



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

I. DESCRIEREA SINTETICĂ A PROGRAMULUI DE STUDII

Denumirea programului de studii: **MARKETING**

Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE ECONOMICE**

Domeniul de licență: **MARKETING**

Titlul absolventului: **Licențiat în științe economice**

Durata studiilor: **3 ani, 6 semestre, 180 de credite**

Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (ÎF)**

Finalizarea studiilor: **Examen de licență**

Calificări/opportunități¹:

243103 Specialist marketing,

243101 Art director publicitate,

243104 Manager de produs.

Cod ESCO: **2431 - Specialiști în publicitate și marketing**

Acces în ciclul de masterat: **Marketing și Promovarea Vânzărilor**

Valabil începând cu anul universitar: 2024-2025

II. MISIUNE, OBIECTIVE ȘI REZULTATE ALE PROGRAMULUI DE STUDII

II.1. Misiune

Programul de licență Marketing se adresează absolvenților ciclului superior al învățământului preuniversitar liceal și își propune să pregătească în plan științific și practic specialiști în marketing atât pentru companiile cu scop lucrativ, cât și pentru cele din sectorul non-profit. Absolvenții acestui program vor fi în măsură să culegă, prelucreze și analizeze informațiile de marketing, să elaboreze un plan de marketing să formuleze și implementeze strategii și politici de marketing pentru companii din diverse domenii. Absolvenții acestei specializări pot profesa ca: Referent de marketing, Analist de date, Director departament de marketing, Manager de produs, Brand manager, Operator de interviu, Moderator Focus Group, Moderator interviu în profunzime etc.

II.2. Obiectiv general și obiective specifice

Obiective generale:

- asigurarea unei pregătiri de specialiști în domeniul marketing, în acord cu direcțiile actuale și de perspectivă în contextul actual, al teoriei și practicii curriculum-ului, al tehnologiei informației și comunicării, al proiectării și evaluării în condiții de calitate și eficiență a procesului de învățământ;
- realizarea unui învățământ formativ, modern, centrat pe studenți și orientat pragmatic spre nevoile reale ale școlii românești, în contextul unei Uniuni Europene largite;
- organizarea de programe de studii în sfera formării continue și perfecționării în carieră, pentru domeniul marketing, potrivit cerințelor unui învățământ modern și eficient;
- conectarea învățământului cu cercetarea științifică, antrenarea studenților în elaborarea de studii pe teme actuale ale domeniului marketing;
- realizarea de programe de cercetare în marketing orientate spre temele fundamentale și spre prioritățile actuale ale dezvoltării proceselor și sistemelor economice și ale integrării europene a programelor de pregătire profesională și orientare în carieră.

Obiective specifice:

a. În domeniul *activității didactice*:

- transmiterea către studenți a cunoștințelor de specialitate, specifice domeniilor abordate, aprofundarea și

¹ Ocupații conform CQR înscrise în RNCIS pentru programul de studii al UAB.

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel

Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia



1/16

completarea cunoștințelor dobândite anterior, necesare obținerii unui grad adecvat de calificare, așa încât absolvenții să fie capabili să acționeze și în funcții decizionale;

b) formarea de deprinderi și abilități, care să permită absolvenților aplicarea cunoștințelor și realizarea de activități profesionale în domeniul marketing;

c) formarea la nivel individual, de competențe profesionale și transversale specifice domeniului marketing, dobândirea cunoștințelor de specialitate fundamentale într-un sistem operațional care să asigure studenților competența profesională;

d) formarea studenților pentru lucru în echipă.

b. În domeniul *activității de cercetare*:

a) asigurarea unui cadru optim de studiu și cercetare pentru studenți, prin oferirea de cursuri și lucrări aplicative de înaltă ținută academică, precum și printr-o bogată bază materială și de documentare;

b) atragerea studenților în programele de cercetare specifice domeniului marketing;

c) valorificarea rezultatelor cercetării studenților și a cadrelor didactice implicate, prin publicarea acestora în reviste de specialitate și participarea la manifestări științifice;

d) valorificarea rezultatelor cercetării în contextul socio-economic și dezvoltarea caracterului aplicativ al acestora.

c. În domeniul *activității de pregătire continuă*: atragerea în cadrul procesului de învățământ a practicienilor cu o recunoscută competență și experiență.

III. COMPETENȚE VIZATE DE PROGRAMUL DE STUDII

Competențe/rezultate ale programului de studii (ESCO):

R1/C1 **Planifică obiectivele pe termen mediu și lung.** Planifică obiectivele pe termen lung și obiectivele pe termen scurt prin planificare eficace pe termen mediu și procese de reconciliere.

R2/C2 **Implementează strategii de marketing.** Implementează strategii care vizează promovarea unui anumit produs sau serviciu, utilizând strategii de marketing elaborate.

R3/C3 **Efectuează cercetare de piață.** Culege, evaluează și reprezintă date privind piața-țintă și clienții pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiile de fezabilitate. Identifică tendințele pieței.

R4/C4 **Identifică nevoile clienților.** Utilizează întrebări adecvate și ascultarea activă pentru a identifica așteptările, dorințele și cerințele clienților în funcție de produse și servicii.

R5/C5 **Utilizează tehnici de comunicare.** Aplică tehnici de comunicare care le permit interlocutorilor să se înțeleagă reciproc mai bine și să realizeze o comunicare corectă în transmiterea mesajelor.

R6/C6 **Coordonează campanii publicitare.** Organizează modul de acțiune pentru promovarea unui produs sau serviciu; supraveghează producerea de anunțuri publicitare televizate, din ziare și din reviste, sugerează pachete de corespondență, campanii prin e-mail, site-uri, standuri și alte canale de promovare.

R7/C7 **Elaborează strategii de marketing.** Stabilește obiectivul strategiei de marketing, fie că este vorba de stabilirea unei imagini, de punerea în aplicare a unei strategii de stabilire a prețurilor sau de sensibilizarea publicului cu privire la produs. Stabilește abordări ale acțiunilor de marketing pentru a se asigura că obiectivele sunt atinse în mod eficient și pe termen lung.

R8/C8 **Realizează analize de date.** Culege date și statistici în vederea testării și evaluării pentru a genera afirmații și previziuni de tipare, cu scopul de a descoperi informații utile în procesul de decizie.

R9/C9 **Elaborează catalogul de produse.** Autorizează și creează articole în legătura cu livrarea unui catalog de produse centralizat; face recomandări în procesul de dezvoltare ulterioară a catalogului.

R10/C10 **Elaborează statistici financiare.** Examinează și analizează datele financiare individuale și cele referitoare la societate pentru a elabora rapoarte sau înregistrări statistice.

R11/C11 **Identifică piețe potențiale pentru societăți.** Observă și analizează rezultatele cercetării de piață pentru a determina piețele promițătoare și profitabile. Ține seama de avantajul specific al firmei și îl asociază cu piețele de pe care lipsește această propunere de valoare.

R12/C12 **Analizează factorii interni ai societăților.** Cercetează și înțelege diferiți factori interni care influențează funcționarea întreprinderilor, cum ar fi cultura, fundația strategică, produsele, prețurile și resursele sale disponibile.

R13/C13 **Analizează tendințe economice.** Analizează evoluțiile comerțului național sau internațional, ale relațiilor de afaceri și ale sectorului bancar, precum și evoluțiile finanțelor publice și modul în care acești factori interacționează într-un context economic dat.

R14/C14 **Stabilește strategii de formare a prețurilor.** Aplică metodele utilizate pentru stabilirea valorii produsului luând în considerare condițiile pieței, acțiunile concurenței, costurile de producție și altele.

R15/C15 **Înțelege terminologia financiar-bancară.** Înțelege semnificația conceptelor financiare de bază și a termenilor utilizați în companii și instituții sau organizații financiare.

R16/C16 **Administrează contracte.** Negociază termenele, condițiile, costurile și alte specificații ale unui contract, asigurându-se, în același timp, că respectă cerințele legale și sunt executorii din punct de vedere legal. Supraveghează executarea contractului, convine asupra oricăror modificări și le documentează în conformitate cu orice limitări legale.

R17/C17 **Aplică strategii de marketing aferent platformelor de comunicare socială.** Utilizează traficul pe platformele de comunicare socială, cum ar fi Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter și altele, pentru a atrage atenția și participarea clienților existenți și potențiali prin intermediul forumurilor de discuții, al registrelor de site-uri, al micro blogurilor și al comunităților sociale în vederea obținerii unei imagini de ansamblu și a unei înțelegeri rapide a temelor și a opiniilor de pe rețeaua socială și gestionează noutăți sau solicitări.

R18/C18 **Elaborează campanii de marketing.** Elaborează o metodă de promovare a unui produs prin diferite canale, cum ar fi televiziunea, radioul, platformele de creare materiale pentru tipărire (Canva) și platformele online și platformele de comunicare socială, cu scopul de a comunica și de a oferi valoare clienților.

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Iuliana
2/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Silvia

- R19/C19 **Aplică competențe de calcul numeric.** Utilizează raționamentul și pune în aplicare concepte numerice și calcule simple sau complexe.
- R20/C20 **Analizează date.** Analizează, transformă și modelează date pentru a descoperi informații utile și a sprijini procesul de decizie.
- R21/C21 **Gestionează personalul.** Gestionează angajații și subordonații, lucrând în echipă sau individual, pentru a maximiza performanța și contribuția acestora.
- R22/C22 **Deține competențe informatice.** Utilizează în mod eficient computerele, echipamentele informatice și tehnologia modernă.
- R23/C23 **Vorbește mai multe limbi străine.** Stăpânește limbi străine pentru a putea comunica într-una sau mai multe limbi străine.

Competențe transversale (ESCO)

- R24/CT1 **Dă dovadă de auto-reflecție.** Analizează în mod eficace, regulat și sistematic propriile acțiuni, performanțe și atitudini și face ajustările necesare, căutând oportunități de dezvoltare profesională pentru a elimina lacunele în materie de cunoștințe și practici în domeniile identificate.
- R25/CT2 **Demonstrează spirit antreprenorial.** Dezvoltă, organizează și gestionează o întreprindere proprie, identificând și urmărind oportunitățile și mobilizând resursele, ținând cont de perspectiva unei rentabilități. Dă dovadă de o atitudine proactivă și de hotărâre pentru a reuși în afaceri.
- R26/CT3 **Lucrează în echipe.** Lucrează cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și partea lui în serviciul întregului.
- R27/CT4 **Utilizează software de comunicare și colaborare.** Utilizează instrumente și tehnologii digitale simple pentru a comunica, a interacționa și a colabora cu ceilalți.

IV. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE LICENȚĂ

Număr de credite la disciplinele obligatorii: 180 credite și 6 credite pentru disciplina Educație fizică;

Număr de credite la disciplinele fundamentale: 61 credite

Număr de credite la disciplinele opționale: 8 credite

Număr de credite la examenul de licență: 10 credite

- Proba 1. Evaluarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate: 5 credite

- Proba 2. Prezentarea și susținerea lucrării de licență: 5 credite

Discipline obligatorii necreditate: -

V. STRUCTURA ANILOR UNIVERSITARI (în număr de săptămâni)

Ani de studiu	Activități didactice		Sesiuni de examene			Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Restanțe	Iarnă	Intersemestrială	Vară
I	14	14	3	3	2	2	1	12
II	14	14	3	3	2	2	1	12
III	14	14	3	3	1	2	1	-
TOTAL	42	42	9	9	5	6	3	24

VI. NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ (parcurs obligatoriu)

ANI DE STUDIU	Semestrul I					Semestrul II				
	C	S	L	CP	TOTAL	C	S	L	CP	TOTAL
I	10	9	1	-	20	10	10	-	4	24
II	14	11	-	-	25	10	10	-	6	26
III	12	11	-	-	23	10	10	-	4	24
TOTAL	36	32			68	30	44			74

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Iuliana Cenar
3/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Silvia Maican

VII. CONDIȚII DE PROMOVARE

Ani de studiu	Număr de credite la disciplinele									
	Obligatorii	Opționale	Total	Domeniu	Fundamentale	Specialitate	Complementare	Total	Facultative	Obligatorii necreditate ²
I	60	-		60	-					6
II	54	6	60	30	8	16	6	60		
III	51	9	60	30	24	6				
TOTAL	165	15	180	90	32	22	6	60		6

VIII. MODUL DE ALEGERE A DISCIPLINELOR OPȚIONALE³

Nr. crt.	Disciplinele ⁴ din pachetul opțional	Anul	Semestrul	Nr. credite	Ponderea creditelor
1	MK 215.1, MK 215.2, MK 215.3	II	I	3	1%
2	MK 216.1, MK 216.2	II	I	3	1%
5	MK 316.1, MK 316.2, MK 316.3	III	I	5	16%
6	MK 323.1, MK 323.2	III	II	4	13 %
TOTAL				9	5 %

IX. EXAMENUL DE LICENȚĂ

Perioada de elaborare a lucrării de licență: **semestrele 5 - 6**

Perioada de definitivare a lucrării de licență: **semestrul 6 , 2 săptămâni**

Perioada de susținere a examenului de licență: **iunie – iulie, septembrie, februarie**

Examenul de licență: **10 de credite**, din care:

- Proba de cunoștințe fundamentale și de specialitate: **5 de credite**
- Prezentarea și susținerea lucrării de licență: **5 de credite**

Modulul psihopedagogic reprezintă ofertă curriculară facultativă, a cărei plan de învățământ se regăsește anexat planului de învățământ al specializării.

² Disciplinele sunt desemnate prin coduri

³ Disciplinele sunt desemnate prin coduri

⁴ Disciplinele sunt desemnate prin coduri

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Iuliana

4/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Silvia

X. STRUCTURA PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Nr. crt.	Codul disciplinei	ANUL UNIVERSITAR 2024-2025 ANUL I DE STUDIU DISCIPLINE	Tipul disciplinei	Număr de ore de activități de învățare										Forme de evaluare	Număr de credite
				Activități didactice colective						Activități individuale pe semestru					
				Curs	Seminar	Laborator	Curs practic	Total pe săptămână	Total pe semestru	Pregătire tematică disciplină	Pregătire aplicativă disciplină	Total activități individuale	Total ore pe semestru		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
SEMESTRUL I															
DISCIPLINE OBLIGATORII															
01	MK 111	Microeconomie	DF	2	1	-	-	3	42	55	28	83	125	E	5
02	MK 112	Matematică aplicată în economie	DF	2	2	-	-	4	56	62	32	94	150	E	6
03	MK 113	Dreptul afacerilor	DF	2	-	-	-	2	28	44	28	72	100	E	4
04	MK 114	Contabilitate	DF	2	1	-	-	3	42	55	28	83	125	E	5
05	MK 115	Informatică	DF	1	-	1	-	2	28	52	20	72	100	C	4
06	MK 116	Psihologie	DF	1	1	-	-	2	28	31	16	47	75	Vp	3
07	MK 117.1	Limbă engleză	DF	-	2	-	-	2	28	31	16	47	75	Vp	3
	MK 117.2	Limbă franceză													
	MK 117.3	Limbă germană													
08	MK 118	Educație fizică	DC	-	2	-	-	2	28	47	-	47	75	C ⁵	3 ⁶
Total parcurs obligatoriu de studiu				10	9	1		20	280	377	168	545	825	4E+ 1C +2V p+1 C*	30+ 3*

⁵ Se acordă calificativ: Admis/Respins.

⁶ Numărul de credite aferent disciplinei Educație fizică nu se ia în calcul la numărul de credite total pentru disciplinele obligatorii.

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

5/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Nr. crt.	Codul disciplinei	ANUL UNIVERSITAR 2024-2025 ANUL I DE STUDIU DISCIPLINE	Tipul disciplinei	Număr de ore de activități de învățare												Forme de evaluare	Număr de credite
				Activități didactice colective						Activități individuale pe semestru							
				Curs	Seminar	Laborator	Curs practic	Total săptămână	Total pe semestru	Pregătire tematică	Pregătire aplicații	Total ore activități individuale	Total ore pe semestru				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
SEMESTRUL II																	
DISCIPLINE OBLIGATORII																	
01	MK 121	Management	DF	2	1	-	-	3	42	43	40	83	125	E	5		
02	MK 122	Statistică	DF	2	1	-	-	3	42	43	40	83	125	E	5		
03	MK 123	Macroeconomie	DF	2	1	-	-	3	42	43	40	83	125	E	5		
04	MK 124	Marketing	DF	2	2	-	-	4	56	39	30	69	125	E	5		
05	MK 125.1	Limba engleză	DF	-	2	-	-	2	28	31	16	47	75	Vp	3		
	MK 125.2	Limba franceză															
	MK 125.3	Limba germană															
06	MK 126	Practică I ⁷	DD	-	-	-	4	4	56	-	19	19	75	C	3		
07	MK 127	Comunicare și relații publice în afaceri ⁷	DD	2	1	-	-	3	42	30	28	58	100	E	4		
08	MK 128	Educație fizică	DC	-	2	-	-	2	28	47	-	47	75	C ⁸	3 ⁹		
Total parcurs obligatoriu de studiu					10	10	-	4	24	336	276	213	489	825	4E+ 1C +2V p+1 C*	30 +3 *	
TOTAL PE AN UNIVERSITAR				Parcurs obligatoriu					44	616	653	381	1034	1650	8E+ 2C+ 4Vp +2C*	60 +6 *	
				Parcurs facultativ					-	-	-	-	-	-	-	-	-
				Total general					44	616	653	381	1034	1650	8E+ 2C+ 4Vp +1C +1C*	60 +6 *	

⁴ Prescurtări folosite în tabele: Tipul disciplinei: Forme de evaluare: E-examen, C-colocviu, Vp verificare pe parcurs, A/R-admis/respins.

⁵ Tipul disciplinei: F –fundamentală, S – de specialitate, C-complementară, DDOl – discipline disponibile conform opțiunilor instituției.

⁶ 3 credite sunt acordate pentru Practică.

⁷ Disciplina Comunicare și relații publice în afaceri reprezintă o variantă similară disciplinelor Comunicări integrate de marketing și Relații publice din standardele ARACIS aferente domeniului și specializării Marketing. Această variantă a titlului disciplinei a fost adoptată pentru compatibilizarea planurilor de învățământ și cuplarea cursului cu cel de la specializările Administrarea afacerilor și Economia comerțului, turismului și serviciilor.

⁸ Se acordă calificativ Admis/Respins.

⁹ Numarul de credite aferent disciplinei Educație fizică nu se ia în calcul la numărul de credite total pentru disciplinele obligatorii.

¹⁰ DR – discipline relevante pentru pregătirea în domeniu disponibile

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Iuliana Cenar
6/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Silvia Maican

Nr. crt.	Codul disciplinei	ANUL UNIVERSITAR 2025-2026 ANUL II DE STUDIU DISCIPLINE	Tipul disciplinei	Număr de ore de activități de învățare										Forme de evaluare	Număr de credite
				Activități didactice colective						Activități individuale pe semestru					
				Curs	Seminar	Laborator	Curs practic	Total pe săptămână	Total pe semestru	Pregătire tematică	Pregătire aplicații	Total activități ore	Total ore semestru		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
SEMESTRUL I															
DISCIPLINE OBLIGATORII															
01	MK 211	Marketing social politic	DS	2	1	-	-	3	42	30	28	58	100	E	4
02	MK 212	Cercetări de marketing	DD	2	2	-	-	4	56	62	32	94	150	E	6
03	MK 213	Business to business marketing	DS	2	2	-	-	4	56	24	20	44	100	E	4
04	MK 214	Finanțe	DF	2	1	-	-	3	42	30	28	58	100	E	4
05	MK 215.1	Limba engleză	DC	-	2	-	-	2	28	31	16	47	75	C	3
	MK 215.2	Limba franceză													
	MK 215.3	Limba germană													
06	MK 216	Tehnica negocierii afacerilor	DD	2	1	-	-	3	42	20	13	33	75	E	3
Total parcurs obligatoriu de studiu				10	9			19	266	197	137	334	600	5E +1 C	24
DISCIPLINE OPTIONALE															
07	MK 217.1	Gestiunea forțelor de vânzare	DR	2	1	-	-	3	42	20	13	33	75	E	3
	MK 217.2	Managementul calității													
	MK 217.3	Etică și integritate academică													
08	MK 218.1	Marketingul micilor afaceri	DD	2	1	-	-	3	42	20	13	33	75	Vp	3
	MK 218.2	Retail marketing													
Total parcurs opțional de studiu				4	2	-	-	6	84	40	26	66	150	1E +1 V P	6
Total parcurs obligatoriu de studiu				14	11	-	-	25	350	237	163	400	750	6E + 1V p+ 1C	30
DISCIPLINE FACULTATIVE*															
09	MK 219.1	Correspondență limbă străină în	DFA	2	1	-	-	3	42	17	16	33	75	Vp	3
	MK 219.2	Educație fizică	DFA	-	2	-	-	2	28	47	-	47	75	C	3
Total parcurs facultativ de studiu				2	3	-	-	5	70	64	16	80	150	1C +1 V P	6

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Iuliana Cenar
7/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Silvia Maican

Nr. crt.	Codul disciplinei	ANUL UNIVERSITAR 2025-2026 ANUL II DE STUDIU DISCIPLINE	Tipul disciplinei	Număr de ore de activități de învățare										Forme de evaluare	Număr de credite
				Activități didactice colective						Activități individuale pe semestru			Total ore pe semestru		
				Curs	Seminar	Laborator	Curs practic	Total pe săptămână	Total pe semestru	Pregătire tematică	Pregătire aplicații	Total ore activități			
				5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
SEMESTRUL II															
DISCIPLINE OBLIGATORII															
01	MK 221	Marketingul serviciilor	DD	2	2	-	-	4	56	30	39	69	125	E	5
02	MK 222	Merchandising	DD	2	2	-	-	4	56	30	39	69	125	E	5
03	MK 223	Logistica mărfurilor	DD	2	1	-	-	3	42	40	43	83	125	E	5
04	MK 224	Practică II ⁸	DS	-	-	-	6	6	84	-	-	-	75	C	3
05	MK 225	Analiza informațiilor de marketing	DS	2	2	-	-	4	56	30	39	69	125	Vp	5
06	MK 226	Economie europeană	DF	2	1	-	-	3	42	28	30	58	100	E	4
07	MK 227.1	Limba engleză	DC	-	2	-	-	2	28	20	27	47	75	C	3
	MK 227.2	Limba franceză													
	MK 227.3	Limba germană													
Total parcurs obligatoriu de studiu				10	10	-	6	26	364	178	217	395	750	4E+2C+1Vp	30
DISCIPLINE FACULTATIVE*															
08	MK 228	Educație fizică	DFA	-	2	-	-	2	28	-	-	47	75	C	3
Total parcurs facultativ de studiu					2	-	-	2	28	-	-	47	75	C	3
TOTAL PE AN UNIVERSITAR				Parcurs obligatoriu				51	714	415	380	795	1500	10E+3C+2Vp	60
				Parcurs facultativ				2	28	7	98	127	225	2C+1V	9
				Total general				53	742	422	478	922	1725	10E+5C+3Vp	60+9

73 credite sunt acordate pentru Practică.

Rector,
Prof.univ.dr. Braza Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Nr. crt.	Codul disciplinei	ANUL UNIVERSITAR 2026-2027 ANUL III DE STUDIU DISCIPLINE	Tipul disciplinei	Număr de ore de activități de învățare													Forme de evaluare	Număr de credite
				Activități didactice colective							Activități individuale pe semestru			Total ore pe semestru				
				Curs	Seminar	Laborator	Curs practic	Total pe săptămână	Total pe semestru	Pregătire tematică	Pregătire aplicații	Total ore activități						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			
SEMESTRUL I																		
DISCIPLINE OBLIGATORII																		
01	MK 311	Comportamentul consumatorului	DD	2	2	-	-	4	56	50	44	94	150	E	6			
02	MK 312	Marketing turistic	DD	2	2	-	-	4	56	39	30	69	125	E	5			
03	MK 313	Tehnici promoționale	DS	2	2	-	-	4	56	39	30	69	125	Vp	5			
04	MK 314	Marketing agroalimentar	DS	2	2	-	-	4	56	39	30	69	125	E	5			
05	MK 315	Simulări de marketing în afaceri ¹⁰	DD	2	1	-	-	3	42	30	28	58	100	Vp	4			
DISCIPLINE OPTIONALE																		
06	MK 316.1	Management strategic ¹¹	DS	2	2	-	-	4	56	30	39	69	125	E	5			
	MK 316.2	Marketing digital																
	MK 316.3	Programe aplicative de marketing																
Total parcurs obligatoriu de studiu				12	11	-	-	23	322	227	201	428	750	4E+2Vp	30			

¹⁰ Disciplina Simulări de marketing în afaceri reprezintă o variantă similară Simulări de marketing care se regăsește în standardele ARACIS aferente domeniul și specializării Marketing. Această variantă a titlului disciplinei a fost adoptată pentru compatibilizarea planurilor de învățământ și cuplarea cursului cu cel de la specializarea Administrarea Afacerilor, disciplina Simulări în afaceri.

¹¹ DR – discipline relevante pentru pregătirea în domeniu disponibile

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Iuliana Cenar
9/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Silvia Maican

Nr. crt.	Codul disciplinei	ANUL UNIVERSITAR 2026- 2027 ANUL III DE STUDIU DISCIPLINE	Tipul disciplinei	Număr de ore de activități de învățare											Forme de evaluare	Număr de credite	
				Activități didactice colective						Activități individuale pe semestru							
				Curs	Seminar	Laborator	Curs practic	Total pe săptămână	Total pe semestru	Pregătire tematică	Pregătire aplicații	Total activități	Total ore pe semestru				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
SEMESTRUL II																	
DISCIPLINE OBLIGATORII																	
01	MK 321	Marketing direct	DS	2	2	-	-	4	56	22	20	44	100	E	4		
02	MK 322	Metodologia elaborării lucrării de licență	DS	-	-	-	4	-	56	114	80	194	250	C	10		
03	MK 323	Concurență și prețuri	DD	2	2	-	-	4	56	10	9	19	75	C	3		
04	MK 324	Managementul resurselor umane	DD	2	2	-	-	4	56	10	9	19	75	E	3		
05	Mk 325	Etică în afaceri	DC	2	2	-	-	4	56	50	44	94	150	E	6		
DISCIPLINE OPTIONALE																	
03	MK 323.1	Marketing internațional	DD	2	2	-	-	4	56	22	20	44	100	E	4		
	MK 323.2	Comportamentul consumatorului organizațional															
Total parcurs obligatoriu de studiu				10	10	-	4	20	336	228	182	414	750	4E+2C	30		
TOTAL PE AN UNIVERSITAR				Parcurs obligatoriu				43	658	455	383	842	1500	4E+2C	60		
				Parcurs facultativ				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
				Total general				43	658	455	383	842	1500	8E+2C+2VP	60		

*În Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia parcurgerea disciplinelor facultative se realizează conform prevederilor din Ghidul de aplicare a ECTS (aprobat de Senatul UAB) și a altor prevederi legale în vigoare care permit alegerea unor trasee flexibile de formare de către studenții de la toate specializările UAB.

Rector,
Prof.univ.dr. Braza Valer Danie



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

[Signature]
10/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

[Signature]

X. BILANȚ GENERAL

Nr. crt.	Categoriile de discipline	Cod disciplină	Nr. de ore	Îndeplinit %	+Parcurs facultativ	Standard ARACIS %	
						Min.	Max.
1.	Discipline obligatorii	DO	1792	90 %		80	90
2.	Discipline opționale	DA	196	10 %		10	20
3.	Discipline facultative	DF	225	100%		suplimentar acestei structuri	
Total						100% +DF	
Nr. crt.	Categoriile de discipline	Cod disciplină	Nr. de ore	Îndeplinit %	+Parcurs facultativ	Standard ARACIS %	
						Min.	Max.
1.	Discipline fundamentale / în domeniu	DF DD	546/ 714	27,46% 36%		25 35	30 40
2.	Discipline de specialitate	DS	504	25%		25	30
3.	Discipline complementare	DC	168	8%		5	10
4.	Discipline relevante pentru pregătirea în domeniu a studenților, disponibile conform opțiunilor instituțiilor	DR	56	3%		0	15
Total			1988	100%		100	

Rector,
Prof.univ.dr. Breaz Valer Daniel



Decan,
Prof.univ.dr. Cenar Iuliana

Iuliana Cenar
11/16

Director de Departament,
Conf.univ.dr. Maican Silvia

Silvia Maican

Anexa D

Grila de corelare a disciplinelor din planul de învățământ cu competențele/rezultatele învățării, anexă a Planului de învățământ*

MINISTERUL EDUCAȚIEI
 UNIVERSITATEA „1 DECEMBRIE 1918” DIN ALBA IULIA
 FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
 DEPARTAMENTUL DE ADMINISTRAREA AFACERILOR ȘI MARKETING
 CALIFICAREA de bază (ESCO): 2431 - Specialiști în publicitate și marketing
 NIVELUL DE STUDIU: 7
 DOMENIUL FUNDAMENTAL: ȘTIINȚE ECONOMICE
 DOMENIUL DE STUDIU: MARKETING
 PROGRAMUL DE STUDIU: MARKETING

REZULTATE/ COMPETENȚE DISCIPLINE	Nr. credite pe disciplină (total)	ANI																											
		R1/C1	R2/C2	R3/C3	R4/C4	R5/C5	R6/C6	R7/C7	R8/C8	R9/C9	R10/C10	R11/C11	R12/C12	R13/C13	R14/C14	R15/C15	R16/C16	R17/C17	R18/C18	R19/C19	R20/C20	R21/C21	R22/C22	R23/C23	R24/C24	R25/C25	R26/C26	R27/C27	
		SEM I																											
Microeconomie	5												2								3								
Matematică aplicată în economie	6							3												2	1								
Dreptul afacerilor	4																3									1			
Contabilitate	5																										1		
Informatică	4																							3					
Psihologie	3																										1		
Limbă engleză																													
Limbă franceză	3																												
Limbă germană																													
Educație fizică	3																												



Decan,
 Prof.univ.dr. Cenan Iuliana

Director de Departament,
 Conf.univ.dr. Maican Silvia

12/16

Programe aplicative de marketing	SEM II											
	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Marketing direct	4	2										
Metodologia elaborării lucrării de licență	10	2		2							1	
Marketing internațional												1
Comportamentul consumatorului organizațional	4				3							
Concurența și prețuri	3						3	3				
Managementul resurselor umane	3									3		
Etică în afaceri	6								5			1



Rector,
 Prof.univ.dr. Brașu Valer Daniel

Decan,
 Prof.univ.dr. Cenan Iuliana

Director de Departament,
 Conf.univ.dr. Maicaru Silvia

15/16

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



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
al DEPARTAMENTULUI PENTRU PREGĂTIREA PERSONALULUI DIDACTIC
pentru programul de studii psihopedagogice de 30 de credite
Nivelul I (inițial) de certificare pentru profesia didactică
- monospecializare -

Valabil începând cu anul universitar 2024-2025

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										
Curriculum-nucleu											
Discipline de pregătire psihopedagogică fundamentală (obligatorii)											
MP1 1101	Psihologia educației	I	1	14	2	2	28	28	56	E	5
MP1 1202	Pedagogie I: - Fundamentele pedagogiei - Teoria și metodologia curriculum-ului	I	2	14	2	2	28	28	56	E	5
MP1 2303	Pedagogie II: - Teoria și metodologia instruirii - Teoria și metodologia evaluării	II	3	14	2	2	28	28	56	E	5
MP1 3607	Managementul clasei de elevi	III	6	14	1	1	14	14	28	E	3
Discipline de pregătire didactică și practică de specialitate (obligatorii)											
MP1 2404	Didactica specializării - Marketing	II	4	14	2	2	28	28	56	E	5
MP1 3505	Instruire asistată de calculator	III	5	14	1	1	14	14	28	C	2
MP1 3506	Practică pedagogică de specialitate în învățământul preuniversitar (I) - Marketing	III	5	14	-	3	-	42	42	C	3
MP1 3608	Practică pedagogică de specialitate în învățământul preuniversitar (II) - Marketing	III	6	12	-	3	-	36	36	C	2
TOTAL - Nivelul I		-	-	-	-	-	140	218	358	5E+3C	30
	Examen de absolvire: Nivelul I	III	6	2	-	-	-	-	-	E	5

Precizări:

1. Numărul de săptămâni și, respectiv, numărul de ore pentru practica pedagogică de specialitate rezultă din faptul că, potrivit standardelor actuale, ultimul semestru al studiilor universitare este de 10-12 săptămâni.
2. Perioada de 2 săptămâni pentru examenul de absolvire este alocată pentru finalizarea portofoliului didactic.
3. Se aplică și în cazul studiilor universitare de licență cu durata 4/5/6 ani.
4. C = Cursuri, A = Activități aplicative (seminarii, laboratoare, practică).
5. Planul de învățământ este aprobat prin OME nr. 4.139 / 29.06.2022, Tabelul nr. 2a din Anexa 2.

DECAN,
CONF. UNIV. DR. BĂRBULET GABRIEL DAN

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