

MINISTERUL EDUCAȚIEI  
UNIVERSITATEA „1 DECEMBRIE 1918” DIN ALBA IULIA  
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE  
DEPARTAMENTUL DE ADMINISTRAREA AFACERILOR ȘI MARKETING



Aprobat

RECTOR

Prof.univ.dr. Breaz Daniel Valer

## PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Domeniul: **MARKETING**

Program de studiu: **MARKETING ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRILOR**

Forma de învățământ: **STUDII DE MASTER**

Forma de învățământ: **ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ**

Diploma acordată: **DIPLOMA DE MASTER**

Tip master: **PROFESIONAL**

Durata studiilor: **2 ani (4 semestre)**

Valabil începând cu anul universitar **2022/2023**

### I. MISIUNEA PROGRAMULUI DE MASTER

Misiunea programului Marketing și Promovarea Vânzărilor constă în a furniza cunoștințele, aptitudinile și atitudinile pentru crearea competențelor necesare formării profesioniștilor în domeniul marketingului, publicității și promovării vânzărilor, astfel încât aceștia să fie capabili să dezvolte și implementeze strategii de marketing eficiente pentru companii din diverse domenii de activitate și să planifice și coordoneze campanii promoționale de succes.

Programul de studii *Marketing și Promovarea Vânzărilor* a fost înscris în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) cu următoarele coduri: 243207 Brand manager, 243210 Organizator târguri și expoziții, 243216 Analist servicii client.

Există Compatibilitate cu Standardul internațional al ocupațiilor (ISCO-08) și există concordanță între rezultatele așteptate ale programelor de studiu și Cadrul European al Calificărilor precum și descrierile din portalul ESCO (<https://ec.europa.eu/esco/portal/home>). Grupa ISCO 08: 243 - Sales, marketing and public relations professionals: 2431 Advertising and marketing professionals: specialist advertising, specialist marketing, analist cercetare piață. Astfel se regăsesc toate cele trei calificări, cu aceeași denumire: 2431.4 Brand manager; 2431.7 Manager relații cu clienții; 3332 Organizator evenimente și conferințe

### II. OBIECTIVELE PROGRAMULUI DE MASTERAT



Rector

Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan

Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament

Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania

### **Obiective generale:**

1. Formarea de specialiști în marketing pregătiți să își asume roluri manageriale, înzestrați cu competențe necesare conducerii activității de marketing în cadrul organizației;
2. Formarea de specialiști în marketing pregătiți să ia decizii în organizații în contextul dinamicii pieței românești, europene și mondiale;
3. Dezvoltarea competențelor de cercetare științifică economică, centrată pe domeniul Marketing;
4. Asigurarea unui nivel înalt de pregătire a masteranzilor, formarea de specialiști în domeniile marketingului și adaptarea continuă a acestei forme de educație la necesitățile reale ale pieței muncii din România și Uniunea Europeană și compatibilizarea programelor de studii cu cele din centre universitare din țară și străinătate;
5. Sprijinirea integrării absolvenților pe piața muncii, în organizații și comunități;
6. Promovează principii, valori și bune practici ale marketingului ca domeniu al cunoașterii și practicii economice și sociale.

### **Obiective specifice:**

#### **1. În domeniul *activității didactice:***

- Transmiterea către masteranzi a cunoștințelor de specialitate, specifice domeniului marketingului strategic;
- Dezvoltarea și aplicarea de concepte, teorii, metode, tehnici, instrumente și modele de bune practici din domeniul marketingului strategic;
- Definirea, explicarea și aplicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing online;
- Definirea conceptelor și descrierea politicilor mixului de marketing online;
- Însușirea de către studenți a conceptului de management al relației cu clienții (MRC) și a elementelor fundamentale ale teoriei și practicii MRC;
- Furnizarea către studenți a principalelor informații legate de conceptul de management de brand;
- Dobândirea de cunoștințe de specialitate privind organizarea manifestărilor promoționale, precum și abilităților necesare utilizării instrumentelor specific domeniului;
- Însușirea bazelor conceptual-metodologice și aplicativ-experimentale privitoare la strategia de marketing în scopul acumulării de cunoștințe necesare specialiștilor ce lucrează în acest domeniu și a fundamentării planului strategic de marketing.

#### **2. În domeniul *activității de cercetare:***

- Asigurarea unui cadru optim de studiu și cercetare pentru masteranzi, prin oferirea de cursuri și lucrări aplicative de înaltă ținută academică, precum și printr-o bază materială și de documentare adecvată;
- Stimularea cercetării științifice în domeniul marketingului și a mediului economic și social românesc, european și mondial;
- Atragerea masteranzilor în programele de cercetare ale Departamentului de Administrarea Afacerilor și Marketing;
- Valorificarea rezultatelor cercetării masteranzilor și a cadrelor didactice implicate, prin publicarea acestora în reviste de specialitate și prin participarea la manifestări științifice.

#### **3. În domeniul *activității de pregătire profesională practică:***

Rector

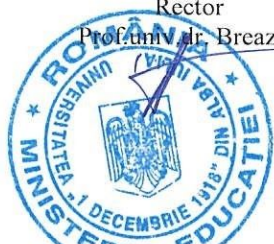
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan

Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament

Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania





- Aplicarea în cadrul companiilor a cunoștințelor de specialitate dobândite în cadrul orelor de pregătire didactică;
- Analiza activității din cadrul departamentului servicii clienți și analiza managementului relațiilor cu clienții desfășurat în companii;
- Participarea la dezvoltarea unei campanii promoționale/publicitare și la construirea bugetului aferent acesteia;
- Identificarea metodelor de promovare on-line a companiei;
- Crearea cadrului de conexiune a programului de master cu piața muncii, prin activitățile de practică de specialitate și prin stagiul de elaborare a lucrării de disertație.
- Dezvoltarea de parteneriate pentru realizarea unei comunități de indivizi și organizații din mediul de afaceri economic românesc și european care își doresc să-și dezvolte competențe și abilități de marketing.

### III. COMPETENȚELE VIZATE DE PROGRAMUL DE MASTER

#### Competențe profesionale:

C1 Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și metodelor fundamentale de investigare și prospectare specifice marketingului;

C2 Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații cantitative și calitative referitoare la o problemă definită;

C3 Analizarea factorilor interni și externi ai organizațiilor

C4 Integrează strategiile de marketing în piața globală

C5 Utilizarea tehnologiei informatice moderne pentru tehnoredactarea de lucrări științifice în domeniul marketingului, procesarea de informații și accesarea de baze de date specifice activității din diferitele structuri organizaționale;

C6 Comunicarea verbală și scrisă în scop profesional în cel puțin o limbă de circulație internațională;

C7 Organizarea de evenimente și alte activități promoționale din categoria relațiilor publice;

C8 Proiectarea fazelor și etapelor unei cercetări de marketing cantitative și calitative;

C9 Design web;

C10 Capacitatea de a organiza campanii promoționale;

C11 Organizarea de campanii publicitare și crearea unui media plan;

C12 Organizarea de manifestări promoționale (târguri și expoziții);

C13 Desfășurarea de interviuri de cercetare;

C14 Fundamentarea, conceperea și implementarea de strategii ale managementului portofoliului de brand în cadrul unei entități;

C15 Realizarea de cercetări aprofundate de marketing folosind metode tehnici și instrumente de specialitate în mediul online și offline;

C16 Realizează auditul de marketing;

C17 Desfășurarea de activități de cercetare strategică;

C18 Fundamentarea, operaționalizarea, controlul și evaluarea strategiilor de marketing în mediul online;

C19 Culegerea, prelucrarea și analiza de informații privind interacțiunea mediu extern-întreprindere/organizație;

C20 Proiectarea și gestiunea forțelor de vânzare;

C21 Elaborarea de strategii de marketing;



Rector  
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan  
Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament  
Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania

3

C22 Utilizarea corectă a conceptelor, metodologiilor a instrumentelor de marketing și comunicare în cadrul organizațiilor;

C23 Proiectarea sistemelor de marketing și de cercetări de marketing în domeniul cunoașterii clienților și managementul relațiilor cu clienții, monitorizării concurenților relația cu stakeholderii, comunicării de marketing a companiei, managementul mărcii, fundamentării strategiilor și politicilor de marketing;

C24 Fundamentarea strategiilor de comunicare integrată de marketing, operaționalizarea, controlul și evaluarea planurilor strategice de comunicare de marketing;

C25 Cunoașterea conceptelor de bază în domeniul comunicării de marketing și aprofundarea tehnicilor de comunicare, publicitate, promovarea vânzărilor, forțele de vânzare în vederea atingerii obiectivelor comunicaționale și a obiectivelor de marketing propuse în planurile de marketing.

### **Competențe transversale**

CT1 Dezvoltarea mecanismelor logice și de analiză cognitivă necesare managementului marketingului;

CT2 Integrarea contextuală a aspectelor marketingului în cadrul dinamicii actuale a economiei;

CT3 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;

CT4 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată, inclusiv în cadrul rețelelor de cercetare științifică economică și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;

CT5 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare;

CT6 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice marketingului;

CT7 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice promovării vânzărilor;

CT8 Capacitatea de a valorifica eficient resursele și tehnicile de învățare pentru propria dezvoltare;

CT9 Capacitatea de a identifica oportunitățile de formare continuă;

CT10 Capacitatea de a lucra independent și/sau în echipă, de a identifica soluții pentru rezolvarea de probleme și spețe specifice domeniului organizării de evenimente;

CT11 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;

CT12 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de vânzări;

## **IV. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE MASTER**

Număr de credite la disciplinele obligatorii și opționale 120, din care:

a) la disciplinele obligatorii: 98 din care:

- la disciplinele fundamentale: 22

- la disciplinele de specialitate/din domeniu: 76

- la disciplinele complementare: -

b) la disciplinele opționale 22, din care:



Rector  
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan  
Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament  
Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania

- la disciplinele fundamentale: 8
- la disciplinele de specialitate/din domeniu: 8
- la disciplinele complementare: 6

c) 120 de credite și 10 credite pentru disertație  
Prezentarea și susținerea examenului de disertație: 10



Rector  
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan  
Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament  
Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania

5



**V. STRUCTURA PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT**  
**Anul I – 2022-2023 Semestrul I**

Nr. crt.	Denumirea disciplinei/ Codul disciplinei	SEMESTRUL I					NUMĂR DE ORE			
		ORE SĂPTĂMÂNĂ			Forma de verificare	Număr de credite	Total	C	S/ Lab	Proiect
		C	S/ Lab	Proiecte						
<b>I. DISCIPLINE OBLIGATORII DO</b>										
<b>I.1. Discipline de specialitate/domeniu DS/DD</b>										
1	Psihologia consumatorului – MPV 111	1	1	-	E	8	28	14	14	-
2	Metode și modele în marketing MPV 112	2	2	-	E	8	56	28	28	-
<b>Total discipline obligatorii</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>2E</b>	<b>16</b>	<b>84</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>-</b>
<b>II. DISCIPLINE OPȚIONALE DA</b>										
<b>II.1. Discipline fundamentale/DF</b>										
3	Calitatea și securitatea mărfurilor MPV 113.1	2	2	-	C	8	56	28	28	-
	Mercelologie nealimentară MPV 113.2									
	Comportament organizațional MPV 113.3									
<b>Total discipline opționale</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1C</b>	<b>8</b>	<b>56</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>-</b>
<b>II.2. Discipline complementare DC</b>										
4	Comunicare de afaceri în Limba engleză MPV 114.1	-	2	-	C	6	28	-	28	-
	Comunicare de afaceri în Limba franceză MPV 114.2									
<b>Total complementare și opționale</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>1C</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>28</b>	<b>-</b>
<b>Total parcurs obligatoriu de studiu</b>		<b>5</b>	<b>7</b>	<b>-</b>	<b>2E+2C</b>	<b>30</b>	<b>168</b>	<b>70</b>	<b>98</b>	<b>-</b>

**Anul I – 2022-2023 Semestrul II**

Nr. crt.	Denumirea disciplinei/ Codul disciplinei	SEMESTRUL II					NUMĂR DE ORE			
		ORE SĂPTĂMÂNĂ			Forma de verificare	Număr de credite	Total	C	S/ Lab	Proiect
		C	S/ Lab	Proiecte						
<b>I. DISCIPLINE OBLIGATORII DO</b>										
<b>I.1. Discipline fundamentale DF</b>										
1	Cercetări calitative – MPV 121	2	1	-	C	7	42	28	14	-
2	Managementul portofoliului de brand – MPV 122	2	2	-	E	8	56	28	28	-
<b>I.2. Discipline de specialitate/domeniu DS/DD</b>										
3	Audit de marketing – MPV 123	2	1	-	E	7	42	28	14	-
<b>Total discipline obligatorii</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>2E+1C</b>	<b>22</b>	<b>140</b>	<b>84</b>	<b>56</b>	<b>-</b>
<b>II. DISCIPLINE OPȚIONALE DA</b>										
<b>II.1. Discipline fundamentale DF</b>										
4	Gestiunea forțelor de vânzare – MPV 124.1/	2	2	-	E	8	56	28	28	-
	Tehnici de vânzare – MPV 124.2									
<b>Total discipline opționale</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1E</b>	<b>8</b>	<b>56</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>-</b>
<b>Total parcurs obligatoriu de studiu</b>		<b>8</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>3E+1C</b>	<b>30</b>	<b>196</b>	<b>112</b>	<b>84</b>	<b>-</b>



Rector  
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan  
Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament  
Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania

6

E- examen C – coloeviu, C- Curs, S- Seminar, Lab – Laborator, AI- Activități individuale

### Anul II – 2023-2024 Semestrul I

Nr. crt.	Denumirea disciplinei/ Codul disciplinei	SEMESTRUL I					NUMĂR DE ORE			
		ORE SĂPTĂMÂNĂ			Forma de verificare	Număr de credite	Total	C	S/ Lab	Proiect
		C	S/ Lab	Proiecte						
<b>I. DISCIPLINE OBLIGATORII DO</b>										
<b>I.1. Discipline de specialitate/domeniu DS/DD</b>										
1	Marketing strategic – MPV 211	2	2	-	E	8	56	28	28	-
2	Publicitate și planificare media – MPV 212	2	2	-	E	8	56	28	28	-
3	Content Marketing MPV 213	2	2	-	E	7	28	14	14	-
4	Managementul relației cu clienții MPV 214	2	2	-	E	7	56	28	28	-
<b>Total parcurs obligatoriu de studiu</b>		<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>4E</b>	<b>30</b>	<b>196</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>-</b>

### Anul II – 2023-2024 Semestrul II

Nr. crt.	Denumirea disciplinei / Codul disciplinei	SEMESTRUL II					NUMĂR DE ORE			
		ORE SĂPTĂMÂNĂ			Forma de verificare	Număr de credite	Total	C	S/ Lab	Proiect
		C	S/ Lab	Proiecte						
<b>I. DISCIPLINE OBLIGATORII DO</b>										
<b>I.1. Discipline de specialitate/domeniu DS/DD</b>										
1	Organizarea campaniilor promoționale – MPV 221	2	2	-	E	7	56	28	28	-
2	Marketing online MPV 222	2	2	-	E	7	56	28	28	-
3	Practica – MPV 223	-	-	6	C	3	84	-	-	84
4	Elaborarea lucrării de disertație – MPV 224	-	-	4	C	10	56	-	-	56
5	Etică și integritate academică. Metodologia cercetării științifice economice – MPV 225	2	-	-	E	3	28	28	-	-
<b>Total parcurs obligatoriu de studiu</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>3E+2C</b>	<b>30</b>	<b>280</b>	<b>84</b>	<b>56</b>	<b>140</b>

E- examen C - coloeviu

C- Curs, S- Seminar, Lab – Laborator, AI- Activități individuale



Rector  
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan  
Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament  
Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania



## VI. STRUCTURA ORELOR DE ACTIVITATE DIDACTICĂ DUPĂ CONȚINUTUL DISCIPLINELOR DE STUDIU

DISCIPLINE OBLIGATORII ȘI OPȚIONALE <i>ore pe săptămână</i>	An I Sem 1	An I Sem 2	An II Sem 1	An II Sem 2	Total	Procent
<i>Discipline fundamentale</i>	4	11	-	-	15	25%
<i>Discipline din domeniu / de specialitate</i>	9	3	14	18	44	72%
<i>Discipline complementare</i>	2	-	-	-	2	3%
<b>TOTAL DISCIPLINE OBLIGATORII ȘI OPȚIONALE – ore pe săptămână</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>61</b>	<b>100%</b>

## VII. STRUCTURA DISCIPLINELOR CONȚINUTE DE PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT – DISCIPLINE DE APROFUNDARE ȘI DISCIPLINE DE SINTEZĂ

DISCIPLINE	Număr de discipline	Procent
<i>Discipline de aprofundare</i>	9	53%
<i>Discipline de sinteză</i>	8	47%
<b>TOTAL DISCIPLINE</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

## VIII. DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚILOR (ÎN NUMĂR DE SĂPTĂMÂNI):

Ani de studiu	Activități didactice		Sesiuni de examene			Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Toamnă	Iarnă	Primăvară	Vară
I	14	14	3	3	2	2	1	12
II	14	18	3	3	1	2	1	-
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>32</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>12</b>

## IX. NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ. STATISTICI DISCIPLINE

*Numărul orelor pe săptămână:*

Semestrul I					Semestrul II					Semestrul III					Semestrul IV					
C	S	L	P	Total	C	S	L	P	Total	C	S	L	P	Total	C	S	L	P	Total	
6	8	-	-	14	8	6	-	-	14	7	7	-	-	14	6	2	-	-	10	18

Raportul dintre orele de prelegeri și cele de activități aplicative (seminarii, laboratoare, proiecte) =  $C/(S+L+P) = 378 / 462 = 0,818$

Raportul dintre activități aplicative (seminarii, laboratoare, proiecte) și cursuri (S+L+P)/C =  $462 / 378 = 1,22$

## X. MODULUL PSIHOPEDAGOGIC

Modulul Psihopedagogic reprezintă ofertă curriculară facultativă, al cărui plan de învățământ se regăsește anexat planului de învățământ al specializării.



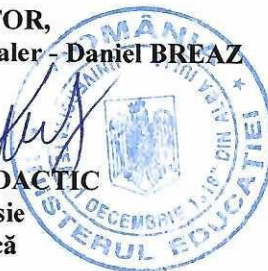
Reactor  
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan  
Prof.univ.dr. Topor Ioan Dan

Director de Departament  
Lect.univ.dr. Maican Silvia - Ștefania



RECTOR,  
Prof.univ.dr. Valer - Daniel BREAZ



**PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT**  
**al DEPARTAMENTULUI PENTRU PREGĂTIREA PERSONALULUI DIDACTIC**  
**pentru programul de studii psihopedagogice de 30 de credite de extensie**  
**pentru Nivelul II (aprofundare) de certificare pentru profesia didactică**

Valabil începând cu anul universitar 2022-2023

Cod disciplină	Discipline de învățământ	Perioada de studiu a disciplinei			Număr de ore pe săptămână		Total ore			Forme de evaluare	Număr de credite
		Anul	Semestrul	Număr de săptămâni	C	A	C	A	Total		
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Discipline de pregătire psihopedagogică fundamentală (obligatorii)</b>											
MP2 1202	Psihopedagogia adolescenților, tinerilor și adulților	I	2	14	2	1	28	14	42	E	5
MP2 1101	Proiectarea și managementul programelor educaționale	I	1	14	2	1	28	14	42	E	5
<b>Discipline de pregătire didactică și practică de specialitate (obligatorii)</b>											
MP2 2304	Didactica domeniului și dezvoltări în didactica specializării (învățământ liceal, postliceal, după caz)* - Marketing	II	3	14	2	1	28	14	42	E	5
MP2 2406	Practică pedagogică (în învățământul liceal, postliceal după caz)* - Marketing	II	4	14	-	3	-	42	42	C	5
<b>Discipline opționale (se aleg 2 discipline)</b>											
MP2 1203	<b>Pachet opțional 1 (se alege o disciplină):</b> - Comunicare educațională - Consiliere și orientare - Metodologia cercetării educaționale - Educație integrată	I	2	14	1	2	14	28	42	E	5
MP2 2305	<b>Pachet opțional 2 (se alege o disciplină):</b> - Sociologia educației - Managementul organizației școlare - Educație interculturală - Doctrină pedagogice contemporane	II	3	14	1	2	14	28	42	E	5
<b>TOTAL - Nivelul II</b>		-	-	-	-	-	112	140	252	5E+1C	30
<b>Examen de absolvire, Nivelul II</b>		II	4	-	-	-	-	-	-	E	5

\* La disciplinele "Didactica domeniului" și "Practică pedagogică" se va completa obligatoriu precizând explicit domeniul conform art. 12, alin.4 din OMEN 4.129/16.07.2018

C = Cursuri, A = Activități aplicative (seminarii, laboratoare, practică)

**Precizări:**

1. Planul de învățământ este aprobat prin OMEN nr. 3.850 / 02.05.2017, Anexa nr. 3 și OMEN nr. 4.129 / 16.07.2018.

DECAN,  
CONF. UNIV. DR. BĂRBULET GABRIEL DAN

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,  
CONF. UNIV. DR. TODOR IOANA CRISTINA