



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

GHID DE STUDII
Facultatea de
MANAGEMENT – MARKETING

ALEGEREA TA, VIITORUL TĂU,
ALEGE SĂ FII CEL MAI BUN !



Bd. Expoziției 1B, București, Sector1, Etaj 3
Telefon: +40.314.070.334
e-mail: mm@rau.ro
web: www.rau.ro

UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING



GHID DE STUDII

CUPRINS

<i>Prezentare generală</i>	4
I. STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ	
<i>I.1. Domeniul MANAGEMENT, specializarea MANAGEMENT</i>	9
<i>I.2. Domeniul MARKETING, specializarea MARKETING</i>	18
<i>I.3. Trasee educaționale</i>	27
II. PROGRAME DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT	
<i>II.1. Managementul strategic al firmei</i>	44
<i>II.2. Managementul și marketingul organizației</i>	49
<i>II.3. Managementul informațiilor</i>	56
<i>II.4. Managementul logisticii</i>	46
<i>II.5. Marketing în afaceri</i>	51

CINE SUNTEM ?

Facultatea de Management-Marketing a luat ființă în cadrul Universității Romano-Americane în anul 1991, creată ca alternativă complementară în spațiul învățământului economic superior din România. Profilul facultății însumează două specializări economice distincte: management și marketing, răspunde cerințelor mediului de afaceri și conferă absolvenților facultății un avantaj competitiv în inserția pe piața muncii, prin paleta largă de cunoștințe teoretice, abilități și deprinderi practice dobândite, diferențiindu-se astfel de celelalte instituții de învățământ economic superior.

Facultatea de Management-Marketing își actualizează oferta educațională, preponderent printr-o permanentă colaborare cu mediul de afaceri, asigurând atât schimbul și diseminarea de cunoștințe cât și contactul cu probleme și soluții reale. Educarea și formarea în cele două domenii, se realizează prin programe centrate pe student, Facultatea de Management-Marketing creându-și o reputație deosebită prin furnizarea pe piața muncii de absolvenți care fac performanță în societatea românească.

Facultatea de Management-Marketing, optează pentru un sistem de instruire dinamic și participativ, oferind un învățământ modern, competitiv, deschis, mai ales în contextul unui mediu global în continuă schimbare, îmbinând pragmatismul modelului american cu tradiția învățământului românesc.

CE DORIM ?

Facultatea de Management-Marketing urmărește formarea de specialiști cu competențe în management și marketing, cu o largă pregătire teoretică și aplicativă, capabili să se integreze rapid și eficient în corporații, pe diferite niveluri ierarhice. Atenția s-a concentrat asupra interdisciplinarității și dezvoltării aptitudinilor și competențelor, în concordanță cu schimbările economice și sociale actuale, urmărindu-se o bună inserție profesională.

Absolvenții Facultății de Management-Marketing pot ocupa, în cadrul oricărei organizații, funcții de:

- director vânzări
- șef serviciu de evaluarea resurselor umane

- șef serviciu resurse umane
- consilier economist în comerț și marketing
- asistent de cercetare economist în marketing
- asistent de cercetare economist în management
- manager de produs
- copywriter publicitate (cu studii superioare)
- consilier/expert/inspector/referent/economist în management
- manager proiect etc.

CE VA OFERIM ?

Facultatea de Management-Marketing, colaborează permanent cu mediul de afaceri românesc, urmărind modelul american prin care mediul de afaceri contribuie la adaptarea curriculei universitare, studenții fiind astfel familiarizați cu rigorile antreprenoriale, care cer dobândirea de competențe nu doar de cunoștințe.

Facultatea oferă o serie de programe de licență și masterat acreditate, astfel:

Studii universitare de licență	Forma de învățământ	Nr. de credite
Management	IF / IFR	180
Marketing	IF / IFR	180
Studii universitare de masterat	Forma de învățământ	Nr. de credite
Managementul Strategic al Firmei	IF	120
Managementul și Marketingul Organizației	IF	120
Managementul Informațiilor	IF	120
Managementul Logisticii	IF	120
Marketing în Afaceri	IF	120
Strategic Marketing (predare în limba engleză)	IF	120

PROCESUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT

În proiectarea și fundamentarea planurilor de învățământ în viziune integrată (licență-masterat-doctorat) Facultatea de Management-Marketing și Departamentul de Management-Marketing au luat în considerare următoarele:

Metodologia Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior privind asigurarea calității, autorizarea de funcționare provizorie și acreditarea programelor de studii și a instituțiilor de învățământ;

Standardele specifice de evaluare academică în Domeniul fundamental „Științe economice” elaborate de Comisiile de științe economice ale A.R.A.C.I.S.;

Nomenclatorul Ocupațiilor din România pentru asigurarea compatibilității cu Cadrul European al Calificărilor (EQF);

Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNC) și Metodologia ACPART de dezvoltare a Cadrului Național al Calificărilor din Învățământul Superior (CNCIS);

Necesitatea asigurării concordanței între calificările obținute prin programul de studii universitare de licență și masterat și Clasificarea Ocupațiilor din România;

Cerințele pieței muncii la nivel național și european, pentru a asigura o inserție facilă și rapidă a absolvenților în domeniile de studii universitare absolvite;

Necesitatea de a realiza un învățământ de calitate, centrat pe student și pe rezultatele învățării.

Planul de învățământ cuprinde repartizarea disciplinelor pe ani de studiu și semestre, numărul săptămânal de ore de curs, seminar, laborator, proiect alocate fiecărei discipline, numărul de credite ECTS asociate fiecărei discipline, precum și formele de evaluare la fiecare disciplină.

Durata semestrelor de studiu

Studii universitare de licență:

- 14 săptămâni pentru semestrele 1, 2 ,3 și 5
- 11 săptămâni pentru semestrul 4
- 12 săptămâni pentru semestrul 6

Studii universitare de masterat:

- 14 săptămâni pentru semestrele 1, 2 și 3
- 11 săptămâni pentru semestrul 4

Disciplinele din planul de învățământ sunt codificate unitar la nivelul Universității Româno-Americane și apar într-o succesiune logică precizată prin condiționările specificate la fiecare disciplină.

Planul de învățământ cuprinde discipline obligatorii (D.O), discipline opționale (la alegere - D.A.) și discipline facultative (D.f.). După rolul pe care-l au în formarea viitorului economist cu competențe în management sau marketing, disciplinele din planul de învățământ se clasifică în: discipline fundamentale (D.F.), discipline de specialitate în domeniu (DD și DS) și discipline complementare (DC).

Odată cu generalizarea aplicării Sistemului European de Credite Transferabile – ECTS (conform Ordinului MEEdC nr.3617/2005) și în baza regulamentului propriu al Universității Româno-Americane privind aplicarea sistemului de credite transferabile, fiecare disciplină de studiu din planul de învățământ este proiectată cu durata de un semestru și are asociat un număr de puncte-credit (credite de studiu transferabile, denumite și „credite ECTS”), stabilit în funcție de importanța și rolul disciplinei în pregătirea specialistului (formare fundamentală, în domeniu sau complementară), respectiv de cantitatea de muncă (ore prezență fizică la cursuri, seminarii, laboratoare și ore de studiu individual, elaborare de lucrări, cercetare etc.) necesară pentru dobândirea competențelor necesare pentru promovarea disciplinei. Fiecare semestru are prevăzute în planul de învățământ discipline obligatorii și opționale care însumează 30 de credite ECTS. În conformitate cu HG nr. 88/2005 și HG 635/2008, pentru finalizarea studiilor în ciclul de licență în domeniul „Management” sau „Marketing” sunt necesare 180 credite de studiu transferabile (ECTS), ceea ce conduce la o durată a studiilor de licență de 3 ani pentru ambele forme de învățământ. Disciplinele facultative din planul de învățământ au asociate de asemenea, credite de studiu transferabile, dar aceste credite se atribuie înafara celor 180 credite ECTS prevăzute ca necesare pentru obținerea licenței în „Management” sau „Marketing”.

Disciplinele fundamentale din planul de învățământ includ cele 12 discipline din trunchiul comun care asigură formarea de bază a oricărui economist (ex: Microeconomie, Macroeconomie, Matematici aplicate în economie, Drept, Bazele contabilității, Statistică etc.).

Disciplinele de specialitate în domeniu conturează profilul profesional al viitorului absolvent (Specializarea Management - Managementul resurselor umane, Metodologii manageriale, Analiză economico-financiară, Contabilitate managerială, Management antreprenorial, etc.; Specializarea Marketing – Bazele marketingului, Politici și strategii de marketing, Comportamentul consumatorului, Marketingul serviciilor, Tehnici de studierea pieței, Marketing internațional, etc.).

Disciplinele complementare includ: Limba engleză și tehnici de comunicare, Engleză pentru management, Engleză pentru marketing etc.

Planul de învățământ include, ca o componentă de bază a procesului instructiv, practica de specialitate a studenților. Aceasta este organizată în anul II, într-un stagiu compact de 3 săptămâni și este apreciată cu 3 credite ECTS. Practica de specialitate este profilată pe probleme privind managementul și marketingul societăților comerciale, având ca obiectiv cunoașterea metodelor și tehnicilor complexe utilizate în practica economică.

STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ

I.1. DOMENIUL MANAGEMENT, SPECIALIZAREA MANAGEMENT

COMPETENȚE PROFESIONALE

1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT
2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației
3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități)
4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare
5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă)
6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale
7. Realizarea unor lucrări specifice de natură economico – financiară la nivelul entităților / organizațiilor publice și private
8. Analiza mediului internațional de afaceri, negocierea, contractarea și derularea de tranzacții cu produse și/sau servicii pe piețele internaționale și fundamentarea deciziei de investiții

COMPETENȚE TRANSVERSALE

1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă
2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei
3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare
4. Capacitatea de adaptare la mediul de afaceri internațional, exercitarea responsabilă a rolurilor profesionale specifice și abilitatea de a utiliza eficient tehnici de comunicare în cel puțin o limbă de circulație internațională

ABILITĂȚI COGNITIVE SPECIFICE PROFESIEI

- Stăpânirea limbajului economic și managerial;
- Aplicarea unor concepte, teorii și metode specifice de investigarea fundamentală în domeniul managementului;
- Abilitatea de a formula, argumenta și implementa decizii manageriale fundamentate științific, oportune și eficiente;
- Capacitatea de a evalua independent un fenomen complex din domeniul managementului organizațiilor economice și de a formula concluzii pertinente pe baza analizei;
- Inițiativă în abordarea unei probleme, în utilizarea unor instrumente și metode specifice de management;
- Capacitatea de a percepe, analiza și utiliza creator noile concepte în domeniul managementului.

CONȚINUTUL DISCIPLINELOR

MICROECONOMIE

5 puncte credit

Cursul urmărește însușirea de către studenți a sistemului de noțiuni și categorii ale economiei ca știință, subdiviziunea Microeconomie, precum și dobândirea abilităților de a utiliza cunoștințele în aplicații practice.

MATEMATICI APLICATE ÎN ECONOMIE

6 puncte credit

Are în vedere însușirea de către studenți a noțiunilor despre optimizare, ajustare a datelor experimentale, teoria probabilităților, statistică, operații financiare precum și dobândirea abilității de a utiliza în aplicații practice, noțiunile teoretice însușite.

DREPT

3 puncte credit

Oferă studenților cunoștințe indispensabile pentru însușirea reglementărilor legale necesare în calitate lor viitoare de agenți economici. Transmite viitorilor economiști conținutul social-politic și normativ al reglementărilor legale și le formează deprinderi practice pentru aplicarea normelor juridice în situații concrete.

TEHNOLOGIA APLICAȚIILOR OFFICE

5 puncte credit

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a modalităților concrete de utilizare a calculatoarelor personale PC – compatibile IBM și a principalelor produse program utilizate în activitatea de birou: procesoare de texte, programe de calcul tabelar, programe pentru prezentări și programe de planificare și gestionare a activităților, a conturilor de mail și a mesajelor (componente ale Microsoft Office).

BAZELE CONTABILITĂȚII

5 puncte credit

Urmărește însușirea noțiunilor de bază privind teoria contabilă, precum și a principiilor și tehnicilor de organizare și funcționare a contabilității fiecărei unități.

INTRODUCERE ÎN COMUNICAREA INTER-PERSONALĂ

3 puncte credit

Pe parcursul acestui curs studenții vor defini comunicarea inter-personală și vor înțelege argumentele privind necesitatea acesteia în societate. De asemenea, vor fi analizate cele mai importante fenomene ale relaționării individ - individ sau individ – mediu cum ar fi: grupurile, imaginea de sine și percepția socială, puterea, influența, etc. Cursul își propune să prezinte și aspecte legate de fenomenul atribuirii, precum și fenomenul conducerii, făcându-se, totodată, referiri și la abilități de comunicare, depășirea obstacolelor ce pot apărea în calea unei comunicări eficiente sau la comportamente de comunicare (a emițătorului și a receptorului).

LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE I

3 puncte credit

Urmărește dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic; asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze; realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrație.

MACROECONOMIE

5 puncte credit

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a sistemului de noțiuni și categorii ale economiei ca știință, subdiviziunea Macroeconomie; dobândirea de către studenți a abilităților de a utiliza cunoștințele însușite în aplicații practice.

CONTABILITATE MANAGERIALĂ

5 puncte credit

Are în vedere dobândirea competențelor privind întocmirea, prezentarea, analiza și interpretarea situațiilor financiare; însușirea unor instrumente pentru măsurarea și gestiunea performanțelor firmei și cunoașterea structurilor de costuri și a principalelor metode de calculație asociate.

FINANȚE

5 puncte credit

Vizează studiul problemelor teoretice ale finanțelor și cele privind politica financiară a statului în economia de piață, condițiile apariției, evoluției și existenței finanțelor, conținutul economic și funcțiile lor, sistemul și instituțiile financiar - bancare, mecanismul financiar, politica financiară, piețele financiare și bursele de valori.

BAZELE MANAGEMENTULUI

5 puncte credit

Are în vedere prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul managementului modern, dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea organizațiilor bazate pe cunoștințe într-o economie globalizată, formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, etice și morale.

INSTRUMENTE SOFTWARE PENTRU MANAGEMENT

3 puncte credit

Disciplina urmărește pregătirea studenților în vederea folosirii principalelor instrumente software oferite de sistemul de gestiune a bazelor de date Oracle 12c pentru îmbunătățirea activității de management. În acest scop, studenților le sunt prezentate cunoștințele necesare pentru a înțelege și gestiona structura unei baze de date și schema bazei de date în care sunt create obiectele de bază, pentru a rula instrucțiuni în limbajul de definire a datelor (LDD) în vederea creării și gestionării obiectelor schemei, pentru a rula instrucțiuni în limbajul de manipulare a datelor (LMD) în vederea defășurării eficiente a activităților de management, pentru a administra conturile de utilizator și nivelul de securitate, pentru a efectua copii de rezervă și a restaura baze de date. De asemenea, se va urmări însușirea cunoștințelor legate de gestionarea obiectelor cu ajutorul viziunilor dicționarului bazei de date (data dictionary views), controlul accesului la anumite obiecte ale bazei de date, manipularea seturilor mari de date, utilizarea de sub-interogări (subqueries), gruparea și agregarea datelor colectate folosind operatorii ROLLUP și CUBE, analiza și raportarea datelor folosind funcțiile Ranking, LAG/LEAD, FIRST/LAST, însușirea conceptului de interogare ierarhică, crearea de rapoarte structurate arborescent, formatarea datelor ierarhice și excluderea anumitor ramuri din structura arborescentă, utilizarea expresiilor regulate pentru a căuta și identifica anumite date.

GLOBALIZAREA ȘI CORPORAȚIILE MULTINAȚIONALE

4 puncte credit

Disciplina are în vedere asigurarea cadrului conceptual necesar înțelegerii fenomenelor și proceselor din domeniu, prin prezentarea caracteristicilor actuale și a tendințelor manifestate la nivelul

corporațiilor multinaționale în contextul procesului de globalizare. Totodată, cursul evidențiază evoluția raporturilor de forțe la nivel global, importanța, rolul și modul de operare a corporațiilor multinaționale.

LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE II

3 puncte credit

Scopul disciplinei este reprezentat de dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrație.

METODOLOGII MANAGERIALE

5 puncte credit

Disciplina urmărește prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul sistemului metodologic al firmei; familiarizarea studenților cu principalele instrumente manageriale aplicabile cu prioritate în managementul firmei în contextul integrării economice europene; dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în procesul creării și dezvoltării unor societăți comerciale competitive; formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, prin punerea în discuție a unor cazuri reale.

ECOTEHNOLOGII

4 puncte credit

Disciplina permite studenților însușirea cunoștințelor tehnice generale privind structura proceselor tehnologice și caracteristicile instalațiilor industriale. Evidențiază efectele economice și ecologice ale activității de creativitate și inovare tehnologică.

BAZELE MARKETINGULUI

5 puncte credit

Urmărește familiarizarea studenților cu problemele de bază ale Marketingului: esența, funcțiile și locul acestuia în cadrul științelor economice, analiza mediului de marketing al firmei, comportamentul individual și organizațional, precum și managementul informațiilor de marketing ale firmei. Urmărește completarea culturii economice a studentului prin sistemul de cunoștințe și noțiuni asimilate de studenți la Bazele Marketingului.

STATISTICĂ

5 puncte credit

Obiectivele disciplinei sunt centrate pe cunoașterea metodelor și tehnicilor statistice utilizate pentru comensurarea fenomenelor și proceselor social - economice la nivel național (micro și macro-

economic), la nivel european și mondial și însușirea cadrului metodologic de colectare și sistematizare a datelor, de calcul a indicatorilor economici și de interpretare a acestora.

MANAGEMENT FINANCIAR

5 puncte credit

Cursul prezintă principalele probleme și potențialele soluții ale domeniului managementului financiar al organizației, din perspectiva integrării europene, schimbării, economiei, organizației și managementului bazate pe cunoștințe.

ENGLEZĂ PENTRU MANAGEMENT I

3 puncte credit

Urmărește însușirea de către studenți a limbajului economic, politic, bancar-financiar, administrativ, de afaceri în limba engleză, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management, dobândirea fluenței, spontaneității, acurateței și autonomiei în comunicarea orală și scrisă în afaceri.

MANAGEMENTUL PRODUCȚIEI

5 puncte credit

Are în vedere prezentarea problemelor esențiale cu care se confruntă managerul într-o întreprindere industrială, definirea amplă a întreprinderii și a procesului de producție, abordarea planului economic al întreprinderii, ca instrument de punere în aplicare a strategiei, cu componentele sale de bază privind producția, capacitatea de producție, introducerea progresului tehnic, costurile de producție, managementul resurselor materiale etc.

ANALIZA ECONOMICO-FINANCIARĂ

5 puncte credit

Vizează însușirea noțiunilor de bază ale analizei economico-financiare și formarea judecăților efectuării unei analize corecte a situațiilor economico-financiare existente la un moment dat.

POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING

5 puncte credit

Are în vedere familiarizarea studenților cu elaborarea și punerea în practică a instrumentarului de marketing. Atenția principală este acordată politicilor de marketing și mix-ului de marketing ca instrument de promovare a acestor politici. În context sunt analizate: politica de produs, de preț, de distribuție, politica de promovare, procesul decizional și de organizare a activității de marketing (ș.a.). Studierea unor elemente de organizare a activității de marketing a firmei.

ECONOMETRIE

5 puncte credit

Urmărește prezentarea și însușirea de către studenți a noțiunilor și conceptelor pe care se bazează construirea, rezolvarea și utilizarea modelelor econometrice, pentru fundamentarea deciziilor (planurilor, programelor, scenariilor de politică economică) la nivel micro și macroeconomic.

ENGLEZĂ PENTRU MANAGEMENT II

3 puncte credit

Scopul disciplinei este reprezentat de însușirea de către studenți a limbajului economic, politic, bancar-financiar, administrativ, de afaceri în limba engleză, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, dobândirea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management, obținerea fluenței, spontaneității, acurateței și autonomiei în comunicarea orală și scrisă în afaceri.

PRACTICĂ DE SPECIALITATE

3 puncte credit

Obiectivele disciplinei sunt reprezentate de fixarea cunoștințelor de specialitate, îndeosebi pentru disciplinele prevăzute în planul de învățământ pentru anul II – cursuri cu frecvență și cu frecvență redusă, dezvoltarea unor abilități practice, cunoașterea realității din cadrul firmei (bazei de practică).

MANAGEMENT ANTREPRENORIAL

5 puncte credit

Urmărește dezvoltarea cunoașterii privind spiritul de întreprinzător, aprofundarea particularităților privind specificul managementului IMM-urilor, dezvoltarea cunoașterii privind modalitatea de finanțare eficientă a IMM-urilor prin fonduri ale UE.

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

5 puncte credit

Urmărește familiarizarea studenților cu o serie de noțiuni orientate spre cunoașterea necesității gestiunii eficiente a resurselor umane în scopul obținerii unei eficiențe ridicate a organizației. Cursul își propune să formeze și să cultive la fiecare participant capacitatea de a gestiona eficient personalul unei organizații.

MANAGEMENTUL APROVIZIONĂRII ȘI VÂNZĂRILOR

5 puncte credit

Prin acest curs se urmărește familiarizarea studenților cu o serie de noțiuni orientate spre cunoașterea necesității gestiunii eficiente a activității comerciale în scopul obținerii unei eficiențe ridicate a organizației.

MANAGEMENTUL SERVICIILOR

5 puncte credit

Disciplina Managementul serviciilor permite însușirea de către studenți a aspectelor teoretice și practice a domeniului specializat – sectorul serviciilor.

MANAGEMENT INSTITUȚIILOR PUBLICE

3 puncte credit

Urmărește cunoașterea, înțelegerea și aprofundarea sistemului instituțional național, a reglementărilor legislative și funcționale, a politicilor și obiectivelor strategice de management; Oferirea unor modele, principii, politici și practici de management specific instituțiilor publice; Oferirea de cunoștințe utile privind abordarea sistemică a mediului economic, social și politic; Dezvoltarea gândirii, formarea de abilități și deprinderi pentru o cât mai bună și rapidă integrare a viitorilor absolvenți în viața economică și socială, pe plan intern și internațional.

CORESPONDENȚĂ DE AFACERI ÎN LIMBA ENGLEZĂ I

3 puncte credit

Scopul disciplinei este însușirea de către studenți a limbajului economic, politic, bancar-financiar, administrativ, de afaceri în limba engleză, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, dobândirea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management, obținerea fluenței, spontaneității, acurateței și autonomiei în comunicarea orală și scrisă în afaceri.

MANAGEMENTUL CALITĂȚII

4 puncte credit

Vizează însușirea de către studenți a conceptelor de bază privind managementul calității totale a produselor și serviciilor, formarea unor abilități privind implementarea sistemului calității, certificarea și acreditarea calității, dobândirea unor cunoștințe privind standardizarea ca factor de creștere economică și a unor abilități pentru armonizarea și integrarea reglementărilor cu sistemele europene și internațional în domeniile sociale și economice.

STRATEGII MANAGERIALE

5 puncte credit

Are în vedere prezentarea fondului principal de cunoștințe privind strategia firmei, oferind un cadru teoretico-metodologic integrator privind fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiei firmei, ținând cont de cele mai relevante experiențe sintetizate de literatura și practica de specialitate.

COMUNICARE ÎN AFACERI

3 puncte credit

Se urmărește, ca obiectiv general, înțelegerea și însușirea de către studenți a fundamentelor teoretice și practice din domeniul comunicării. Printre obiectivele specifice disciplinei sunt: familiarizarea cu principalele modele de comunicare în afaceri; cunoașterea diferitelor stiluri de comunicare, utilizate în practica de afaceri; proiectarea și implementarea strategiei de comunicare comercială, respectiv corporativă; evaluarea rolului comunicării de afaceri la nivelul organizației și al societății românești, în general.

FINANȚAREA, EVALUAREA ȘI FEZABILITATEA AFACERILOR

4 puncte credit

Dobândirea competențelor profesionale specifice finanțării, evaluării și fezabilității afacerilor în scopul asigurării condițiilor pentru aplicarea acestora în derularea activităților profesionale viitoare ale absolvenților programului de masterat. Cunoașterea și utilizarea adecvată a instrumentelor avansate de lucru și de cercetare specifice finanțării, evaluării și fezabilității afacerilor; Cunoașterea și înțelegerea demersului finanțării, evaluării și fezabilității afacerilor ilustrată în realizarea de studii și lucrări complexe; Cunoașterea și însușirea tehnicilor de finanțare; Cunoașterea și înțelegerea demersului evaluării entităților economice; Înțelegerea și însușirea mecanismelor de analiză a fezabilității afacerii.

COMPORAMENT ORGANIZAȚIONAL

4 puncte credit

Disciplina pune la dispoziția studenților concepte referitoare la structura, mediul și cultura organizațională, precum și elemente aferente comunicării pe orizontală și verticală în cadrul organizației.

CORSPONDENȚĂ DE AFACERI ÎN LIMBA ENGLEZĂ II

3 puncte credit

Însușirea de către studenți a limbajului economic, politic, bancar-financiar, administrativ, de afaceri în limba engleză, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management, dobândirea fluentei, spontaneității, acurateței și autonomiei în comunicarea orală și scrisă în afaceri.

ELABORAREA LUCRĂRII DE LICENȚĂ

3 puncte credit

Însușirea abilităților necesare realizării și susținerii lucrării de licență.

STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ

I.2. DOMENIUL MARKETING, SPECIALIZAREA MARKETING

COMPETENȚE PROFESIONALE

1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing
2. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing
3. Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său
4. Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing
5. Utilizarea tehnicilor de vânzare
6. Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
7. Utilizarea adecvată a metodelor și tehnicilor de comunicare de marketing
8. Proiectarea sistemului managerial și derularea procesului de management la nivelul organizațiilor de complexitate medie

COMPETENȚE TRANSVERSALE

1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă
2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei
3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare
4. Dezvoltarea capacităților organizatorice și de comunicare, în scopul îndeplinii unor sarcini specifice

ABILITĂȚI COGNITIVE SPECIFICE PROFESIEI

- Stăpânirea limbajului economic și de marketing;
- Aplicarea unor concepte, teorii și metode specifice de investigarea fundamentală în domeniul marketing;
- Abilitatea de a fundamenta alternative strategice într-un mediu puternic concurențial;
- Capacitatea de a evalua independent un fenomen complex din activitatea de piață a organizației și de a formula concluzii pertinente pe baza analizei;
- Inițiativă în abordarea unei probleme, în utilizarea unor instrumente și metode specifice de marketing;
- Capacitate de a percepe, analiza și utiliza creator noile concepte de marketing.

CONȚINUTUL DISCIPLINELOR

MICROECONOMIE

5 puncte credit

Cursul urmărește însușirea de către studenți a sistemului de noțiuni și categorii ale economiei ca știință, subdiviziunea Microeconomie, precum și dobândirea abilităților de a utiliza cunoștințele în aplicații practice.

MATEMATICI APLICATE ÎN ECONOMIE

6 puncte credit

Are în vedere însușirea de către studenți a noțiunilor despre optimizare, ajustare a datelor experimentale, teoria probabilităților, statistică, operații financiare precum și dobândirea abilității de a utiliza în aplicații practice, noțiunile teoretice însușite.

DREPT

3 puncte credit

Oferă studenților cunoștințe indispensabile pentru însușirea reglementărilor legale necesare în calitatea lor viitoare de agenți economici. Transmite viitorilor economiști conținutul social-politic și normativ al reglementărilor legale și le formează deprinderi practice pentru aplicarea normelor juridice în situații concrete.

TEHNOLOGIA APLICAȚIILOR OFFICE

5 puncte credit

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a modalităților concrete de utilizare a calculatoarelor personale PC – compatibile IBM și a principalelor produse program utilizate în activitatea de birou: procesoare de texte, programe de calcul tabelar, programe pentru prezentări și programe de planificare și gestionare a activităților, a conturilor de mail și a mesajelor (componente ale Microsoft Office).

BAZELE CONTABILITĂȚII

5 puncte credit

Urmărește însușirea noțiunilor de bază privind teoria contabilă, precum și a principiilor și tehnicilor de organizare și funcționare a contabilității fiecărei unități.

INTRODUCERE ÎN COMUNICAREA INTER-PERSONALĂ

3 puncte credit

Pe parcursul acestui curs studenții vor defini comunicarea inter-personală și vor înțelege argumentele privind necesitatea acesteia în societate. De asemenea, vor fi analizate cele mai importante fenomene ale relaționării individ - individ sau individ – mediu cum ar fi: grupurile, imaginea de sine și percepția socială, puterea, influența, etc. Cursul își propune să prezinte și aspecte legate de fenomenul atribuirii, precum și fenomenul conducerii, făcându-se, totodată, referiri și la abilități de comunicare, depășirea obstacolelor ce pot apărea în calea unei comunicări eficiente sau la comportamente de comunicare (a emițătorului și a receptorului).

LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE I

3 puncte credit

Urmărește dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic; asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze; realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrație.

MACROECONOMIE

5 puncte credit

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a sistemului de noțiuni și categorii ale economiei ca știință, subdiviziunea Macroeconomie; dobândirea de către studenți a abilităților de a utiliza cunoștințele însușite în aplicații practice.

BAZELE MARKETINGULUI

5 puncte credit

Familiarizarea studenților cu problemele de bază ale marketingului: esența, funcțiile și locul acestuia în cadrul științelor economice, analiza mediului de marketing al firmei, comportamentul individual și organizațional, precum și managementul informațiilor de marketing ale firmei. Urmărește completarea culturii economice a studentului prin sistemul de cunoștințe și noțiuni asimilate de studenți la Bazele marketingului.

FINANȚE

5 puncte credit

Vizează studiul problemelor teoretice ale finanțelor și cele privind politica financiară a statului în economia de piață, condițiile apariției, evoluției și existenței finanțelor, conținutul economic și funcțiile lor, sistemul și instituțiile financiar - bancare, mecanismul financiar, politica financiară, piețele financiare și bursele de valori.

BAZELE MANAGEMENTULUI

5 puncte credit

Are în vedere prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul managementului modern, dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea organizațiilor bazate pe cunoștințe într-o economie globalizată, formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, etice și morale.

INSTRUMENTE SOFTWARE PENTRU MARKETING

3 puncte credit

Disciplina urmărește pregătirea studenților în vederea folosirii principalelor instrumente software oferite de sistemul de gestiune a bazelor de date Oracle 12c pentru îmbunătățirea activității de management. În acest scop, studenților le sunt prezentate cunoștințele necesare pentru a înțelege și gestiona structura unei baze de date și schema bazei de date în care sunt create obiectele de bază, pentru a rula instrucțiuni în limbajul de definire a datelor (LDD) în vederea creării și gestionării obiectelor schemei, pentru a rula instrucțiuni în limbajul de manipulare a datelor (LMD) în vederea defășurării eficiente a activităților de management, pentru a administra conturile de utilizator și nivelul de securitate, pentru a efectua copii de rezervă și a restaura baze de date. De asemenea, se va urmări însușirea cunoștințelor legate de gestionarea obiectelor cu ajutorul viziunilor dicționarului bazei de date (data dictionary views), controlul accesului la anumite obiecte ale bazei de date, manipularea seturilor mari de date, utilizarea de sub-interogări (subqueries), gruparea și agregarea datelor colectate folosind operatorii ROLLUP și CUBE, analiza și raportarea datelor folosind funcțiile Ranking, LAG/LEAD, FIRST/LAST, însușirea conceptului de interogare ierarhică, crearea de rapoarte structurate arborescent, formatarea datelor ierarhice și excluderea anumitor ramuri din structura arborescentă, utilizarea expresiilor regulate pentru a căuta și identifica anumite date.

GLOBALIZAREA ȘI CORPORAȚIILE MULTINAȚIONALE

4 puncte credit

Disciplina are în vedere asigurarea cadrului conceptual necesar înțelegerii fenomenelor și proceselor din domeniu, prin prezentarea caracteristicile actuale și a tendințelor manifestate la nivelul corporațiilor multinaționale în contextul procesului de globalizare. Totodată, cursul evidențiază evoluția raporturilor de forțe la nivel global, importanța, rolul și modul de operare a corporațiilor multinaționale.

LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE II

3 puncte credit

Scopul disciplinei este reprezentat de dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrație.

POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING

5 puncte credit

Familiarizarea studenților cu elaborarea și punerea în practică a instrumentarului de marketing. Atenția principală este acordată politicilor de marketing și mix-ului de marketing ca instrument de promovare a acestor politici.

TEHNICI DE STUDIERE A PIEȚEI

5 puncte credit

Însușirea de către studenți a cadrului metodologic de organizare a investigațiilor de piață; cunoașterea principalelor metode de culegere, analiză și interpretare a informațiilor privind fenomenele de piață; formarea abilităților de elaborare a unui raport de cercetare.

TEHNICI DE VÂNZARE

4 puncte credit

Cursul își propune să ofere resurse pentru înțelegerea și aprofundarea principiilor, tehnicilor, practicilor și noțiunilor dedicate procesului de vânzare precum și noțiunilor elementare referitoare la forța de vânzare. Vânzarea reprezintă una dintre componentele importante ale fiecărei companii de succes. Prin intermediul unor studiilor de caz, invitațiilor din mediul de afaceri și aplicațiilor cursanții vor fi familiarizați cu elemente motivaționale și diferite perspective și obiective organizaționale relaționate cu activitatea de vânzare.

STATISTICĂ

5 puncte credit

Cunoașterea metodelor și tehnicilor statistice utilizate pentru comensurarea fenomenelor și proceselor social - economice la nivel național (micro și macro- economic), la nivel european și mondial și însușirea cadrului metodologic de colectare și sistematizare a datelor, de calcul a indicatorilor economici și de interpretare a acestora.

MARKETING ȘI MĂRFURI

4 puncte credit

Disciplina are în vedere punerea la dispoziția studenților a conceptelor referitoare la proiectarea și realizarea mărfurilor din perspectiva gândirii de marketing. Cursanții vor deprinde competențe din înțelegerea implicațiilor utilizării marketingului în cadrul etapelor aferente creării mărfurilor.

ENGLEZĂ PENTRU MARKETING I

3 puncte credit

Însușirea de către studenți a limbajului economic, politic, bancar-financiar, administrativ, de afaceri în

limba engleză, asimilarea structurilor gramaticale ale limbii engleze, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management, dobândirea fluentei, spontaneității, acurateței și autonomiei în comunicarea orală și scrisă în afaceri.

COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

4 puncte credit

Dezvoltarea cunoașterii și abilităților în materie de îmbunătățire a strategiilor de marketing prin înțelegerea consumatorului și luarea unor decizii mai informate în consecință. Conturarea unei imagini riguroase asupra limitărilor în materie de cunoaștere a consumatorului sau de abilități de procesare a informației care influențează deciziile și rezultatul marketingului.

MARKETINGUL SERVICIILOR

4 puncte credit

Disciplina marketingul serviciilor abordează un domeniu specializat al marketingului studiind aspectele teoretice și practice ale utilizării acestuia în sectorul serviciilor.

DISTRIBUȚIE ȘI MERCHANDISING

3 puncte credit

Are ca principal obiectiv familiarizarea studenților cu economia distribuției, cu evoluția tehnicilor de merchandising la toți partenerii distribuției, cu raporturile de forță dintre producători, distribuitori și consumatori.

TEHNICI PROMOȚIONALE

4 puncte credit

Disciplina are în vedere însușirea conceptelor teoretice și a modalităților practice de desfășurare a activităților promoționale, cunoașterea componentelor și etapelor unui plan de marketing publicitar și implementarea metodelor și tehnicilor promoționale în procesul decizional al firmei.

ECONOMETRIE

5 puncte credit

Prezentarea și însușirea de către studenți a noțiunilor și conceptelor pe care se bazează construirea, rezolvarea și utilizarea modelelor econometrice, pentru fundamentarea deciziilor (planurilor, programelor, scenariilor de politică economică) la nivel micro și macroeconomic.

ENGLEZĂ PENTRU MARKETING II

3 puncte credit

Disciplina vizează dezvoltarea deprinderilor de recepționare a unui mesaj scris sau vorbit și de transmitere a unui mesaj scris sau vorbit în contexte de comunicare economice. Familiarizarea cu

uzantele de negociere și comunicare folosite în mediul de afaceri din țările anglo saxone.

PRACTICĂ DE SPECIALITATE

3 puncte credit

Are în vedere fixarea cunoștințelor de specialitate, îndeosebi pentru disciplinele prevăzute în planul de învățământ pentru anul II, dezvoltarea unor abilități practice, cunoașterea realității din cadrul firmei (bazei de practică).

MARKETING DIGITAL

5 puncte credit

Cursul își propune studierea impactului folosirii Internetului și a altor tehnologii în activitatea de marketing, dar și a importanței activităților de marketing în adoptarea noilor tehnologii. Cursanții vor fi familiarizați cu noțiuni conceptuale și instrumente folosite în deciziile de marketing implicate de evoluțiile dinamice ale mediului de afaceri electronice.

MARKETING INTERNAȚIONAL

5 puncte credit

Cursul se fundamentează pe cazuistica unor companii naționale, multinaționale și transnaționale care acționează, cu succes, pe piețele internaționale de bunuri materiale și servicii, oferind astfel, alternative strategice pentru agenții economici care abordează problematica marketingului internațional.

MARKETINGUL ORGANIZAȚIILOR NON-PROFIT

3 puncte credit

Disciplina urmărește însușirea de către studenți a conceptelor teoretico-practice de marketing care pot fi utilizate de organizațiile non-profit la nivel strategic și operațional în vederea eficientizării activității. Cursanților le vor fi prezentate obiective, strategii și instrumente de marketing adaptate și/sau dezvoltate special pentru acest domeniu de activitate.

MANAGEMENT COMERCIAL

5 puncte credit

Prin acest curs se urmărește familiarizarea studenților cu o serie de noțiuni orientate spre cunoașterea necesității gestiunii eficiente a activității comerciale în scopul obținerii unei eficiențe ridicate a organizației.

RELAȚII PUBLICE

4 puncte credit

Disciplina are ca obiectiv principal, dobândirea de abilități privind conceperea și implementarea în practică a unei campanii de relații publice; totodată, se urmărește ca studentul să poată oferi și primi, în mod corect, feedback în comunicarea internă și externă și să asigure un dialog eficient cu publicul (mass-media, organizații, agenți economici etc.); disciplina abordează, de asemenea, teme precum: planul unei campanii de relații publice, comunicarea de criză (managementul crizelor, strategii de comunicare, relația cu presa etc.); tehnici specifice activității de relații publice.

COMUNICARE DE MARKETING ÎN LIMBA ENGLEZĂ I

3 puncte credit

Disciplina urmărește dobândirea de către studenți a unor competențe legate de teoria comunicării în general, cu aplicare la domeniul economic, realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management și administrației, dezvoltarea și utilizarea unor stiluri de negociere specifice.

BUSINESS TO BUSINESS MARKETING

5 puncte credit

Disciplina urmărește transmiterea către cursanți a cunoștințelor de specialitate necesare fundamentării și elaborării politicilor de marketing industrial, a orientării strategiilor firmelor ce acționează în cadrul pieței organizaționale și a programării activităților firmelor producătoare sau de prestări servicii.

MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII

3 puncte credit

Cursul urmărește diseminarea de cunoștințe de specialitate privind CRM, evaluarea impactului strategic, operațional și analitic al CRM asupra performanțelor firmei.

MARKETING FINANCIAR-BANCAR

4 puncte credit

Conținutul acestui curs urmărește însușirea de către masteranzi a elementelor fundamentale privind marketingul în domeniul financiar-bancar; sunt abordate instrumentele fundamentale cu privire la planificarea strategică de marketing în domeniul serviciilor-bancare.

MARKETINGUL EVENIMENTELOR

3 puncte credit

Cursul pune la dispoziția cursanților o serie de concepte și instrumente prin care organizația poate comunica eficient cu diferite categorii de public de interes prin intermediul evenimentelor. Cursanții vor fi familiarizați cu procesul de planificare, dezvoltare și livrare a unui eveniment, fiind implicați efectiv în derularea acestor procese în cadrul unor evenimente reale.

STRATEGII MANAGERIALE

5 puncte credit

Are în vedere prezentarea fondului principal de cunoștințe privind strategia firmei, oferirea unui cadru teoretico-metodologic integrator privind fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiei firmei, ținând cont de cele mai relevante experiențe sintetizate de literatura și practica de specialitate; formarea studenților o gândire strategică sistemică – anticipativă și prospectivă – și să dezvolte abilitățile acestora, intuiția și creativitatea lor în ceea ce privește elaborarea și implementarea strategiei la nivelul firmei.

COMUNICARE DE MARKETING ÎN LIMBA ENGLEZĂ II

3 puncte credit

Dobândirea de către studenți a unor competențe legate de comunicarea profesională în activitatea de marketing și publicitate în limba engleză. Realizarea capacității de comunicare eficientă, firească, operativă și creatoare în limba engleză în activitățile de management/marketing.

ELABORAREA LUCRĂRII DE LICENȚĂ

3 puncte credit

Presupune însușirea abilităților necesare realizării și susținerii lucrării de licență.

STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ

I.3. TRASEE EDUCAȚIONALE

Începând din **anul II de studii**, Facultatea de Management-Marketing oferă studenților de la cursurile cu frecvență cu frecvență redusă, posibilitatea să opteze pentru unul dintre următoarele trasee educaționale, în funcție de specializare:

Specializare

Traseu educațional

1. Marketing
2. Afaceri internaționale
3. Finanțe și bănci
4. Contabilitate
5. Economie europeană
6. Drept
7. Economia comerțului, turismului și serviciilor
8. Informatică

MANAGEMENT

Traseu educațional	Discipline			
	An II, sem. I	An II, sem. II	An III, sem. I	An III, sem. II
Marketing	Tehnici de vânzare	Comportamentul consumatorului	Marketing digital	Business to business marketing
Afaceri internaționale	Economia integrării europene	Politici sectoriale ale U.E.	Managementul afacerilor internaționale I	Managementul afacerilor internaționale II
Finanțe și bănci	Monedă	Instituții de credit	Produce și servicii bancare	Finanțe internaționale
Contabilitate	Contabilitate managerială 2	Sisteme informatice de gestiune	Contabilitate internațională	Audit financiar
Economie europeană	Economia integrării europene	Linii de finanțare ale UE	Linii de finanțare internaționale	Managementul proiectelor
Drept	Drept financiar și fiscal	Dreptul proprietății intelectuale	Dreptul muncii I	Dreptul nediscriminării
Economia comerțului, turismului și serviciilor	Economia turismului	Turism internațional	Resurse și destinații turistice	Ecoturism și turism rural
Informatică	Cibernetică economică	Managementul proiectelor informatice	Programarea aplicațiilor Web	Rețele de calculatoare și Internet

Specializare Traseu educațional

MARKETING

1. Management
2. Economie internațională
3. Finanțe și bănci
4. Contabilitate
5. Economie europeană
6. Drept
7. Economia comerțului, turismului și serviciilor
8. Informatică

Traseu educațional	Discipline			
	An II, sem. I	An II, sem. II	An III, sem. I	An III, sem. II
Management	Metodologii manageriale	Managementul serviciilor	Management antreprenorial	Managementul calității
Economie internațională	Economia integrării europene	Politici sectoriale ale U.E.	Comerț internațional	Politici comerciale
Finanțe și bănci	Monedă	Instituții de credit	Produse și servicii bancare	Finanțe internaționale
Contabilitate	Produse software pentru contabilitate	Sisteme informatice de gestiune	Contabilitate internațională	Audit financiar
Economie europeană	Economia integrării europene	Linii de finanțare ale UE	Linii de finanțare internaționale	Managementul proiectelor
Drept	Drept financiar și fiscal	Dreptul proprietății intelectuale	Dreptul muncii I	Dreptul nediscriminării
Economia comerțului, turismului și serviciilor	Economia turismului	Turism internațional	Resurse și destinații turistice	Ecoturism și turism rural
Informatică	Cibernetică economică	Managementul proiectelor informatice	Programarea aplicațiilor Web	Rețele de calculatoare și Internet

De precizat faptul că, alegerea unui traseu educațional **impune studierea disciplinelor aferente traseului**. Pentru o mai bună înțelegere a celor afirmate, dăm următoarele exemple de trasee educaționale:

a. Traseu – *Afaceri internaționale*:

An de studiu	Semestru	Disciplina	Număr puncte credit
II	I	Economia integrării europene	4
II	II	Politici sectoriale ale U.E.	4
III	I	Managementul afacerilor internaționale I	4
III	II	Managementul afacerilor internaționale II	4

b. Traseu – *Finanțe și bănci:*

An de studiu	Semestru	Disciplina	Număr puncte credit
II	I	Monedă	4
II	II	Instituții de credit	4
III	I	Produse și servicii bancare	4
III	II	Finanțe internaționale	4

STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT

II.1. PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT „MANAGEMENTUL STRATEGIC AL FIRMEI”

DURATA DE STUDII: 2 ANI, cursuri de zi

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

Misiunea programului de studii universitare de masterat „Managementul Strategic al Firmei” este de a forma manageri profesioniști, cu competențe în domeniul managementului strategic, capabili să conducă și să administreze organizații de tip economic funcționale pe o piață globală, într-o economie a cunoașterii și într-un mediu de afaceri aflat în continuă schimbare. Caracteristica distinctivă a programului de studii universitare de masterat constă în adecvarea curriculei la standardele educaționale naționale și europene, la dinamica și exigențele pieței muncii, având în structura sa, discipline de cunoaștere avansată în domeniul managementului și în egală măsură, o accentuată componentă de cercetare științifică.

Obiectivele programului de studii universitare de masterat „Managementul Strategic al Firmei” vizează în principal:

- Formarea unui comportament managerial profesionist specialiștilor din domeniul managementului strategic;
- Optimizarea activităților practice integrate în ansamblul procesului didactic și dezvoltarea laturii vocaționale a specialiștilor în management strategic;
- Abordarea în viziune sistemică, integratoare, a celor mai importante aspecte implicate de fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea strategiei unei firme în contextul internaționalizării activităților, globalizării și trecerii la economia bazată pe cunoaștere;
- Asimilarea conceptelor fundamentale ale managementului strategic, care au relevanță pentru profesionalizarea activității în domeniul respectiv;

- Evidențierea rolului determinant al managerilor, a caracteristicilor sale și multiplelor funcții pe care le exercită în firma contemporană;
- Axarea problematicii managementului strategic pe utilitatea și oportunitatea economică, elemente specifice determinante pentru funcționalitatea și competitivitatea firmelor;
- Compatibilizarea modului de gândire strategică și acțiune cu exigențele actuale ale mediului concurențial;
- Evidențierea rolului determinant al managerilor în creșterea eficienței organizațiilor, a caracteristicilor acestora și multiplelor funcții pe care le exercită în firma contemporană;
- Formarea profilului etic – profesional al specialiștilor în domeniul managementului strategic al firmei;
- Dobândirea de competențe de specialitate și abilități cognitive specifice: capacitatea de adaptare la medii concurențiale aflate în continuă schimbare, capacitatea de proiectare, elaborare și implementare a strategiilor economice și manageriale, capacitatea de adoptare a deciziilor manageriale în diferite stări ale condițiilor obiective, abilități de leadership la nivel organizațional, abilitatea de a lucra în echipă, de a antrena și motiva angajații și de a gestiona conflictele la nivel organizațional.

Programul de studii universitare de masterat „*Managementul Strategic al Firmei*” aprofundează aspectele moderne ale managementului general și strategic, pornind de la premisa că „revoluția” cunoștințelor și globalizarea au condus la redefinirea universului organizațiilor economice, redirecționând gândirea managerială și strategică. În acest context, în prim-planul planificării strategice apare necesitatea reconceptualizării strategiei, redefinirii misiunii strategice, practicării unui management strategic axat pe valorile intangibile, reproiectării sistemului de management, creării unor instrumente noi de captare a fluxurilor de valoare și a unor mecanisme care să recompenseze crearea de valoare.

Programul de studii universitare de masterat va urmări cunoașterea, înțelegerea și utilizarea specializată a conceptelor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul managementului care să conducă la formarea și dezvoltarea abilităților de a explica și interpreta problematici specifice, de a realiza conexiuni cu alte domenii economice, de a formula judecăți de valoare în domeniul managementului strategic al firmei, de a soluționa probleme în contexte noi, de a realiza o reflecție critic-constructivă asupra managementului precum și a relațiilor cu alte domenii.

Absolvenții programului de studii universitare de masterat „*Managementul Strategic al Firmei*” vor avea capacitatea de a practica, la nivel de înaltă competență, activități specifice managementului general și strategic al firmei, prin utilizarea cunoștințelor dobândite în procesul formativ, experienței în profesie, calităților psihologice și trăsăturilor de personalitate.

Perspective profesionale:

- *Consilier economic (111211);*
- *Director societate comercială (112004);*
- *Director adjunct societate comercială (112005);*
- *Director general societate comercială (112011);*
- *Director general adjunct societate comercială (112012);*
- *Director general regie autonomă (112014);*
- *Director general adjunct regie autonomă (112015);*
- *Director comercial (112017);*
- *Director/director adjunct (112019);*
- *Director economic (112020);*
- *Director tehnic (112024);*
- *Director incubator tehnologic de afaceri (112026);*
- *Director departament cercetare – dezvoltare (112027);*
- *Manager general (112028);*
- *Manager (112029);*
- *Director resurse umane (112033);*
- *Manager resurse umane (121207);*
- *Manager marketing (tarife, contracte, achiziții) (122107);*
- *Director proiect (122313);*
- *Manager achiziții (132448);*
- *Manager aprovizionare (132450);*
- *Manager relația cu furnizorii (132451);*
- *Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice (242110);*
- *Consultant în management (263107);*
- *Manager al sistemelor de management al calității (325701).*

DISCIPLINE DE STUDIU

DISCIPLINE OBLIGATORII

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

MANAGEMENT OPERAȚIONAL – furnizarea de cunoștințe și dezvoltarea abilităților necesare pentru operaționalizarea managementului în domeniul productiv al organizațiilor economice din diverse sectoare de afaceri. **6 ECTS**

FINANȚE CORPORATIVE – prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul finanțelor corporatiste și formarea unei concepții manageriale moderne utile în conducerea și administrarea corporațiilor. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL MARKETINGULUI – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind organizarea, implementarea și controlul activităților de marketing la nivelul firmei. **6 ECTS**

SISTEME SUPOORT PENTRU ADOPTAREA DECIZIILOR – aprofundarea cunoștințelor necesare pentru proiectarea și utilizarea unui sistem suport de decizie ca parte a sistemului de management și tehnologiile informatice asociate acestuia. **6 ECTS**

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

MANAGEMENTUL PROIECTELOR – furnizarea competențelor specifice managementului proiectelor la nivelul firmei, respectiv elaborare, implementare, monitorizare, control și evaluare a eficienței economice. **6 ECTS**

LEADERSHIP ȘI CULTURĂ ORGANIZAȚIONALĂ – studiul conceptelor, principiilor, tehnicilor și metodelor specifice leadership-ului și culturii organizaționale, dezvoltarea abilității de a conduce performant o firmă în context multicultural, dezvoltarea unei culturi organizaționale antreprenoriale, la confluența dintre management-afaceri-comunicare și psihologie în contextul firmei globale. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI – cunoașterea conceptelor și componentelor cheie ale managementului performanței, însușirea celor mai bune practici privind proiectarea, implementarea și utilizarea indicatorilor-cheie pentru măsurarea performanței în afaceri. **6 ECTS**

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

POLITICI ȘI STRATEGII ÎN MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE – abordarea strategică a managementului resurselor umane și crearea unui nou mod de a gândi și de a percepe fenomenele economice și sociale în care sunt implicate resursele umane. **6 ECTS**

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

MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII – prezentarea cunoștințelor specifice CRM, evaluarea impactului strategic, operațional și analitic al CRM asupra performanțelor firmei. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL AFACERILOR INTERNAȚIONALE – abordarea celor mai importante aspecte ale desfășurării activităților economice externe – forme de organizare ale comerțului internațional, promovarea afacerilor externe, organizarea negocierilor internaționale, clauzele operațiunilor de export-import, plăți internaționale, operațiuni comerciale combinate și complexe, mecanismul de funcționare a licitațiilor. **6 ECTS**

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

MANAGEMENT STRATEGIC – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind managementul strategic, dezvoltarea capacității de analiză strategică a firmei, dezvoltarea abilităților necesare pentru adaptarea managementului strategic la specificul organizațiilor de tip economic din diverse sectoare de afaceri, în context multicultural globalizat. **5 ECTS**

DISCIPLINE OPȚIONALE

MARKETING ȘI AFACERI ONLINE – prezentarea principalelor concepte, metode și tehnici moderne de analiză, proiectare și exploatare a sistemelor informatice interactive online, stabilirea și prezentarea modelelor de e-business existente, cunoașterea aplicațiilor integrate de e-business de tip ERP, CRM, SCM și e-procurement. **6 ECTS**

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

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

STRATEGII DE NEGOCIERE – furnizarea noțiunilor de bază privind pregătirea și organizarea negocierii, evidențierea particularităților interculturale în negocierea internațională de afaceri, crearea și dezvoltarea unor abilități practice privind negocierea. **6 ECTS**

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

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

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

DERULAREA TRANZACȚIILOR COMERCIALE – are rolul de a transmite informațiile necesare privind inițierea și fundamentarea unei operațiuni de comerț exterior. O caracteristică a cursului o constituie interdisciplinaritatea, îmbinând, mai multe discipline economice pe care un economist trebuie să le cunoască pentru a încheia contracte comerciale internaționale la nivelul standardelor economice contemporane. De asemenea, studenții se vor familiariza cu noțiuni legate de politici comerciale, de contractarea internațională, de tehnicile de plată în tranzacțiile comerciale și de operațiunile de import-export. **6 ECTS**

STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT

II.2. PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT „MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ORGANIZAȚIEI”

DURATA DE STUDII: 2 ANI, cursuri de zi

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

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

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

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

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

COMPETENȚE GENERALE

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

COMPETENȚE DE SPECIALITATE

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

ABILITĂȚI COGNITIVE SPECIFICE PROFESIEI

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

PERSPECTIVE PROFESIONALE

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

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

DISCIPLINE DE STUDIU

DISCIPLINE OBLIGATORII

MANAGEMENT GENERAL – Prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul managementului modern; dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea organizațiilor bazate pe cunoștințe într-o economie globalizată; formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, etice și morale. **6 ECTS**

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

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

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

INSTRUMENTE SOFTWARE ORGANIZAȚIONALE – Disciplina urmărește:

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

6 ECTS

METODOLOGII MANAGERIALE – Prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul sistemului metodologic al firmei; Familiarizarea masteranzilor cu principalele instrumente manageriale aplicabile cu prioritate în managementul firmei în contextul integrării economice europene; Dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în procesul creării și dezvoltării unor societăți comerciale competitive; Formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, prin punerea în discuție a unor cazuri reale. **6 ECTS**

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

MARKETING INTERNAȚIONAL – Însușirea de către masteranzi a elementelor fundamentale privind marketingul internațional. Sunt abordate noțiunile fundamentale ale marketingului internațional cu scopul de a oferi studenților o viziune de marketing ce depășește granițele unei țări, o viziune internațională și globală. Se urmărește dobândirea de către masteranzi a abilității de a utiliza cunoștințele însușite prin elaborarea unor strategii de marketing internațional eficiente pentru diverse companii care acționează pe piața globală. **6 ECTS**

RAPORTĂRI FINANCIARE – Însușirea conținutului Standardelor internaționale de raportare financiară (IFRS) și Standardelor Internaționale de Contabilitate (IAS) pe domenii (Bilant, Combinari

de întreprinderi, Raportare pe segmente, Cont de rezultat etc.); Abordarea comparativa a prevederilor IFRS și USGAAP; Aprofundarea cunoștințelor și dobândirea unui raționament profesional în scopul obținerii unor situații financiare (raportări financiare) utile și credibile atât pentru investitori, cât și pentru celelalte categorii de utilizatori. **6 ECTS**

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

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

MARKETING DIGITAL – Cursul își propune studierea impactului folosirii Internetului și a altor tehnologii în activitatea de marketing, dar și a importanței activităților de marketing în adoptarea noilor tehnologii. Cursanții vor fi familiarizați cu noțiuni conceptuale și instrumente folosite în deciziile de marketing implicate de evoluțiile dinamice ale mediului de afaceri electronice. **6 ECTS**

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

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

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

MANAGEMENT STRATEGIC – Cursul își propune însușirea de către cursanți a conceptelor de bază privind strategia și managementul strategic; Să ofere un cadru teoretico-metodologic integrator privind fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiei firmei, ținând cont de cele mai relevante experiențe sintetizate de literatura și practica de specialitate; Să formeze cursanților o gândire strategică sistemică – anticipativă și prospectivă – și să dezvolte abilitățile acestora, intuiția și creativitatea lor în ceea ce privește elaborarea și implementarea strategiei și în general practicarea managementului strategic la nivelul firmei; Definirea acțiunilor manageriale necesare pentru implementarea strategiilor economice la nivelul organizațiilor moderne. **5 ECTS**

DISCIPLINE OPȚIONALE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT

II.3. MANAGEMENTUL INFORMAȚIILOR

- intelligence economic -

Domeniul de studii universitare de master acreditat: Management

Număr puncte credit transferabile (ECTS): 120

Durata studiilor: 2 ani

Forma de învățământ: IF

Limba de predare: Română

DE CE MANAGEMENTUL INFORMATILOR ȘI INTELLIGENCE ECONOMIC?

Dezvoltarea unui program de master dedicat managementului informațiilor **are ca resort necesitatea de constituire la nivel național a unui corp comun de cunoaștere în domeniul intelligence-ului economic**, ca o componentă esențială a procesului de management strategic derulat la nivelul instituțiilor private și publice din România. Având în vedere imperativul dezvoltării și consolidării capabilităților de intelligence economic la nivel sistemic, este necesară crearea la nivelul fiecărei entități din România a unor unități și rețele de intelligence specializate pe diferite domenii. Atingerea acestui obiectiv este condiționată de **introducerea în cadrul procesului educațional a unor programe de pregătire în domeniul intelligence-ului competitiv și al managementului cunoașterii.**

AVANTAJE

În ultimele două decenii, intelligence-ul economic a cunoscut o dezvoltare sistematică și de anvergură în plan internațional, fiind inițiate numeroase programe specializate de pregătire în domeniu. **Acest progres nu a fost transpus și la nivelul României, aspect reflectat de oferta educațională precară dedicată domeniului.**

CUI SE ADRESEAZĂ ACEST PROGRAM?

Având în vedere absența de pe piața educațională din România a unor programe de studii pe termen lung în domeniul intelligence-ului economic, **Facultatea de Management-Marketing**, organizează programul de studii universitare de master *Managementul Informațiilor* **focusat pe Intelligence Economic** care se adresează angajaților și managerilor din sectorul privat și public și care le oferă acestora cadrul necesar îmbunătățirii procesului decizional din cadrul organizațiilor,

precum și facilitarea înțelegerii modului de utilizare a informației pentru creșterea competitivității economice.

DUPĂ ABSOLVIREA ACESTUI PROGRAM, veți avea competențele necesare pentru:

- *Definirea, clasificarea și utilizarea corectă a teoriilor, principiilor și legilor care guvernează activitatea de securitate și intelligence economic;*
- *Identificarea problemelor specifice domeniului securității economice și elaborarea propunerilor necesare pentru soluționarea acestora;*
- *Elaborarea strategiilor, coordonarea proceselor de intelligence competitiv și utilizarea instrumentelor tehnologice specifice managementului cunoașterii în vederea contracarării riscurilor la adresa securității organizațiilor;*
- *Colectarea și analiza de informații, inclusiv prin integrarea componentei tehnologice;*
- *Comunicarea produselor de intelligence și adaptarea la client prin tehnici de profiling.*

PERSPECTIVE PROFESIONALE

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

- *Manager informații pentru afaceri (121308);*
- *Manager de securitate (121306);*
- *Consilier guvernamental (111202);*
- *Șef obiectiv servicii de securitate (121305);*
- *Consilier diplomatic (111201);*
- *Manager proiect (242101);*
- *Consilier instituții publice (111204);*
- *Șef departament (111223);*
- *Șef serviciu instituție publică (111225);*
- *Șef birou (121904);*
- *Șef birou / serviciu administrativ (121906);*
- *Referent în management / manager (112029).*

DISCIPLINE DE STUDIU

MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIEI – Prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul managementului modern; dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea organizațiilor bazate pe cunoștințe într-o economie globalizată; formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, etice și morale. **8 ECTS**

PROIECTARE SISTEME INFORMATICE – Însușirea metodelor și tehnicilor de analiză, proiectare și realizare a sistemelor informatice pentru conducere; Însușirea particularităților sistemelor informatice pentru conducere în condițiile utilizării rețelelor de calculatoare și tehnologiilor Internet/Intranet; Însușirea modalităților de gestionare eficientă a volumelor mari de date cu ajutorul sistemelor de gestiune a bazelor de date. **8 ECTS**

GEOPOLITICĂ, GEOSTRATEGIE ȘI SECURITATE – Delimitarea tendințelor geopolitice, geoeconomice și geostrategice în ecuația securității mondiale; Prezentarea unor programe și proiecte comune în delimitarea sferelor de influență geopolitice și geostrategice, dar care au drept scop și accelerarea integrării statelor în structurile europene și euro – atlantice. **7 ECTS**

DREPT ADMINISTRATIV ȘI CONTENCIOS ADMINISTRATIV - Însușirea dispozițiilor referitoare la instituțiile fundamentale ale dreptului administrativ, pentru asigurarea bazei teoretice necesară studierii părții speciale a acestei ramuri de drept și a celorlalte științe de drept public prevăzute în planul de învățământ. **7 ECTS**

MANAGEMENTUL INFORMAȚIILOR – Prezentarea fondului principal de cunoștințe specific managementului informațiilor; Însușirea cunoștințelor și formarea abilităților necesare domeniului, abordarea profesională a managementului informațiilor; Prezentare unei viziuni integrate asupra folosirii informației, securității și conservării acesteia. **7 ECTS**

MANAGEMENTUL RISCULUI – Operaționalizarea cunoștințelor acumulate pe parcursul pregătirii universitare la fundamentarea deciziilor financiare, în condiții de risc (riscul fiind „umbra” oricărei afaceri sau activități), menite să asigure creșterea valorii organizației – obiectivul de bază al acesteia – în contextul SCHIMBĂRII, al economiei, organizației și managementul bazate pe cunoștințe, care să-i creeze avantajul competitiv așteptat, prin performanță, realizare de ne conceput, fără un management al riscului, științific, performant. **7 ECTS**

MANAGEMENTUL PROIECTELOR - Cunoașterea și însușirea noțiunii de proiect și a caracteristicilor acestuia; Înțelegerea rolului proiectelor în creșterea eficienței economice; Utilizarea unui limbaj adecvat, specific managementului proiectelor și cunoașterea conceptelor de bază aplicate în activitatea practică a agenților economici; Identificarea elementelor specifice organizării în managementul proiectelor și însușirea noțiunilor teoretice ale modelelor de management al proiectelor; Înțelegerea necesității activităților de control, monitorizare și evaluare a proiectelor; Dobândirea abilităților de utilizare efectivă a elementelor specifice controlului, monitorizării și evaluării proiectelor. **7 ECTS**

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

METODE CANTITATIVE PENTRU MANAGEMENT – Prezentarea cunoștințelor teoretice și practice privind metodele și tehnicile cantitative de evaluare în condițiile economiei de piață; Însușirea metodelor de construire a modelelor economice și matematice pentru pregătirea deciziilor financiare. **6 ECTS**

SECURITATEA CIBERNETICĂ – Prezentarea cunoștințelor cu privire la securitatea telecomunicațiilor și a rețelelor; Globalizarea sistemelor și securizarea spațiului cibernetic; Aspecte juridice privind protecția și securitatea sistemelor informaționale; Protecția informațiilor de securitate prin clasificarea lor. **6 ECTS**

POLITOLOGIE – Prezentarea sistemului de cunoștințe teoretice și practice privind știința politică; Dobândirea abilități de formulare a unor idei proprii și de susținere a acestora cu privire la sistemul științelor politice din România. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE – Familiarizarea cursanților cu o serie de noțiuni orientate spre cunoașterea necesității gestiunii eficiente a resurselor umane în scopul obținerii unei eficiențe ridicate a organizației; Cursul își propune să formeze și să cultive la fiecare participant capacitatea de a gestiona eficient personalul unei organizații; Utilizarea unui limbaj adecvat, specific managementului strategic și cunoașterea conceptelor de bază ale politicilor și strategiilor aplicate în managementul resurselor umane; Abordarea strategică a problematicii managementului resurselor umane. – competență esențială pentru toți managerii și crearea unui nou mod de a gândi și de a percepe fenomenele economice și sociale în care sunt implicate resursele umane. **8 ECTS**

MEDIUL INTERNAȚIONAL DE AFACERI – Înțelegerea principalilor determinanți ai mediului internațional de afaceri la confluență cu provocările globalizării și regionalizării; Surprinderea principalelor aspecte referitoare la transformările apărute la nivelul proceselor economice, fapt care influențează în mod direct procesele de management la nivelul companiilor; Decoltarea capacității de a analiza și înțelege fenomenele cu impact global sau regional și de a adopta deciziile adecvate, într-un mediu de afaceri mai mult sau mai puțin predictibil; Dezbateră axelor care influențează comportamentul economic al managerilor companiilor; Analiza comparativă a determinanților politici, economici, socio-culturali, tehnologici, legali, etici și ambientali ai mediului internațional de afaceri. **8 ECTS**

STRATEGII, DOCTRINE ȘI POLITICI DE SECURITATE – Prezentarea structurii și funcțiilor principalelor organizații internaționale și a strategiilor de securitate; Investigarea tendințelor de evoluție a raporturilor dintre principalele organizații internaționale de securitate; Dezvoltarea abilităților analitice, critice și comunicaționale în domeniul securității; **8 ECTS**

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

COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE – Prezentarea cunoștințelor de specialitate privind activitatea de relații publice în economia contemporană; Înțelegerea contribuției activității de PR la creșterea notorietății firmei; dezvoltarea de abilități privind simularea unei campanii de PR. **6 ECTS**

SECURITATEA PURTĂTORULUI DE INFORMAȚIE - Prezentarea fondului principal de cunoștințe privind securitatea personalului (educația de securitate); Medierea conflictelor generate de verificările de personal și reținerea de a face publice datele de interes personal; Particularitățile protecției personalului din structurile de securitate ale organizațiilor economice. **6 ECTS**

DOCTRINA NAȚIONALĂ A INFORMAȚIILOR PENTRU SECURITATE – Prezentarea cunoștințelor privind structura și funcțiile principalelor organizații internaționale și a doctrinelor de securitate; Investigarea tendințelor de evoluție a raporturilor dintre principalele organizații internaționale de securitate. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL CONFLICTELOR ȘI CRIZELOR – Prezentarea fondului principal de cunoștințe cu privire la procedurile de analiză comparativă a situațiilor de criză și de reacție la criză; Crearea unor mecanisme de reacție controlată a factorilor politici pentru soluționarea crizelor; Prezentarea strategiei de contracarare a atacurilor la adresa imaginii României. **5 ECTS**

PRACTICĂ – STAGIU DE CERCETARE, DOCUMENTARE ȘI PREGĂTIREA DISERTAȚIEI – Urmărește utilizarea eficientă a informațiilor în managementul organizațional, în condițiile societății informaționale, prin aplicarea unor relații și conexiuni necesare profesiei, indiferent de domeniul de activitate; dar și a metodelor, tehnicilor și instrumentelor care să transpună în practică cunoștințele dobândite, specifice proiectării, conducerii și evaluării activităților desfășurate în domeniul managementului. **10 ECTS**

LEADERSHIP – Prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul leadership-ului modern; Prezentarea aproape exhaustivă a teoriilor privind leadership-ul, punându-se accent pe practica managerială pe care o reprezintă fiecare teorie; Formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente raționale, etice și morale. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL INCIDENTELOR DE SECURITATE - Urmărește identificarea vulnerabilităților și amenințărilor la adresa securității informațiilor clasificate; însușirea sistemului de raportare a incidentelor de securitate; managementul și soluționarea incidentelor de securitate; modalități diplomatice de soluționare a incidentelor internaționale de securitate. **5 ECTS**

STRATEGII DE NEGOCIERE - Deprinderea noțiunilor de bază în ceea ce privește pregătirea și organizarea negocierii comerciale; Fixarea unor noțiuni legate de strategii, tehnici și tactici de negociere ; Evidențierea particularităților interculturale presupuse de negocierea internațională de afaceri. **5 ECTS**

STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT

II.4. PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT „MANAGEMENTUL LOGISTICII”

Misiunea programului de studii universitare de masterat *Managementul Logisticii* este de a forma profesioniști cu competențe în domeniul managementului, capabili să conducă și să administreze organizații competitive cu obiect de activitate din sfera producției, stocării, transportului sau vânzării. Caracteristica distinctivă a programului de studii universitare de masterat constă în adecvarea permanentă a curriculei la standardele educaționale naționale și europene, la evoluțiile și exigențele pieței muncii, structura curriculară fiind dezvoltată și actualizată constant împreună cu organizații și asociații recunoscute în domeniul logisticii.

Obiectivele programului de studii universitare de masterat *Managementul Logisticii* vizează în principal:

- Abordarea în viziune sistemică, integratoare, a celor mai importante aspecte implicate de fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea strategiei unei organizații;
- Formarea unui comportament managerial profesionist specialiștilor din domeniul supply chain;
- Oferirea de competențe necesare gestionării proceselor logistice specifice activităților de aprovizionare, producție și desfacere;
- Evidențierea rolului determinant al managerilor în creșterea eficienței organizațiilor, a caracteristicilor acestora și multiplelor funcții pe care le exercită în firma contemporană;
- Analiza și participarea absolvenților la proiectarea, dezvoltarea și implementarea de noi concepte de logistică;
- Utilizarea aplicațiilor software specializate pentru optimizarea și rezolvarea de sarcini specifice activităților de management și logistică;
- Fundamentarea financiară a soluțiilor de dezvoltare a ofertei de servicii în cadrul supply chain;
- Formarea profilului etic – profesional al specialiștilor în management și logistică;
- Dobândirea de competențe de specialitate și abilități cognitive specifice: capacitatea de adaptare la medii concurențiale aflate în continuă schimbare, capacitatea de proiectare,

elaborare și implementare a strategiilor economice și manageriale, capacitatea de adoptare a deciziilor manageriale în diferite stări ale condițiilor obiective, abilități de leadership la nivel organizațional, abilitatea de a lucra în echipă, de a antrena și motiva angajații și de a gestiona conflictele la nivel organizațional.

Programul de studii universitare de masterat *Managementul Logisticii* aprofundează aspectele moderne ale managementului general și strategic adaptat organizațiilor aflate în diferite secvențe ale supply chain.

Facultatea de Management-Marketing, prin departamentul de specialitate, a fundamentat programul de studii universitare de masterat *Managementul Logisticii* proiectând o curriculă compatibilă la nivel european, care asigură absolvenților competențe generale și de specialitate, precum și abilități cognitive în domeniul managementului, în concordanță cu Clasificarea Ocupațiilor din România și cerințele mediului de afaceri și instituțional.

Programul de studii universitare de masterat va urmări cunoașterea, înțelegerea și utilizarea specializată a conceptelor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul managementului și supply chain, care să conducă la formarea și dezvoltarea abilităților de a explica și interpreta problematici specifice, de a realiza conexiuni cu alte domenii economice, de a formula judecăți de valoare în domeniul managementului firmei.

Competențele specifice dobândite prin absolvirea programului de masterat ***Managementul Logisticii***:

- Proiectarea și analiza specializată a sistemului de management al proceselor de aprovizionare și stocare;
- Managementul proceselor de gestionare și planificare a stocurilor;
- Managementul activităților de transport, vămuire și desfacere;
- Coordonarea/integrarea/sincronizarea activităților caracteristice lanțurilor logistice;
- Consultanță managerială în fundamentarea, elaborarea și implementarea eficientă a strategiilor generale și funcționale ale lanțurilor logistice;
- Elaborarea de studii complexe, analize și rapoarte specializate necesare managementului superior al organizației în procesul decizional strategic.

Selectiv, perspectivele profesionale ale absolvenților programului, se conturează astfel:

✓ *Manager general*

✓ *Manager aprovizionare*

✓ *Manager proiect*

✓ *Manager achiziții*

✓ *Director comercial*

✓ *Șef departament logistică*

DISCIPLINE DE STUDIU

Disciplinele de specialitate în domeniu, care conturează profilul profesional al viitorului absolvent, includ: Managementul sistemelor logistice, Management operațional, Managementul lanțului aprovizionare-desfacere, Managementul stocurilor și depozitării (WMS), Optimizarea proceselor decizionale (ERP), Strategii de dezvoltare în logistică, Managementul performanței, etc.

Disciplinele opționale includ: Business Intelligence, Strategii de vânzări, Derularea tranzacțiilor comerciale intra și extracomunitare, Strategii de negociere, Social media și platforme colaborative, etc.

DISCIPLINE OBLIGATORII

MANAGEMENTUL ACHIZIȚIILOR - Dobândirea de cunoștințe necesare pentru dezvoltarea și implementarea de strategii de aprovizionare adecvate instituțiilor publice și private. **6 ECTS**

CONTABILITATEA COSTURILOR - Însușirea de către cursanți a unor instrumente pentru măsurarea și gestiunea performanțelor firmei; cunoașterea structurilor de costuri și a principalelor metode de calculație asociate precum și asimilarea cunoștințelor privind calculația costurilor, ca instrument de planificare și control. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL SISTEMELOR LOGISTICE - își propune dezvoltarea abilităților de antreprenoriat în domeniul logisticii internaționale. Disciplina contribuie la dezvoltarea de competențe în domeniul proiectării, monitorizării și optimizării sistemelor logistice. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIEȚII – își propune operationalizarea principiilor de baza ale CRM, abordarea procesului și sistematica a CRM, dobândirea experienței de a obține și fructifica informații de la clienți. **6 ECTS**

MANAGEMENT OPERAȚIONAL - prezentarea conceptelor, proceselor și tehnicilor de management operațional din perspectiva standardelor internaționale din domeniu, cu accent pe concepte precum: performanță operațională, strategie de operațiuni, co-concurență, configurație și aranjament în cadrul operațiunilor, tehnologie de proces, operațiuni de tip lean, six sigma, etc. Asigurarea deprinderilor necesare gestiunii operațiunilor, în linie cu metodologia APICS (The Association for Operations Management) – cea mai mare organizație profesională de profil. **6 ECTS**

MANAGEMENT STRATEGIC - asimilarea conceptelor fundamentale care constituie conținutul științific al managementului strategic. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL PROIECTELOR - dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, necesare pentru desfășurarea unor activități manageriale eficiente și eficiente în domeniul managementului proiectelor. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL LANȚULUI APROVIZIONARE-DEFACERE - Acumularea de competențe și dobândirea de expertiză pentru identificarea, analiza și gestionarea activităților ce compun lanțul de aprovizionare-livrare. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL STOCURILOR ȘI DEPOZITĂRII (WMS) – evaluarea pe baza de criterii standard a performanțelor și limitelor instrumentelor informatice în vederea selectării și folosirii lor pentru sarcini specifice planificării și utilizării sistemelor informatice specifice logisticii. **5 ECTS**

STUDII INTERDISCIPLINARE APLICATE ÎN LOGISTICĂ - dezvoltarea abilităților de comunicare și de lucru în echipă în activitatea de cercetare științifică precum și demonstrarea capacității de generare de nouă cunoaștere. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL RISCULUI - dobândirea competențelor profesionale specifice managementului riscului în scopul asigurării condițiilor pentru aplicarea acestora în derularea activităților profesionale viitoare ale absolvenților programului de masterat. **6 ECTS**

SISTEME INFORMATICE INTEGRATE PENTRU MANAGEMENT – își propune cunoașterea caracteristicilor principalelor sisteme integrate pentru management, cunoașterea instrumentelor software pentru asistarea deciziei manageriale, cunoașterea instrumentelor software pentru management de proiect, însușirea particularităților sistemelor informatice pentru conducere în condițiile utilizării rețelelor de calculatoare și tehnologiilor Internet/Intranet, prezentarea principalelor programe din domeniul managementului firmei **6 ECTS**

OPTIMIZAREA PROCESELOR DECIZIONALE (ERP) - adaptarea sistemelor integrate la cerințe specifice mediului colaborativ. Instruirea și familiarizarea studenților cu aplicații informatice specifice plainificării reurselor întreprinderii. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL TRANSPORTURILOR INTERNAȚIONALE - însușirea noțiunilor de bază și perfecționarea cunoștințelor în domeniul transporturilor interne și internaționale de mărfuri. **6 ECTS**

STRATEGII DE DEZVOLTARE ÎN LOGISTICĂ - dobândirea capacității de abordare strategică în dezvoltarea sistemelor logistice; cunoașterea principalelor conexiuni esențiale în logistică, la nivel global și proiectarea și administrarea sistemelor logistice. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI - cunoașterea aprofundată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice managementului performanței la nivel organizațional; însușirea celor mai bune practici privind proiectarea, implementarea și utilizarea indicatorilor-cheie pentru măsurarea performanței în afaceri (KPIs). **6 ECTS**

CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE - familiarizarea cursantului cu metodologia cercetării științifice specifică elaborării unui proiect în cadrul programelor de cercetare finanțate, intern și internațional. **5 ECTS**

PRACTICA DE SPECIALITATE - însușirea metodelor și tehnicilor multidisciplinare complexe utilizate în fundamentarea, implementarea și managementul proceselor specifice lanțului de aprovizionare-desfacere, surprinse secvențial și în ansamblu. **3 ECTS**

STAGIU PENTRU ELABORAREA LUCRĂRII DE - elaborarea lucrării de disertație se găsește în directă legătură cu disciplinele studiate pe parcursul programului de studii, a pregătirii profesionale în domeniul Management. **5 ECTS**

DISCIPLINE OPȚIONALE

MARKETING ȘI AFACERI ONLINE - însușirea și exploatarea sistemelor informatice în activitățile de marketing și management, la nivel microeconomic și macroeconomic. **5 ECTS**

MEDIUL INTERNAȚIONAL DE AFACERI - înțelegerea contextului de derulare a afacerilor la nivel national, regional și global și formularea unor strategii adecvate în raport de particularitățile mediului de business. **5 ECTS**

BUSINESS INTELLIGENCE - asigură însușirea de studenți a unui set de concepte, metode și tehnici de analiză sofisticate, complexe și inovative, proactive, extensibile și orientate spre performanță prin explorarea depozitelor de date care vor dezvălui informații utile, strategice și

relevante pentru decizii optime de afaceri și de profitabilitate maximă. Studenții obțin abilități și cunoștințe de a construi modele de afaceri, de a asigura eficient managementul proceselor de afaceri și a motoarelor de reguli de afaceri prin tehnologii, platforme și strategii de BI pentru a le integra în deciziile de zi de zi ale firmei. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL BRANDULUI - familiarizarea cu procesul de branding, învățând aplicarea know-how-ului specific gestionării adecvate a sistemului de management al brandului și accentuarea focalizării strategice pe nevoile cheie. **6 ECTS**

STRATEGII DE NEGOCIERE - urmărește identificarea etapelor, formalităților și strategiilor, tacticilor și tehnicilor, specifice inițierii, pregătirii, organizării și desfășurării tratativelor comerciale internaționale, adresându-se, în primul rând, celor care își doresc o carieră în domeniul relațiilor economice interne și internaționale. **6 ECTS**

MONETIZAREA APLICAȚIILOR – înțelegerea modului de funcționare și utilitatea platformelor și rețelelor sociale în Web 2.0 / Web 3.0, utilizarea platformelor colaborative; Dezvoltarea de componente pentru platforme colaborative și utilizarea componentelor puse la dispoziție de platformele rețelelor sociale. **6 ECTS**

STRATEGII DE VÂNZĂRI - însușirea cunoștințelor generale privind elementele caracteristice ale vânzărilor de produse; familiarizarea și deprinderea cunoștințelor necesare utilizării unor sisteme manageriale în elaborarea strategiilor de vânzări, sisteme precum: managementul prin costuri, managementul prin bugete, managementul prețurilor; evidențierea efectelor economice ale implementării unei strategii în vânzări. **5 ECTS**

DERULAREA TRANZACȚIILOR COMERCIALE INTRA SI EXTRACOMUNITARE - cunoașterea și însușirea principiilor esențiale pentru înțelegerea problemelor specifice domeniului tranzacțiilor comerciale intra și extracomunitare. **5 ECTS**

SOCIAL MEDIA ȘI PLATFORME COLABORATIVE - înțelegerea modului de funcționare și utilitatea platformelor și rețelelor sociale în Web 2.0 / Web 3.0; utilizarea platformelor colaborative; dezvoltarea de componente pentru platforme colaborative și utilizarea componentelor puse la dispoziție de platformele rețelelor sociale. **5 ECTS**

STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT

II.5. PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT „MARKETING ÎN AFACERI”

DURATA DE STUDII: 2 ANI, cursuri de zi

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

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

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

- Dezvoltarea capacității de abordare interdisciplinară a problemelor din domeniul marketingului afacerilor;
- Cultivarea capacității de concepere, proiectare și realizare a programelor de cercetare în domeniul marketingului la un nivel științific corespunzător studiilor universitare de masterat;
- Optimizarea activităților practice integrate în ansamblul procesului didactic și dezvoltarea laturii vocaționale a specialiștilor în marketing;
- Formarea abilităților de elaborare a unor politici și strategii de marketing la nivelul unor firme, corporații, instituții publice, sau pe sectoare de activitate, formarea unei gândiri sistematice și inovatoare în managementul activităților de marketing;

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

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

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

Perspective profesionale:

- *Manager Marketing* 122107;
- *Director de vânzări* 112018;
- *Director comercial* 112017;
- *Şef birou marketing* 122102;
- *Cercetător economist în marketing* 263120;
- *Brand manager* 243207;
- *Consilier economist în comerţ şi marketing* 263104;
- *Copywriter publicitate (cu studii superioare)* 265422;
- *Specialist în relaţii publice* 243201;
- *Manager de produs* 243104;
- *Şef departament logistică* 132442;
- *Analist preţ de revenire/costuri* 241220;
- *Responsabil al managementului responsabilităţii sociale* 325717;
- *Şef agenţie reclamă publicitară* 122201;
- *Art director* 216609;
- *Şef birou reclamă publicitară* 122202.

DISCIPLINE DE STUDIU

DISCIPLINE OBLIGATORII

CERCETĂRI DE MARKETING – furnizarea de cunoştinţe şi dezvoltarea abilităţilor necesare pentru cercetarea informaţiilor din mediul intern şi extern al firmei moderne, însuşirea de către masteranzi a cadrului metodologic de organizare a investigaţiilor de piaţă, însuşirea metodelor şi tehnicilor de obţinere, măsurare, analiză şi evaluare a datelor, întocmirea raportului de cercetare. **6 ECTS**

COMUNICARE INTEGRATĂ DE MARKETING – cunoaşterea metodologiei de fundamentare a strategiei globale specifice comunicaţiilor de marketing, aprofundarea tehnicilor de comunicare în marketing, dobândirea abilităţii de proiectare a strategiei de comunicare la nivelul unei firme dar şi analiza activităţii comunicaţionale a unei firme. **6 ECTS**

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

MANAGEMENTUL RELAŢIILOR CU CLIENŢII – diseminarea de cunoştinţe de specialitate privind CRM, evaluarea impactului strategic, operaţional şi analitic al CRM asupra performanţelor firmei. **6 ECTS**

ETICĂ ŞI RESPONSABILITATE CORPORATISTĂ – studierea principalilor determinanţi ai conceptelor de etică/ legalitate/moralitate la nivelul afacerilor internaţionale; cunoaşterea principalelor reglementări la nivel internaţional privind etica în afacerile internaţionale precum. **6 ECTS**

METODE CALITATIVE UTILIZATE ÎN CERCETAREA PIEŢEI – însuşirea modelelor statistico-matematice de analiză a informaţiilor de piaţă; previziunea fenomenelor de piaţă prin modelare matematică; cunoaşterea şi aprofundarea metodologiei de fundamentare a planului de marketing folosind subsistemul suport al deciziilor de marketing (SSMD); cunoaşterea metodelor de programare şi control a activităţilor de marketing. **6 ECTS**

MARKETING ŞI AFACERI ONLINE – prezentarea principalelor concepte, metode şi tehnici moderne de analiză, proiectare şi exploatare a sistemelor informatice interactive online, stabilirea şi

prezentarea modelelor de e-business existente, cunoașterea aplicațiilor integrate de e-business de tip ERP, CRM, SCM și e-procurement. **6 ECTS**

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

ANALIZA DATELOR DE MARKETING FOLOSIND SPSS – cunoașterea principalelor metodele matematice și statistice de analiza a datelor și informațiilor rezultate din procesul de cercetare a piețelor, prezentând atât procesele teoretice, cât și programul de asistare a analizei S.P.S.S. (Statistical Package for Social Sciences). **6 ECTS**

CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE I – dezvoltarea capacității de studiu și aprofundarea tehnicilor de cercetare și analiză, prin realizarea unor studii concrete referitoare la disciplinele studiate în cadrul stagiului de master. **3 ECTS**

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

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

MANAGEMENTUL LOGISTICII ȘI DISTRIBUȚIEI – prezentarea cunoștințelor specifice logisticii și distribuției – dimensiuni strategice, relațiile producător-distribuitor-consumator, sisteme suport pentru managementul logisticii, cooperarea logistică-marketing și domeniile majore de interacțiune, specificul logisticii internaționale, comerț electronic și sisteme informaționale pentru lanțul ofertei. **6 ECTS**

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

CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE II – formarea abilităților de planificare a unei cercetări complexe de marketing; însușirea cadrului metodologic de organizare a investigațiilor de piață și a metodelor și tehnicilor de culegere, prelucrare, analiză și evaluare a datelor. **3 ECTS**

PLANIFICARE DE MARKETING – elementelor fundamentale ale planificării strategice de marketing, dobândirea de abilității pentru elaborarea unor planuri strategice de marketing eficiente. **5 ECTS**

DISCIPLINE OPȚIONALE

MANAGEMENTUL PROIECTELOR – furnizarea competențelor specifice managementului proiectelor la nivelul firmei, respectiv elaborare, implementare, monitorizare, control și evaluare a eficienței economice. **6 ECTS**

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

PROTOCOL ȘI ETICHETĂ DIPLOMATICĂ ȘI DE AFACERI – urmărește înțelegerea noțiunilor privind istoria și practica negocierii. Disciplina dezvoltă abilitățile de comunicare

diplomatică și capacitatea de a realiza portofoliu de organizare a unui eveniment de protocol. De asemenea, studenții se vor familiariza cu mediul de protocol și ceremonial diplomatic. **6 ECTS**

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

NEGOCIAREA AFACERILOR INTERNAȚIONALE – deprinderea noțiunilor de bază în ceea ce privește pregătirea și organizarea negocierii comerciale, fixarea unor noțiuni legate de strategii, tehnici și tactici de negociere, evidențierea particularităților interculturale presupuse de negocierea internațională de afaceri. **6 ECTS**

LEADERSHIP ȘI CULTURĂ ORGANIZAȚIONALĂ – studiul conceptelor, principiilor, tehnicilor și metodelor specifice leadership-ului și culturii organizaționale, dezvoltarea abilității de a conduce performant o firmă în context multicultural, dezvoltarea unei culturi organizaționale antreprenoriale la confluența dintre management-afaceri-comunicare și psihologie în contextul firmei globale. **6 ECTS**

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

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

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