domeniul cultural, respectiv cunoașterea particularităților impuse de acest domeniu al serviciilor. În acest sens, având în vedere particularitățile distincte ale acestui domeniu, componentele mix-ului necesită o adaptare corespunzătoare. **6 ECTS**

**PLANIFICARE DE MARKETING** – elementelor fundamentale ale planificării strategice de marketing, dobândirea de abilității pentru elaborarea unor planuri strategice de marketing eficiente. **6 ECTS**

**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. **7 ECTS**

#### ***DISCIPLINE OPȚIONALE***

**MANAGEMENTUL PROIECTELOR** – furnizarea competențelor specifice managementului proiectelor la nivelul firmei, respectiv elaborare, implementare, monitorizare, control și evaluare a eficienței economice. **5 ECTS**

**STRATEGII ȘI POLITICI ANTREPRENORIALE** – crearea și dezvoltarea competențelor privind fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea eficienței strategiilor antreprenoriale. **5 ECTS**

**LEADERSHIP ȘI CULTURĂ ORGANIZAȚIONALĂ** – studiul conceptelor, principiilor, tehnicilor și metodelor specifice leadership-ului și culturii organizaționale, dezvoltarea abilității de a conduce performant o firmă în context multicultural, dezvoltarea unei culturi organizaționale antreprenoriale la confluența dintre management-afaceri-comunicare și psihologie în contextul firmei globale. **5 ECTS**

**STRATEGII COMPETITIVE DE PREȚ** – fundamentarea conceptelor de bază specifice formulării unei strategii eficiente de preț; aprofundarea tehnicilor de analiză și construcție a strategiei de preț; dobândirea de către masteranzi a abilităților de a utiliza cunoștințele însușite în propunerea unor elemente strategice de preț care să ducă la obținerea de avantaje competitive. **6 ECTS**

**NEGOCIAREA 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 AFACERILOR INTERNAȚIONALE** – abordarea celor mai importante aspecte ale desfășurării activităților economice externe – forme de organizare ale comerțului internațional, promovarea afacerilor externe, organizarea negocierilor internaționale, clauzele operațiunilor de export-import, plăți internaționale, operațiuni comerciale combinate și complexe, mecanismul de funcționare a licitațiilor. **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**

**MANAGEMENT STRATEGIC** – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind managementul strategic, dezvoltarea capacității de analiză strategică a firmei, dezvoltarea abilităților necesare pentru adaptarea managementului strategic la specificul organizațiilor de tip economic din diverse sectoare de afaceri, în context multicultural globalizat. **6 ECTS**

**MANAGEMENT COMPARAT** – 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**