

Programul de studii: Marketing
 Disciplina: Microeconomie
 Anul de studii: I
 Grupa: 318
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămă na	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1	Introducere în economie. Microeconomia – subdiviziune a economiei ca știință. Principiile economiei. Activitatea economică și știinta economică.	2		25.10.2025						
	2	Raportul nevoi-resurse. Resursele economice si raționalitatea utilizării lor. Factorii de producție și evoluția lor.	2		25.10.2025						

		Elasticitatea cererii si a ofertei. Oligopol și concurență									
	8										
	9										
	10										
	11										
	12										
	13										
	14										
Sesiune	1										
	2										
	3								09.02.2026	Examen	
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: Marketing
 Disciplina: Matematică aplicată în economie
 Anul de studii: 1
 Grupa: 318
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3	1.Rewiew:Matrici.Determinanti.Sisteme de ecuații liniare. 2.Spatii liniare(vectoriale):definiții,exemple.In dependentă liniara.Baza,dimensiune. Coordonatele unui vector într o baza. 3.Modificarea coordonatelor unui vector la schimbarea bazei.Metode numerice/iterative de rezolvare a sistemelor de ecuații liniare/schimbarea coordonatelor: procedeul Gauss-Jordan.	6								
	4			Studiul naturii unui sistem de vectori. Utilizarea metodei	1.11.2025/ 2						

		Gauss-Jordan pentru determinarea coordonatelor unui vector într-o baza dată.							
5	1.Operatorii liniari:definiții, exemple, operații cu operatori liniari, matricea atașată unui operator liniar. Vectori și valori proprii. 2.Functionale biliniare și patratice:definiții, exemple. Produs scalar, spații Euclidiene. Norma, spații normale. Distanța, spații metrice.	4							
6	1. Review: Șiruri de numere reale. Serii de numere reale, serii numerice remarcabile: geometrică, armonică. Funcții definite pe R: limită, continuitate. 2. Funcții reale de mai multe variabile reale: limită, continuitate. Derivabilitatea funcțiilor de mai multe variabile, derivate parțiale, diferențiabilitate. 3. Extremele funcțiilor de mai multe variabile reale. Decizii optime: optimizare fără restricții (extreme libere).	6							

7			1. Operatori liniari. Matricea asociată operatorului liniar corespunzătoare unor baze F și G . 2. Funcții biliniare. Matricea funcției biliniare corespunzătoare bazelor F și G .	29.11.2025 /4						
8	1. Câmp de evenimente; câmp de probabilitate. Proprietățile funcției probabilitate. Formule probabilistice: reguli de adunare și înmulțire a probabilităților. Probabilități condiționate. 2. Sistem complet de evenimente; formula probabilității totale; formula lui Bayes. 3. Scheme clasice de probabilitate: schema lui Poisson; schema lui Bernoulli; schema hipergeometrică.	6								

	1 3			Calculul unor probabilități folosind formule probabilistice și scheme clasice de probabilitate.	20.01.2025 /3						
	1 4			Variabile aleatoare. Funcții de repartiție. Caracteristici numerice.	17.01.2025 /3						
Sesiune	1									26.01.2026	Examen
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **Marketing**
 Disciplina: **Dreptul afacerilor**
 Anul de studii: I
 Grupa: 318
 Semestrul: 1

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4	Categorii de norme juridice. Clasificarea actelor juridice. Contractul, specie de act juridic	2h								
	5			Conceptul de ”profesionist” și corelarea acestuia cu noțiunea de întreprindere	07.11.2025 /2h						
	6			Organizarea și funcționarea societăților comerciale	14.11.2025 /2h			Tipuri de societăți comerciale. Constituire, regim juridic	4h		
	7			Regimul juridic al persoanei fizice autorizate, al	21.11.2025			Încheierea contractelor comerciale	2h		

				întreprinderii individuale și al întreprinderii familiale							
	8	Raportul juridic în sfera afacerilor – caracteristici Forme de organizare a afacerilor în România	2h					Obligațiile comerciale	2h		
	9							Contractul de vânzare în domeniul afacerilor	2h		
	10							Aspecte procedurale privind reorganizarea și falimentul	2h		
	11										
	12										
	13	Test	2h								
	14										
Sesiune	1									12.02.2026	Examen
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: Marketing
 Disciplina: TEHNOLOGIA APLICAȚIILOR OFFICE
 Anul de studii: I
 Grupa: 318
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1			Arhitectura unui calculator	OCT 2025/ 2						
	2			Sistemul de operare Windows	NOIEMB 2025/2						
	3	Microsoft Word funcțiile speciale în Word (lucrul cu tabele, inserarea, scrierea, modificarea ecuațiilor și a textelor matematice, opțiunea	4								
	4	Mail Merge, crearea automată a unei bibliografii și gestionarea citărilor bibliografice	2				2				

	5					realizare de cerere si cv, scrisoare de intenție realizare de scrisori de afaceri	2				
	6					-realizarea de oferte - oferta turistică , oferte personalizate mail merge	2				
	7	Procesoare de calcul tabelar-Excel -noțiuni de bază elementele interfeței programului de calcul tabelar Excel crearea și gestionarea documentelor fiscale	2								
	8					Procesoare de calcul tabelar – Excel-crearea și gestionarea graficelor și a tabelelor de sinteză PIVOT TABLE	2				
	9	Procesoare de calcul tabelar -	2								

		Excel-funcții matematice și statistice									
	10				Power Point Realizarea de prezentări electronice ,slide-urile interactive; butoanele de navigare; temporizările; animațiile personalizate	2					
	11	Prezentarea Programului Outlook	2								
	12	Rețele si Internet	2								
	13	Combinarea aplicațiilor Office cu Internetul	2								
	14	RECAPITULARE	2								
Sesiune	1										
	2								02.02.2026	Examen	
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

ANEXA B2-IFR

Anul de studii: I

Grupa: 318

Semestrul: I

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

	10			Lucrare de verificare 1	2h						
	11										
	12			Lucrare de verificare 2	2h						
	13										
	14							Monografie contabilă	2h	18.01.2026	TEST
Sesiune examene	1										
	2									05.02.2026	Examen
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: Marketing IFR
 Disciplina: METODE ȘI INSTRUMENTE DE CERCETARE ACADEMICĂ
 Anul de studii: I
 Grupa: 318
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4	Familiarizarea cu noțiunea de cercetare științifică, rolul ei în mediul academic și profesional: Ce înseamnă cercetarea pentru domeniul meu de studiu?	2h								
	5										
	6	Etica în cercetarea academică – plagiat, citare corectă, integritate	2h								

Sesiune	1										
	2										
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: Marketing
 Disciplina: Limba engleză și tehnici de comunicare 1
 Anul de studii: 1
 Grupa: 318
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4										
	5	The Business Environment – introductory notions The Business Environment – further vocabulary and the noun The Communication Revolution – human communication throughout history – old vs. new means	4								

		The Communication Revolution – Internet breakthrough and its impact on tourism activities. Present Simple and Continuous, stative verbs									
	6										
	7	The Communication Revolution – Letter of Opinion. Replying to a newspaper article Company Structure and Legal Status – types of companies and departments Company Structure and Legal Status – Past Simple and Past Continuous Company Structure and Legal Status – working in SMEs as opposed to	4								

		multinationals; business reports									
	8	Jobs and Responsibilities – job security, turnover, incentives, benefits in kind Jobs and Responsibilities – gender stereotypes and bias in leadership positions; Present Perfect Simple and Continuous Jobs and Responsibilities – interview simulation; assessing job candidates as an HR evaluator; cover letter Revision 1. Units 1-4 – Present Simple and Continuous; Past Simple and Continuous; Present	4								

		Perfect Simple and Continuous									
	9			Unit The Different Sectors of the Economy	28.11.2025/2 ore						
	10										
	11			Unit Production/Unit Products	8.12.2025/4 ore						
	12			Unit Logistics/ Unit Quality	18.12.2025/4 ore						
	13	Project presentation	2								
		Test								17.01.2026	Verificare
Sesiune	14			Unit Marketing/ Unit Advertising	22.01.2026/4 ore						
	1										
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

ANEXA B2-IFR

Anul de studii: I

Grupa: 318

Semestrul: I

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

Sesiune examene	11										
	12										
	13										
	14										
	1										
	2										
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**

Disciplina: **Macroeconomie**

Anul de studii: I

Grupa: 318

Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2	Macroeconomia-subdiviziune a economiei ca știință	2								
	3										
	4										
	5										
	6										
	7	• Rezultatele macroeconomice. Venitul, consumul și investițiile Șomajul / Inflația	4								
	8			Piața monetară și de credit	24.04.2026 / 2						
	9										
	10			Piața muncii	10.05.2026 / 2						

	11			Piața financiară	17.05.2026 / 2						
	12	Politici economice / Test	2								
	13										
	14										
Sesiune examene	1									10.06.2026	Examen
	2										
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

ANEXA B2-IFR

Anul de studii: I

Grupa: 318

Semestrul: II

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

	14										
Sesiune examene	1										
	2										
	3										Examen
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Semestrul: II**ANEXA B2-IFR**

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

	13										
	14	Test final	2								
Sesiune examene	1										
	2										E
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**
 Disciplina: **Managementul general al organizației**
 Anul de studii: I
 Grupa: 318
 Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Pe	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3	Management – concept, obiect de studiu, evoluție	2h								
	4										
	5	Procesul de management – identificarea funcțiilor managementului într-un context dat	2h								
	6			Lucrare verificare 1- Sistemul decizional: decizii și decidenți. Tipuri de manageri și stiluri de management	05.04.2026/2h						

	7	Documente de formalizare a structurii organizatorice	2h								
	8						Assignment proiect (I) - Proiectarea sistemului de management al unei organizații economice mici:Descrierea activității și elaborarea documentelor de formalizare a structurii organizatorice a societății comerciale proiectate (organigrama)	4h			
	9			Lucrare verificare 2-sistemul informațional	03.05.2026/2h						
	10			Lucrare verificare 3 Management și leadership în era AI. Impact	10.05.2026/2h						

								obiectului de activitate (cod CAEN) Assignment proiect (III) - Centralizarea deciziilor manageriale adoptate în procesul proiectării sistemului de management al societății comerciale	4h		
	12	Test final	2h								
	13										
	14										
Sesiune examene	1										
	2										E
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**
Disciplina: **Relații economice internaționale**
Anul de studii: 1
Grupa: 318
Semestrul: 2

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

Sesiune examene	1										
	2										
	3									24.06.2026	Examen
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**
 Disciplina: **Inteligența artificială în marketing**
 Anul de studii: I
 Grupa: 318
 Semestrul: 2

Anexa B2 IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	SEMINAR FAȚĂ ÎN FAȚĂ (SF)		SEMINAR ÎN SISTEM TUTORIAL (ST)		LABORATOR (L)		PROIECT (P)		EVALUĂRI (E)	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/nr ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Tipul (E/C/V)
Pregătire curentă	1					Rezolvarea unor probleme din viața reală cu AI	2				
	2					Realizarea schemelor logice ale algoritmilor	2				
	3			I. Elemente introductive privind AI. II. Prezentarea principalelor programe care integrează AI	14.03.2026 2 ore						
	4					Realizarea schemelor logice ale algoritmilor utilizând app.diagrams.net	2				
	5					Realizarea de automatizări pornind de la schema logică a algoritmului, în programul n8n	2				
	6					Realizarea de automatizări utilizând AI, pornind de la schema logică a algoritmului în programul n8n	2				
	7					Realizarea de automatizări (cazuri particulare) utilizând AI, pornind de la schema logică a algoritmului în programul n8n	2				
	8					Realizarea schemelor conceptuale a bazelor de date relaționale	2				

	9			III. Prezentarea principalelor etape de realizare a schemelor logice pentru algoritmi uzuali IV. Prezentarea etapelor de realizare a schemelor conceptuale pentru baze de date relationale	28.03.2026 3 ore						
	10					Exemplificare mod de lucru program de tip ERP si integrarea elementelor de AI – ODOO (modulul Manufacturing)	2				
	11					Exemplificare mod de lucru program de tip CRM – ODOO (modulele CRM si Sales) si integrarea elementelor de AI	2				
	12			V. Prezentarea și modul de lucru al unui produs ERP VI. Prezentarea și modul de lucru al unui produs CRM	23.04.2026 2 ore						
	13										
	14										
Sesiune examen	1									15.06.2026	Examen
	2										
	3										
	4										

E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Asistent,

Programul de studii: Marketing
 Disciplina: Limba engleză și tehnici de comunicare 2
 Anul de studii: 1
 Grupa: 318
 Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematică abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Civ/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3	Money in the Economy – budgets, forms of money; idioms with money; money-related actors and activities Money in the Economy – forms of remuneration, reimbursement, financial aid; Present Perfect versus Past; letter of compliment Revision 1 – Present Perfect Simple and Continuous, Present Perfect versus Past Products and Services – types of products; life cycles; online businesses	4								

4	Products and Services – deliveries, wholesale and retail; Present Perfect and Past Perfect Simple and Continuous; letters of inquiry Sales and World Trade – sale, sales, selling stages and vocabulary Sales and World Trade – international trade; Future tenses; contracts; orders Growth and Development: The Future of Business – current trends and future outcome for businesses; the case of Romania Growth and Development: The Future of Business – ecologist approaches and industry; drawing charts and specific vocabulary Travelling for Business and Leisure –preparations for business travel	6								
5	Travelling for Business and Leisure – cultural awareness	2								

	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: Marketing
Disciplina: **Politici și strategii de marketing**
Anul de studii: II
Grupa: 328
Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI 2025-2026

Perioada	Săptămâna	SEMINAR FAȚĂ ÎN FAȚĂ (SF)		SEMINAR ÎN SISTEM TUTORIAL (ST)		LABORATOR (L)		PROIECT (P)		EVALUĂRI (E)	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/nr ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/C/IV/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4	Mixul de marketing	2								
	5	Analiza ciclului de viață al unui produs	2								
		Extinderea mărcii – studiu de caz	2								
	6			Analiza portofoliului unei firme – aplicație	09.11.2025/2						
	7			Metode de calcul a prețului – aplicație	16.11.2025/2						
	8	Strategia de preț – factori	2								
		Logistica mărfurilor, aplicații	2								

	9			Opțiuni asupra sistemului de distribuție - aplicație	29.11.2025/2						
	10			Planul media aplicație	07.12.2025/2						
	11			Impactul unei campanii de afișaj aplicație	14.12.2025/2						
	12			Proiect – Elaborarea strategiei de piață a unei firme (parțial)	19.12.2025/2						
	13			Proiect – Elaborarea strategiei de piață a unei firme (final)	12.01.2026/2						
	14	Tehnici și mijloace de promovare	2								
		TEST	2								
Sesiune examene	1										
	2										
	3										
	4									12.02.2026	Examen

E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină

Asistent

Programul de studii: Marketing
 Disciplina: Tehnici de studiere a pieței
 Anul de studii: 2
 Grupa: IFR
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1	Introducere în cercetarea de marketing. Tipuri de cercetare.	2	Mini-temă: problemă de cercetare	Săpt. 2 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	2	Formularea obiectivelor și ipotezelor	2	3 obiective + 2 ipoteze	Săpt. 3 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	3	Surse de date. Cercetare calitativă și cantitativă.	2	Ghid interviu (5 întrebări)	Săpt. 4 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	4	Metode calitative: interviu + focus-group	2	Studiu de caz 1 pagină	Săpt. 5 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	5	—	—	Scalare: Likert și semantică	Șăpt. 6 / 2 ore	—	—	—	—	—	—

	6	—	—	Eșantionare: calcul simplu	Săpt. 7 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	7	—	—	Mini- chestionar (6 întrebări)	Săpt. 8 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	8	—	—	Prelucrare inițială date	Săpt. 9 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	9	—	—	Interpretare rezultate (mini- raport)	Săpt. 10 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	10	—	—	Corecturi proiect + feedback	Săpt. 11 / 2 ore	—	—	—	—	—	—
	11	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	12	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	13	Recapitulare	2	—	—	—	—	—	—	—	—
	14	Simulare evaluare	2	—	—	—	—	—	—	—	—
Sesiune examene	1	—	—	—	—	—	—	—	—	Ianuarie 2026	E
	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Semestrul: I

Anexa 2 IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

	8	5.Fidelizarea clienților cu ajutorul tehnicilor de vânzare	2 ore								
	9										
	10			Negocierea în vânzări	20.11.202 5/2 ore						
	11			Caracteristicile unui agent de vânzare	03.12.202 5/2 ore						
	12			Elementele care determină succesul sau eșecul în vânzări	7.12.2025 /2 ore						
	13							Proiect Tehnici de vânzare moderne			
	14	Test final	2 ore								
Sesiune examene	1										
	2									04.02.2026	Examen
	3										
	4										

E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Asistent,

Programul de studii: **MARKETING**

Disciplina: **Statistică**

Anul de studii: II

Grupa: 328

Semestrul: 1

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)			Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Tematica abordată Studiu individual	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1			Introducere în statistică, concepte, rol		2h						
	2			Etapele cercetării statistice, colectarea datelor		2h						
	3			Indicatorii tendinței centrale		2h						
	4			Indicatorii variației și ai asimetriei		2h						
	5	Curs introductiv: Prezentarea disciplinei + Ghidare în învățare <i>Obiectivele și rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale</i>	2h		Tema 1 - Statistică descriptivă	Săptămâna 13						

	<i>Clarificări conceptuale și terminologice fundamentale</i> Sistematizarea datelor statistice. <i>Sistematizarea datelor calitative și numerice (Prezentarea ordonată a datelor sub formă de serii, tabele și grafice.)</i>									
6			Indicatorii variației în colectivitățile împărțite pe grupe (Regula de adunare a dispersiilor).		2h					
7	Aplicații practice în Excel/SPSS Mediile, quantilele și modul; Indicatorii variației, regula de adunare a dispersiilor, indicatorii de formă ai repartiției; Sondajul statistic,	4h		Tema 2- Statistică inferențială Proiect (analiză statistică)	Săptămâna 13 predare online în Teams					

[illegible]

	4											
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**

Disciplina: **Marketing și Mărfuri**

Anul de studii: 2

Grupa: 328

Semestrul: 1

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4	Elementele descriptive ale unei mărfi	2								
	5	Estetica mărfurilor și avantajul competitiv; Metode de dezvoltare de noi produse	4								
	6										
	7			Metode de creativitate utilizate în conturarea de noi idei de produse	16.11.25/2						

	8										
	9			Testarea tehnică și de marketing în cazul noilor produse	29.11.25/2						
	10										
	11			Decizii de marketing aferente mixului de produs	13.12.25/2						
	12										
	13										
	14	Test final	2								
Sesiune examene	1										
	2									02.02.2026	Examen
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

		11. Technology and Communication 12. Revision 1 – Units 1 -5									
	9		Draw up a case study of a company that went global, analyzing challenges, opportunities, benefits, factors of failure and success, suggesting potential alternative paths it could have taken.	05.12.2025 /3							
	10		Make up a file containing a few relevant examples of cultural blunders made by companies in their global expansion.	15.12.2025 /4							
	11		Design a strategy for launching a product on a market of your choice. Describe the product, concept and marketing elements involved.	28.12.2025 /4							
	12		Come up with intrapersonal communication negotiation strategies focusing on positive thinking to overcome culture shock.	17.01.2025 6/3							

Sesiune examene	13	13. Project presentation	4							17.01. 2026	Verifica re
	14	14. Test									
	1										
	2										
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: Marketing
 Disciplina: COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI
 Anul de studii: II
 Grupa:328
 Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	3	Coordonate generale ale comportamentului consumatorului (titular)	2h	-	-	-	-	-	-	-	-
	4	-	-	Factori de influențare a comportamentului consumatorului. Factori psihologici - Studiu de caz	Săpt. 6/2h	-	-	-	-	-	-
	5	-	-	Factori de influențare a comportamentului consumatorului. Factori culturali - Studiu de caz	Săpt. 12/2h	-	-	-	-	-	-

	6	Factori de influențare a comportamentului consumatorului. Factori sociali și factori personali / Procesul decizional de cumpărare. Etape	4h	-	-	-	-	-	-	-
	7			Procesul decizional de cumpărare. Considerente generale – Studiu de caz	Săpt. 13/2h	-	-	-	-	-
	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	12	-	-	-	-	-	Comportamentul de cumpărare. Factori formativi/ Modelul lui Marshall și modelul lui Pavlov/ Modelul lui Marshall și modelul lui Pavlov	6h	-	-
	13	-	-	-	-	-	Comportamentul cumpărătorului organizațional. Elemente	8h	-	-

								formative/ Procesul de cumpărare organizațională/ Tehnici de studiere a comportamentului consumatorului- tehnici calitative și cantitative/Luarea deciziilor de marketing			
	14	Recapitulare finală. Clarificări. Test final seminar (titular)	2h	-	-	-	-	-	-	23/05/2026	Test final seminar (titular)
Sesiune	1	Evaluare finală	-	-	-	-	-	-	-	-	E
	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,
Tudor EDU

Cadru didactic activități aplicative,
Laura Roșca

Programul de studii: **MARKETING**

Disciplina: Marketingul serviciilor

Anul de studii: II

Grupa:328

Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2	Introducere în marketingul serviciilor. Prezentarea disciplinei IFR, obiective, evaluare	2	LV 1: Caracteristicile serviciilor. Diferențe produs–serviciu - Săpt. 3	2						
	3										
	4	Seminar aplicativ: Mixul extins de marketing al serviciilor (7P)	2	LV 2: Modelul SERVUCTION – analiză firmă reală- Săpt. 5	2						
	5										
	6	Seminar aplicativ: Personalul de contact și interacțiunea cu clientul	2	LV 3: SERVQUAL – construcție chestionar - Săpt. 7	2						

Sesiune	7										
	8										
	9										
	10										
	11										
	12										
	13										
	14	Recapitulare finală. Clarificări. Test final seminar	2	–	–	–	–	V – test final		14	Recapitulare finală. Clarificări. Test final seminar
	1										Examen
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: MARKETING
 Disciplina: DISTRIBUȚIE ȘI MERCHANDISING
 Anul de studii: II
 Grupa: 328
 Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămână	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3	SCM, Distribuție; integrare merchandising în SC.	2					Chestionar/ Aplicație	7		
	4										
	5										
	6										
	7										
	8										
	9										
	10										
	11										
	12			Mecanica planificării de merchandising; integrare digitală; integrarea inteligenței artificiale (IA/AI) și	10			Aplicații privind merchandising visual	7		

				strategia de merchandising digital; e-commerce merchandising; merch. vizual, incl. în RE (AR și VR); AI, date și tehnologie. Gen Z și rolul Agentic AI în călătoria cumpărătorului.							
	13	Test final	2								
	14										
Sesiune	1										E
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,
Prof. univ. dr. Theodor Valentin Purcărea

Cadru didactic activități aplicative,
Asist. univ. dr. Ioan Matei Purcărea

ANEXA B2-IFR

Anul de studii: II

Grupa: 328

Semestrul: II

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

	8			Lucrare de verificare 1: Relațiile publice – studii de caz	2 h/ termen 19.04						
	9										
	10			Lucrare de verificare 2: Brand, branding, rebranding – studii de caz	2 h/ termen 10.05						
	11										
	12			Proiect – Targuri, expozitii, sponsorizari	2 h/ termen 23.05						
	13										
	14										
Sesiune examene	1										
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**

Disciplina: **Econometrie**

Anul de studii: II

Grupa: 328

Semestrul: 2

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1	Aplicații la calculul probabilistic: Formule	2	Aplicatii conform temei							
	2	Aplicații la Variabile aleatoare; caracteristici numerice ale variabilelor aleatoare	2	Aplicatii conform temei							
	3	Aplicații la calculul probabilistic: scheme clasice de probabilitate	2	Aplicatii conform temei							
	4	Aplicații la repartiții clasice de probabilitate	2	Aplicatii conform temei							

		(discrete, continue)										
	5	Aplicații la teoria selecției - repartiții de selecție; media de selecție	2	Aplicatii conform temei								
	6	Aplicații la teoria selecției - repartiții de selecție; media de selecție	2	Aplicatii conform temei								
	7	Aplicații la teoria selecției – estimatii punctuale, intervale de incredere	2	Aplicatii conform temei		Observatie dirijata						
	8	Aplicații la teoriei testării ipotezelor statistice	2	Aplicatii conform temei								

	9	Aplicații la modelul unifactorial de regresie liniară – lansare proiect	2	Aplicatii conform temei		Observatie dirijata		Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2		
	10	Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2	Aplicatii conform temei		Aplicatii pe computer		Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2		
	11	Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2	Aplicatii conform temei		Aplicatii pe computer		Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2		

	12	Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2	Aplicatii conform temei		Aplicatii pe computer			2		
	13	Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2	Aplicatii conform temei		Diverse software			2		
	14	Aplicații la modelul unifactorial deregresie liniară – exemplificare lucruproiect cu un software specializat	2	Aplicatii conform temei					2		

Sesiune examene	1										Examen
	2										
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**
 Disciplina: **Engleză pentru marketing II**
 Anul de studii: II
 Grupa: 328
 Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2	1. Successful Business; Success Stories – case studies 2. Why do mobile games fail when going global? 3. Virtual Marketing 4. The virtual world of shopping	8								
	3			Draw up a detailed case study of a successful mobile game/online business that then failed with subsequent editions/after, pointing out the mistakes and potential improvements in the approach.	29.03.2026 /3						
	4	5. Ethics in Business 6. Being Ethical Pays Off; Pepsi AM	8								

		7. Project Management; Inspired projects lead to success 8. Project management communication									
5		9. Customer Service 10. Successful Customer Service Stories 11. Culture and Communication in Business 12. Revision 1 – Units 1 -5	8								
6				Pick two brands and compare the measures and steps taken to ensure sustainability and for CSR (corporate social responsibility).	19.04.2026 /4						
7				Make up the profile of an ideal manager adapted for a particular business, connecting her/his features with certain aspects of the business.	03.05.2026 /4						
8				Present a concrete problem and how the customer service representative should handle the situation. You can use a role-play scenario	10.05.2026 6/3						

				(customer services rep-customer).							
	9										
	10										
	11										
	12	13. Project presentation 14. Test	4						24.05. 2026	V	
	13										
	14										
Sesiune examene	1										
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: MARKETING
 Disciplina: MARKETING DIGITAL
 Anul de studii: III
 Grupa: 334
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4										
	5										
	6					Provocările și oportunitățile mediului digital: piețe digitale, afaceri online, inteligență artificială, noi tehnologii	2				
	7										
	8										
	9										
	10					Particularități ale mixului de marketing digital	2				

	11					Formularea și implementarea strategiei de marketing digital. Instrumente digitale folosite în marketing a organizației	4				
	12					Realizarea și implementarea campaniilor de marketing digital folosind instrumente și platforme de simulare dedicate. Evaluarea campaniilor de marketing digital	4				
	13										
	14					Test	2				
Sesiune	1										
	2									29.01.2026	Examen
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: MARKETING
 Disciplina: Marketing Internațional
 Anul de studii: III
 Grupa:334
 Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4	Produsul și prețul în marketingul internațional	2								
	5										
	6	Promovarea în marketingul internațional Distribuția în marketingul internațional	2 2								
	7										
	8										
	9			Hayman Island – strategia de promovare	29.11.2025/2						
	10										
	11			Disney – cazul Franței	13.12.2025/2						

Sesiune examene	12			Strategia de plasare a unui produs pe piața internațională	20.12.2025/2						
	13	Test final	2								
	14										
	1										
	2										
	3									11.02.2026	Examen
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**
 Disciplina: **Marketingul Organizațiilor Non-profit**
 Anul de studii: 3
 Grupa: 334
 Semestrul: 1

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4	Elementele definiției ale conceptului de marketing în domeniul non-profit și modele de studiere a comportamentului consumatorului utilizate în domeniul non-profit	2								
	5										
	6										
	7			Culegerea și utilizarea datelor de marketing	16.11.25/2						

Sesiune examen				în domeniul non-profit							
	8										
	9			Decizii de marketing în cadrul politicii de produs în domeniul non-profit	29.11.25/2						
	10			Stabilirea prețurilor de către organizațiile non-profit	06.12.25/2						
	11	Facilitarea opțiunilor comportamentale de către organizațiile non- profit; Politica de comunicare în domeniul nonprofit	4								
	12										
	13										
	14	Test final	2								
	1										
	2								09.02.2026	Examen	
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

ANEXA B2-IFR[illegible]

	11			Managamentul vanzarilor: impactul cifrei de afaceri, cotei de piata si al rentabilitatii comerciale	14.12.2025 2h						
	12										
	13	17.01.2026 Test	2h								
	14			23.01.2026 Managementul produsului si rolul agentului de vanzari	2h						
Sesiune examen	1									26.01.2026	Examen
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Semestrul: I

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

	8										
	9										
	10			Gestionarea unei crize de imagine	20.11.202 5/2 ore						
	11			Campanii de comunicare în mediul digital	03.12.202 5/2 ore						
	12			Etică și responsabili tate în relațiile publice	7.12.2025 /2 ore						
	13							Proiect – 14 Elaborarea unei campanii de PR			
	14	Test final	2 ore								
Sesiune examen	1										
	2									04.02.2026	Examen
	3										
	4										

E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Asistent,

Programul de studii: Marketing

Disciplina: Corespondență de afaceri în limba engleză 1

Anul de studii: 3

Grupa: 334

Semestrul: I

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2										
	3										
	4										
	5	Challenges of going global, Cultural barriers on international Markets, Cultural barriers on international markets , Edward Hall's Model of Culture Culture shock in business	4								
	6			Brand image and culture	2						

[illegible]

	2										
	3										
	4									13.02.2026	Examen

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: MARKETING
 Disciplina: BUSINESS TO BUSINESS MARKETING
 Anul de studii: III
 Grupa: 334
 Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2	Evoluții înregistrate în marketingul B2B; Diferențe între marketingul B2B și marketingul B2C (business-to-consumer). Aplicabilitatea neuromarketingului în demersul de înțelegere a cererii derivate	2 ore								
	3	Mediul de marketing al companiei- mediul intern și mediul extern; Cercetarea de piață în context B2B	2 ore								

		Comportamentul de cumpărare organizațional-elemente definitorii; Comportamentul de cumpărare organizațional-procesul decizional de cumpărare	2 ore								
	4			Lucrare de verificare nr.1: Evoluții înregistrate în marketingul B2B; Diferențe între marketingul B2B și marketingul B2C (business-to-consumer). Aplicabilitatea neuromarketingului în demersul de înțelegere a cererii derivate	22.03.2026/ 2 ore						
	5			Lucrare de verificare nr. 2.: Mediul de marketing al companiei- mediul intern și mediul extern; Cercetarea	29.03.2026/ 2 ore						

			de piață în context B2B							
6			Lucrare de verificare nr. 3.: Comportamentul de cumpărare organizațional-procesul decizional de cumpărare	05.04.2026/ 2 ore						
7										
8										
9							Segmentarea, țintirea și poziționarea pe piața B2B-elemente definitorii Segmentarea, țintirea și poziționarea pe piața B2B-criterii de segmentare	4 ore		
10							Strategia de piață-particularități în context B2B; Managementul bunurilor și serviciilor pe piețele B2B; Strategii de	2 ore 4 ore 4ore		

								preț pe piețele B2B; Comunicarea de marketing în context B2B	2ore		
	11										
	12										
	13	Test final	2 ore								
	14										
Sesiune	1										E
	2										
	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**
Disciplina: **Managementul Relațiilor cu Clienții**
Anul de studii:
Grupa: 334
Semestrul: 2

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

[illegible]

[illegible]

	3										
	4										

Legendă: **E** – examen, **C** – colocviu, **V** – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: MARKETING
 Disciplina: Marketing Financiar Bancar
 Anul de studii: III
 Grupa:334
 Semestrul: II

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămă na	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2	Produsul și prețul în marketingul financiar bancar	2								
	3	Promovarea în marketingul financiar bancar	2								
	4	Distribuția în marketingul financiar bancar	2								
	5			Comportamentul consumatorului de produse și servicii financiar bancare	28.03.2026/2						
	6			Percepția consumatorului asupra riscului produselor financiar bancar	04.04.2026/2						
	7										
	8			Strategia de	25.04.2026/2						

				plasare a unui nou produs financiar bancar							
	9										
	10										
	11	Test final	2								
	12										
	13										
	14										
Sesiune examene	1										
	2									E	
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

ANEXA B2-IFR[illegible]

	8										
	9										
	10										
	11										
	12										
	13										
	14	Eficiența social media în marketingul evenimentelor. TEST Final	2 2								
Sesiune	1									12.06.2026	E
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**

Disciplina: **Strategii manageriale**

Anul de studii: III

Grupa: 334

Semestrul: 2

ANEXA B2-IFR

CALENDARUL DISCIPLINEI

Pe	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr . ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrar e de laborat or	Nr . ore	Tematica abordată	Nr . ore	Data	Forma (E/Clv/ V)
Pregătire curentă	1										
	2	Prezentare a obiectivelor seminarului, conținutul activității, criteriilor de evaluare. Despre strategie și importanța formulării acesteia în cadrul societăților comerciale .	2h								

3	Strategia – component e, determina nți, tipologie	2h								
4										
5										
6	Etapele specifice procesului decizional strategic	2h								
7										
8										
9										
10			Lucrarea de verificare nr. 1 – Studii de caz: Analiza mediului intern al firmei si Evaluarea profilului/forței competitiv(e) a firmei.	10.05.2026/4h			Analiza mediului intern al firmei si Evaluarea profilului/forței competitiv(e) a firmei.	4h		
11			Lucrarea de verificare nr. 2 – Studii de caz: Analiza mediului extern si Redactarea declarației de misiune și identificarea formelor de comunicare a acesteia în interiorul și exteriorul firmei Lucrarea de verificare nr. 3 - Soluționarea unui caz managerial complex – de evaluare a strategiei unei societăți comerciale/universitate/inst	16.05.2026/4h 17.05.2026/6h			Analiza mediului extern, declarației de misiune și identificarea formelor de comunicare a acesteia în interiorul și exteriorul firmei Soluționarea cazurilor manageriale complexe – de evaluare a strategiei unei societăți comerciale/universitate/instiție publică, din	4h 6h		

				ituție publică, din perspectivă științifică (fundamentare, elaborare, obiective strategice, program de implementare, calitatea planurilor operaționale anuale, analiza efectelor implementării, avantaj competitiv, analiză comparativă indicatori economici și manageriali înainte și după implementare.				perspectivă științifică (fundamentare, elaborare, obiective strategice, program de implementare, calitatea planurilor operaționale anuale, analiza efectelor implementării, avantaj competitiv, analiză comparativă indicatori economici și manageriali înainte și după implementare. Predare proiect: „Fundamentarea si elaborarea unei strategii pe termen scurt al unei societati comerciale mici”			
	1 2	Test de evaluare a cunostintel or	2h								
	1 3										
	1 4										
Sesiune	1									08.06.2026	Examen
	2										
	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,

Programul de studii: **MARKETING**

ANEXA B2-IFR

Disciplina: **Comunicare de marketing în limba engleză 2**

Anul de studii: III

Grupa: 334

Semestrul: 2

CALENDARUL DISCIPLINEI

Perioada	Săptămâna	Seminar față în față (SF)		Seminar în sistem tutorat (ST)		Laborator (L)		Proiect (P)		EVALUĂRI	
		Tematica abordată	Nr. ore	Teme de control	Termen de predare/ nr.ore	Lucrare de laborator	Nr. ore	Tematica abordată	Nr. ore	Data	Forma (E/Clv/V)
Pregătire curentă	1										
	2	1. Foundations of Integrated Marketing Communication 2. Integrated Marketing Communication – tools and channels	4								
	3	3. Designing and Measuring IMC Campaigns 4. Understanding the Consumer – the Psychological Core	4								
	4	5. Social, Cultural and Practical	12								

		Applications of Consumer Behavior 6. Advertising Fundamentals and Strategy 7. Creative and Ethical Aspects of Advertising 8. Fundamentals of Market and Marketing Research 9. The Essence of Global Leadership – Communication skills 10. Fundamentals of Persuasion in Marketing									
5		11. Oral and Written Communication Skills – practical activities on presentation platforms: PPT, Canva, Flipsnack, etc. 12. Final Revision	4								

	6										
	7										
	8			Analyze an Integrated Marketing Communication Campaign of Your Choice	19.04.2026/4						
	9			Evaluate the Effectiveness of IMC Tools and Channels Used by a Brand	03.05.2026/4						
	10			Consumer Decision-Making Process Analysis for a Selected Product	10.05.2026/3						
	11			Global Leadership Communication: Challenges and Best Practices Develop and Deliver a Professional Marketing Presentation (PPT/Canva/Flip snack)	17.05.2026/3						
	12	13. Project Presentation 14. Test	4								
	13										
	14										
	1										
	2										
Sesiune	3										
	4										

Legendă: E – examen, C – colocviu, V – verificare pe parcurs

Coordonator de disciplină,

Cadru didactic activități aplicative,