



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

GHID DE STUDII
Facultatea de
MANAGEMENT – MARKETING



**ALEGE SĂ FII
CEL MAI BUN !**

UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ

Facultatea de Management-Marketing



GHID DE STUDII

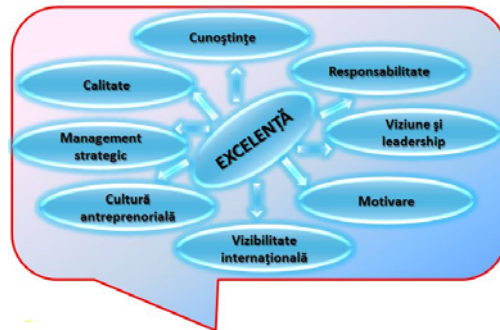
2015-2016

BUCUREȘTI 2015

Universitatea Româno – Americană este o instituție de învățământ superior, persoană juridică de drept privat și de utilitate publică, parte a sistemului național de învățământ, fondată în anul 1991, acreditată prin legea 274 din 2002 și având din anul 2010 calificativul "grad de încredere ridicat", acordat în urma procesului de evaluare instituțională de către **Agencia Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior. Toate programele de studii universitare de licență și respectiv masterat, oferite de cele șase facultăți ale sale (Relații Comerciale și Financiar-Bancare Interne și Internaționale, Management – Marketing, Economia Turismului Intern și Internațional, Informatică Managerială, Drept și Studii Economice Europene) sunt, la rândul lor acreditate (H.G. 580/2014).**

Universitatea Româno-Americană are ca **misiune** educația, învățământul, cercetarea științifică și inovarea, cultivând valorile științei și culturii universale în general, ale științelor economice și juridice în special. În baza nivelului de competență și a responsabilității față de societatea românească, Universitatea Româno-Americană își asumă misiunea:

- a) Promovării excelenței în educație, cercetare științifică și inovare, responsabilității profesionale, morale și sociale și creativității în domeniile de competență;
- b) Formării și perfecționării personalului calificat și înalt calificat, a specialiștilor cu pregătire superioară în domeniile fundamentale de știință;
- c) Dezvoltării cercetării științifice de specialitate și inovării în domeniile fundamentale de știință, în colaborare cu instituții de profil din țară și din străinătate, precum și cu mediul de afaceri;
- d) Tezaurizării și promovării valorilor culturii și civilizației naționale și universale;
- e) Apărării cadrului democratic universitar întemeiat pe respectarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului în statul de drept.



Universitatea Româno-Americană își îndeplinește misiunea prin:

- a) Formarea de specialiști cu pregătire superioară în domeniile fundamentale de știință în care organizează programe de studii universitare de licență, masterat, doctorat, autorizate sau acreditate potrivit legii;
- b) Formarea continuă prin cursuri postuniversitare, cursuri de perfecționare etc.
- c) Desfășurarea de activități specifice de cercetare științifică fundamentală și aplicată prin departamente specializate, centre și laboratoare de cercetare și catedre de specialitate;
- d) Activități antreprenoriale care cuprind: programe de consultanță, asistență de specialitate, incubatoare de afaceri etc.
- e) Afirmarea performanțelor didactice și științifice ale membrilor comunității universitare prin participarea la reuniuni, manifestări științifice etc. organizate la nivel național și internațional;
- f) Formarea profesională prin programe de învățământ derulate în limba română sau în limbi de largă circulație internațională și prin programe de mobilități, potrivit legii.

VIZIUNE

Promovând un management academic prin excelență strategic, universitatea va fi recunoscută la nivel național și internațional ca UNIVERSITATE DE ELITĂ

VALORI

- ✓ *Libertate de gândire și exprimare*
- ✓ *Promovarea excelenței*
- ✓ *Responsabilitate profesională, morală și socială*
- ✓ *Cooperare și comunicare*
- ✓ *Creativitate și inovare*

Pentru realizarea acestei misiuni, **Programul strategic al Universității** cuprinde un set de obiective care vizează:

- **Prestarea** unor servicii educaționale de **calitate**, adaptate permanent cerințelor unei societăți bazate pe cunoaștere;
- **Integrarea** Universității în Spațiul European al Învățământului Superior și al Cercetării Științifice (definit prin Declarațiile de la Bologna, Copenhaga, Lisabona etc și promovat prin Strategia Națională pentru Învățământul Superior din România);

- **Adaptarea** permanentă a ofertei educaționale la dinamica și exigențele pieței muncii;
- **Perfecționarea** sistemului european al creditelor transferabile, astfel încât creditul transferabil să exprime efortul real pentru însușirea cunoștințelor la fiecare disciplină;
- **Conectarea** instituțională la spațiul comun universitar european și euroatlantic;
- **Dezvoltarea** cercetării științifice universitare în conformitate cu standardele europene;
- **Implicarea** extinsă a Universității în proiecte de dezvoltare sociale, economice, culturale, la nivel regional și național, prin activități susținute de **formare continuă**, transfer tehnologic, expertiză, consultanță;
- **Creșterea** eficienței **managementului universitar**;
- **Promovarea** unor sisteme și mecanisme complexe de asigurare a **calității educației**;
- **Crearea** și dezvoltarea unei **culturi a calității**.

Misiunea și obiectivele asumate individualizează Universitatea în sistemul național de învățământ superior românesc prin **claritate, distincție și specificitate**. Strategia generală a Universității Româno – Americane are în vedere **integrarea reală** în arhitectura spațiului educațional european și **internaționalizarea** activităților de învățământ și cercetare științifică.

În condițiile adoptării valorilor educaționale ale învățământului european și american, **cercetarea științifică**, în Universitatea Româno – Americană, dobândește noi valențe, devenind o condiție definitorie pentru afirmarea și existența acesteia.

Acreditarea a permis introducerea unei gândiri noi, a unei abordări strategice menite să consolideze capacitățile de cercetare existente și să relanseze această activitate prin implicarea mai activă a cadrelor didactice în realizarea unor programe educaționale și de cercetare științifică ale Uniunii Europene, cum sunt: Erasmus, Socrates, Leonardo da Vinci, Programul Cadru 7, Phare, Jean Monnet, precum și la competițiile interne de granturi CNCSIS, ale Programului Național de Cercetare, Dezvoltare și Inovare Relansin – Ceres, ale Programului de „Cercetare de Excelență” etc. În Universitatea Româno – Americană se desfășoară o intensă activitate de cercetare științifică, la nivelul catedrelor

facultăților, în cadrul Departamentului de Cercetare Științifică, al Centrelor și laboratoarelor de Cercetări precum și individual.

Obiectivele fundamentale în domeniul cercetării științifice sunt:

- participarea la competițiile naționale, europene și internaționale de obținere de granturi, cât și la încheierea de contracte de cercetare, expertiză și consultanță cu mediul de afaceri;
- creșterea competitivității produselor științifice oferite, astfel încât să crească vizibilitatea națională și internațională a Universității;
- introducerea unui sistem eficient de asigurare și evaluare a calității care să pună accent pe rezultatele efective ale cercetării științifice și pe recunoașterea lor națională și internațională

Experiența internațională constituie o componentă esențială a educației studenților și a pregătirii cadrelor didactice. Universitatea Româno – Americană are încheiate **acorduri și înțelegeri cu universități din SUA, universități și instituții din Europa, America Latină**, etc. în cadrul cărora se practică schimburi interacademice pentru cadre didactice și studenți, manuale, urmărindu-se adaptarea și implementarea unor valori educaționale din învățământul superior american și european, în scopul realizării standardelor de calitate și competitivitate a procesului de învățământ.

În cadrul **acordurilor** interuniversitare se desfășoară:

- **programe de mobilități pentru cadre didactice** în cadrul cărora Universitatea este gazda academică a unor profesori de prestigiu (cursuri conferințe) iar profesori ai Universității au vizitat alte universități;
- **programe de mobilități pentru studenți**, în cadrul cărora studenții Universității beneficiază de burse și programe educaționale speciale (cursuri clasice, cursuri on-line), iar studenți de la universități străine au participat la cursurile Universității.



În parteneriat cu Universitatea DeSales, Universitatea Româno – Americană organizează primul MBA în Project Management, predat exclusiv de profesori americani.

Anual, Universitatea organizează școli internaționale de vară în parteneriat cu Universitatea James Madison, Universitatea Alabama din Huntsville SUA etc. Studenții ai Universității au beneficiat sau beneficiază de burse de studiu în SUA și Europa. Componenta internațională a vieții studentești cuprinde, pe lângă bursele de studiu, și participarea acestora la cursurile interactive predate de profesori americani, la cursuri via blackboard, la manifestări științifice, școli de vară, reuniuni internaționale etc, prilej de lărgire a orizontului tinerilor printr-o pregătire internațională, o posibilitate de aplicare globală și, totodată, de obținere a unor certificate care atestă experiența internațională dobândită.

Considerată cea mai bună universitate particulară din România conform studiului „University Ranking” efectuat de compania germană Kienbaum Management Consultants în colaborare cu revista Capital, Universitatea Româno-Americană are încheiate acorduri academice cu universități nord-americane și europene, relațiile internaționale reprezentând o componentă strategică a direcției sale de dezvoltare.

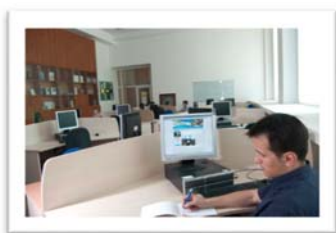
Acordarea burselor de studii, calitatea procesului educațional, parteneriatele cu mediul de afaceri, furnizarea competențelor generale și de specialitate solicitate de angajatori și implicit asigurarea unei inserții rapide pe piața muncii în domeniul absolvit, reprezintă caracteristici distinctive ale Universității Româno-Americane, care-i conferă avantaj competitiv.

O condiție esențială pentru îndeplinirea misiunii asumate și obiectivelor privind

activitatea didactică, de
cercetare științifică și
administrare eficientă o
reprezintă asigurarea
unei baze materiale
moderne, în deplină

concordanță cu normativele în vigoare.

Universitatea Româno-Americană dispune de spații de învățământ, cercetare științifică și administrative dotate cu echipamente tehnice,



calculatoare și materiale didactice, inclusiv programe software, acces la Internet, Intranet și fond de carte.



FACILITĂȚI

Condiții de studiu la standarde internaționale: aulă, amfiteatre, laboratoare, săli de curs dotate cu echipamente multimedia de ultimă generație, softuri specializate, internet, intranet etc.
Cazare și masă în propriul campus.

aulă
amfiteatre
laboratoare
biblioteca virtuală

- Microsoft Innovation Center
- Creative Library - inspired by TOYOTA
- Centrul de Studii Româno - Japoneze
- Centrul de Economie Politică și Afaceri Murray Rothbard
- Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră
- Internet și Intranet
- Clubul studentesc CS - URA
- RAU Bookstore
- Agenție Work and Travel
- Agenție bancară
- Sală de fitness

hotel - cămin
restaurant-
cantină

Cu o suprafață de peste 34.500 m², **Campusul** cuprinde: *o aulă de ținută internațională, amfiteatre, săli de curs, săli de seminar, centre și laboratoare pentru cercetare, laboratoare de informatică, laborator de criminalistică, laborator pentru simularea negocierilor de afaceri internaționale, laborator didactico – fonetic, bibliotecă cu săli de lectură și fond de carte valoros în continuă actualizare, cabinete medicale și săli de sport, clubul studenților, agenție de turism, capelă pentru ruga studenților, spații pentru personalul tehnico – administrativ, cămin – hotel cu 11 etaje pentru cazarea studenților, cantină – restaurant etc.*



UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ

Bd.Expoziției, Nr.1B, Sector 1, București

Tel: +4-021-202.95.18; +4-021-202.95.01; +4-021-202.95.00
+4-0372-120.171; +4-0372-120.001; +4-0372-120.000;
Fax: +4-021-318.35.66
E-mail: relatii publice@rau.ro

Departamentul de Comunicare și Relații Publice
+4-021-202.95.29; + 4-0372-120.193; e-mail: relatii publice@rau.ro

Departamentul Relații Internaționale
+4-021-202.95.09; + 4-0372-120.121; e-mail: relatii_internationale@rau.ro

Departamentul de Cercetare Științifică
+4-021-202.95.06; + 4-0372-120.182; e-mail: cercetare_stiintifica@rau.ro

Biroul de Programe Comunitare
+4-021-202.95.27; + 4-0372-120.115; e-mail: erasmus@student.rau.ro

Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră
+4-021-202.95.11; + 4-0372-120.183; e-mail: ccoc@rau.ro



***Vino și TU
Alături de NOI!***

Alegerea ta, viitorul tău!

www.rau.ro

**FACULTATEA DE
MANAGEMENT – MARKETING**

GHID DE STUDII

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

Telefon: +4-021-318.35.79; +4-0725.120.134

e-mail: mm@rau.ro

web: www.rau.ro

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
- manager de produs
- consilier economist în comerț și marketing
- copywriter publicitate (cu studii superioare)
- asistent de cercetare economist în marketing
- consilier/expert/inspector/referent/economist în management
- asistent de cercetare 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
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, Matematici aplicate în economie, Drept, Bazele contabilității, Bazele informaticii, Econometrie etc.).

Disciplinele de specialitate în domeniu conturează profilul profesional al viitorului absolvent (Specializarea Management - Managementul producției industriale și al resurselor materiale, Managementul resurselor umane, Strategii de firmă, Analiză economico-financiară, Contabilitate managerială, Managementul calității, Sisteme informatice cu baze de date pentru management, Sisteme tehnologice, Tehnici manageriale, etc.; Specializarea Marketing – Bazele marketingului, Politici și strategii de marketing, Comportamentul consumatorului, Marketingul serviciilor, Tehnici de studierea pieței, Marketingul relațiilor cu clienții, etc.).

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

Disciplinele facultative au ca scop lărgirea orizontului de cunoaștere și de cultură generală al studenților, angajând, de regulă, domenii complementare. În planul de

învățământ disciplinele facultative sunt incluse începând cu anul II de studii, se finalizează cu probe de verificare și au puncte-credit suplimentare față de necesarul de puncte-credit pe semestru.

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.

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

4 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.

MATEMATICĂ APLICATĂ ÎN ECONOMIE

5 puncte credit

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

4 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.

BAZELE INFORMATICII

5 puncte credit

Urmărește însușirea conceptelor de bază privind construcția și funcționarea calculatoarelor personale, însușirea noțiunilor fundamentale privind sistemele de operare, însușirea modalităților concrete de utilizare a principalelor produse program destinate automatizării activităților de birou: procesoare de texte, programe de calcul tabelar și programe pentru prezentări comerciale etc.

BAZELE CONTABILITĂȚII

5 puncte credit

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

ECONOMIE MONDIALĂ

4 puncte credit

Disciplina are în vedere asigurarea cadrului conceptual necesar înțelegerii fenomenelor și proceselor din domeniul relațiilor economice internaționale, prin prezentarea caracteristicilor actuale și a tendințelor manifestate în economia mondială, în special în contextul procesului de globalizare.

LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE I

3 puncte credit

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

4 puncte credit

Înșușirea 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.

STATISTICĂ

4 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.

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.

SISTEME INFORMATICE CU BAZE DE DATE PENTRU MARKETING

5 puncte credit

Înșușirea modalităților de gestionare eficientă a volumelor mari de date cu ajutorul sistemelor de gestiune a bazelor de date și a metodelor și tehnicilor de analiză, proiectare și realizare a sistemelor informatice pentru conducere. Totodată, cursul urmărește cunoașterea particularităților sistemelor informatice pentru conducere în condițiile utilizării rețelelor de calculatoare și tehnologiilor Internet/Intranet.

PSIHOSOCIOLOGIE ORGANIZAȚIONALĂ

4 puncte credit

Urmărește familiarizarea studenților cu termenii, conceptele și modelele teoretice ale psihosociologiei organizaționale, analiza perspectivei psihosociale a organizației, înțelegerea importanței pe care o au la nivelul managementului organizațional, relațiile interpersonale care se stabilesc între membri organizației, formarea unor abilități și deprinderi care să permită rezolvarea unor probleme simple specifice disciplinei, capacitatea de a traduce modelele teoretice la aspectele concrete cu care se întâlnesc în organizații.

LIMBA ENGLEZĂ ȘI TEHNICI DE COMUNICARE II

3 puncte credit

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.

MANAGEMENTUL CALITATII

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.

FINANȚE GENERALE

4 puncte credit

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.

ECONOMETRIE

4 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.

DEZVOLTARE DURABILĂ ȘI MANAGEMENTUL MEDIULUI

3 puncte credit

Dezvoltarea durabilă se referă la dezvoltarea economică care asigură satisfacerea nevoilor prezente fără a compromite posibilitățile generațiilor viitoare, prin care se aplică în practică adimensiunile economice, tehnologice, sociale, politice, morale și în special ecologice.

DREPT COMERCIAL INTERN ȘI INTERNAȚIONAL

3 puncte credit

Prezentare principalelor instituții ale dreptului comercial, cu incidență în activitatea managerială.

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 fluenței, spontaneității, acurateței și autonomiei în comunicarea orală și scrisă în afaceri.

INVESTIȚII INTERNAȚIONALE

4 puncte credit

Disciplina are în vedere asigurarea cadrului conceptual necesar înțelegerii criteriilor și motivațiilor care stau la baza deciziilor economice în domeniul investițiilor internaționale, propunându-și printre obiective: prezentarea rolului și importanței fluxurilor de investiții străine directe în economia mondială și în cadrul procesului de globalizare; prezentarea structurii și tendințelor fluxurilor mondiale de investiții străine directe; explicarea factorilor de influență în orientarea fluxurilor mondiale de investiții străine directe; prezentarea politicilor de atragere a investițiilor străine directe; analizarea poziției României în contextul fluxurilor mondiale de investiții straine directe și explorarea de variante de creștere a intrărilor de capital în economia românească.

MONEDĂ

6 puncte credit

Disciplina permite dezvoltarea gândirii economice a studenților, aceștia dobândind cunoștințe despre modul de organizare al sistemului monetar, în vederea interpretării în mod științific a deciziilor ce se

iau la nivel macro și microeconomic. Se urmărește pregătirea studenților pe probleme monetare, de plăți și circulație monetară; însușirea tehnicilor și mecanismelor monetare; realizarea unor studii de caz; tranziția la EURO.

ECONOMIA INTEGRĂRII EUROPENE

4 puncte credit

Are în vedere 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, dobândirea de abilități pentru armonizarea și integrarea reglementărilor cu sistemele europene și internațional în domeniile sociale și economice.

BAZE DE DATE I

5 puncte credit

Urmărește studierea și însușirea metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în analiza, proiectarea, implementarea și exploatarea aplicațiilor informatice cu baze de date în diferite domenii economico-sociale. Insusirea si utilizarea SGBD-ului Relational FOXPRO pe: Nivel 1 – Utilizatori baze de date și SGBD; Nivel 2 – Programatori în limbaje de programare 4 GL.

ECONOMIA TURISMULUI I

5 puncte credit

Disciplina urmărește să ofere concepte și idei cu caracter aplicativ, să îmbine teoria cu practica studentului, prin realizarea unor proiecte diverse, precum și însușirea unor teorii care au dus la sporirea eficacității practicii în turism.

DREPT FINANCIAR ȘI FISCAL I

4 puncte credit

Disciplina urmărește evidențierea rolului și funcțiilor monedei și instrumentelor monetare, fundamentarea teoretică și practică a instituțiilor centrale ale materiei: circulația monetară, inflația și deflația, creditul public intern și extern, controlul financiar, evaziunea fiscală, documentare despre bugetul de stat, activitatea bugetară a statului român, sistemul veniturilor și cheltuielilor publice.

COMPORAMENTUL CONSUMATORULUI

5 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

5 puncte credit

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

TEHNICI DE STUDIERE A PIEȚEI

5 puncte credit

Înșușirea 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.

MARKETINGUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII

4 puncte credit

Cursul urmărește familiarizarea studenților cu concentrarea specifică marketingului de relație (RM); învățare aplicare know-how specific menținerii clienților și creșterii loialității acestora, învățare crearea valorii prin relații, asumare, orientare de marketing de relație, operare cu ierarhia piramidala RM – CRM – CM.

MARKETING INTERNAȚIONAL

4 puncte credit

Cursul se fundamentează pe cazistica 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.

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 economică. Familiarizarea cu uzanțele 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).

EFICIENȚA INVESTIȚIILOR

5 puncte credit

Urmărește însușirea de către studenți a unui sistem de cunoștințe teoretice și practice privind metodele și tehnicile de evaluare economică și financiară a proiectelor de investiții în condițiile economiei de piață; Formarea unei gândiri noi și logice a viitorilor economiști. Însușirea metodelor și modelelor economice și matematice de pregătire a deciziilor de investiții.

INSTITUȚII DE CREDIT

6 puncte credit

Data fiind importanța fenomenelor și proceselor monetare și de credit în contextul economic actual, principalele obiective se concretizează în dobândirea de cunoștințe și competențe specifice sectorului bancar și a altor instituții de credit.

POLITICI SECTORIALE ALE UNIUNII EUROPENE

5 puncte credit

Obiectivele disciplinei vizează descrierea principalelor momente în evoluția integrării europene din perspectiva politicilor sectoriale; aprofundarea, în analitic, a modului în care se pot aplica la nivel sectorial fundamentele conceptuale și instrumentale ale integrării europene. Se va urmări cunoașterea detaliată a reverberațiilor sectoriale ale deciziilor adoptate de către autoritățile naționale și de către organismele comunitare.

BAZE DE DATE 2

5 puncte credit

Înțelegerea modelului relațional, proiectarea și dezvoltarea de aplicații cu baze de date, însușirea și utilizarea SGBD-ului ACCESS 2002 și SQL în dezvoltarea de aplicații cu baze de date.

ECONOMIA TURISMULUI II

5 puncte credit

Urmărește să pună la dispoziția studenților concepte și idei cu caracter aplicativ, să fie însușite o serie de teorii care au dus la sporirea eficacității practicii în turism, dezvoltarea aptitudinilor studenților în ceea ce privește comunicarea și dezbaterile ideilor referitoare la tot ceea ce reprezintă actualmente turismul în România și întreaga lume.

DREPT FINANCIAR ȘI FISCAL II

5 puncte credit

Urmărește evidențierea rolului și funcțiilor monedei și instrumentelor monetare. Fundamentarea teoretică și practică a instituțiilor centrale ale materiei: circulația monetară, inflația și deflația, creditul public intern și extern, controlul financiar, evaziunea fiscală. Documentare despre bugetul de stat, activitatea bugetară a statului român, sistemul veniturilor și cheltuielilor publice.

TEHNICI PROMOȚIONALE

5 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.

MARKETING FINANCIAR-BANCAR

5 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.

DISTRIBUȚIE ȘI MERCHANDISING

4 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.

MANAGEMENT COMERCIAL

4 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 RESURSELOR UMANE

5 puncte credit

Se 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.

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.

COMERȚ INTERNAȚIONAL

5 puncte credit

Disciplina urmărește oferirea elementelor necesare înțelegerii caracteristicilor definitorii ale schimburilor comerciale inter-țări, crearea sau perfecționarea capacității de identificare a elementelor ce stau la baza relațiilor de schimb, înțelegerea mecanismului de funcționare a Sistemului Comercial Internațional, determinarea și analiza elementelor cu impact major asupra adoptării deciziilor (la nivel bi sau multilateral), în domeniul comerțului internațional, identificarea principalelor provocări cu care se confruntă comerțul internațional contemporan, dezvoltarea capacității studenților de a realiza strategii (viabile) de dezvoltare a comerțului exterior, al nivelului unei țări sau regiuni.

RELAȚII FINANCIAR-MONETARE INTERNAȚIONALE I

6 puncte credit

Prezentarea noțiunilor privind modalitățile, mijloacele și instrumentele de plată internaționale, cunoașterea pieței valutare și a piețelor financiare internaționale. Aprofundarea și aplicarea noțiunilor legate de modalitățile și mijloacele de plată, a instrumentelor de plată internaționale, a piețelor valutare și financiare.

INVESTIȚII INTERNAȚIONALE

5 puncte credit

Disciplina urmărește prezentarea rolului și importanței fluxurilor de investiții straine directe în economia mondială și în cadrul procesului de globalizare; prezentarea structurii și tendințelor fluxurilor mondiale de investiții straine directe; explicarea factorilor de influență în orientarea fluxurilor mondiale de investiții straine directe; prezentarea politicilor de atragere a investițiilor straine directe; analiza poziției României în contextul fluxurilor mondiale de investiții straine directe și explorarea de variante de creștere a intrărilor de capital în economia românească.

PROIECTARE SISTEME INFORMATICE

6 puncte credit

Pregătirea studenților în domeniul analizei, proiectării, realizării, implementării, întreținerii și dezvoltării sistemelor informatice pentru conducerea activităților specifice unei societăți comerciale, precum și pentru alte activități din cadrul economiei naționale. Însușirea conceptelor generale privind modelarea datelor și prelucrărilor, modelarea logică și fizică, proiectarea unui sistem informatic sau aplicație informatică utilizând metodele sistemice. Sunt studiate în detaliu metodologiile de proiectare IBM și SSADM.

TURISM INTERNAȚIONAL

4 puncte credit

Dintre obiectivele disciplinei amintim: dezvoltarea abilităților de antreprenoriat în condițiile globalizării; cunoașterea aspectelor metodologice privind dezvoltarea corporațiilor internaționale în turism; cunoașterea implicațiilor globalizării asupra planificării strategice; evidențierea efectelor globalizării turismului; crearea competențelor de dezvoltare a afacerilor multinaționale; identificarea costurilor și beneficiilor globalizării; definirea practicilor de internaționalizare a serviciilor în turism.

DREPTUL MUNCII ȘI SECURITĂȚII SOCIALE 1

4 puncte credit

Are în vedere înțelegerea problematicii sociale în perioada de tranziție la economia de piață, studierea dreptului muncii și securității sociale și evidențierea tendințelor previzibile ale legislației în materie. Aprofundarea unor importante și noi segmente ale dreptului muncii, în consens cu evoluția problematicii sociale pe plan internațional și european, cum sunt dreptul colectiv al muncii și dreptul internațional și respectiv, european al muncii; Cunoașterea prevederilor esențiale ale noului Cod al muncii.

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.

GESTIUNEA FORȚELOR DE VÂNZARE

4 puncte credit

Urmărește familiarizarea studentilor cu schimbarea abordării gestiunii vânzării (viziune globală, încredere în confruntarea cu promovarea sau cu noi provocări, încredere în luarea deciziei, capacitatea de a convinge pe alții), precum și identificarea aspectelor cheie ale vânzării de succes și învățarea metodelor și tehnicilor de realizare și îmbunătățire a vânzării.

MARKETING ELECTRONIC

4 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.

COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

5 puncte credit

Cursul urmărește definirea metodologiei de fundamentare a strategiei globale specifice comunicațiilor

de marketing, aprofundarea tehnicilor de comunicare în marketing, precum și îmbogățirea cunoștințelor de specialitate ale studenților cu elemente particulare privind activitatea de relații publice în economia contemporană.

STRATEGII DE FIRMĂ

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.

PROIECTE ECONOMICE – ELABORAREA LUCRĂRII DE LICENȚĂ

10 puncte credit

Presupune însușirea abilităților necesare realizării și susținerii lucrării de licență.

POLITICI COMERCIALE

6 puncte credit

Vizează identificarea principalelor cauze care determină desemnarea anumitor sectoare ca fiind strategice, din anumite puncte de vedere, ceea ce determină inclusiv o protejare a acestora din perspectiva politicii comerciale; înțelegerea corelației dintre politica comercială și politica în domeniul concurenței; explicare modului de acțiune a principalelor instrumente de natura tarifară și netarifară, care urmaresc protejarea a economiei naționale; prezentarea modalităților esențiale de promovare și stimularea exporturilor.

RELAȚII FINANCIAR-MONETARE INTERNAȚIONALE II

6 puncte credit

Prezentarea noțiunilor privind modalitățile, mijloacele și instrumentele de plată internaționale, cunoașterea pieței valutare și a piețelor financiare internaționale. Aprofundarea și aplicarea noțiunilor legate de modalitățile și mijloacele de plată, a instrumentelor de plată internaționale, a piețelor valutare și financiare.

MEDIUL DE AFACERI DIN UNIUNEA EUROPEANĂ

4 puncte credit

Vizează desprinderea principalilor determinanți ai mediului european de afaceri la confluență cu provocările globalizării și regionalizării ; dezbateră împreună cu studenții a axelor care influențează comportamentul economic al managerilor companiilor; analiza comparativă a determinanților politici, economici, socio-culturali; tehnologici, legali, etici și ambientali ai mediului european de afaceri; personalizarea fundamentelor leadership-ului în condițiile noii economii.

GRAFICĂ ȘI MULTIMEDIA

6 puncte credit

Dintre obiectivele disciplinei amintim însușirea de către studenți a conceptelor legate de crearea documentelor multimedia și a publicării acestora pe site-urile web.

SISTEME DE TURISM

5 puncte credit

Urmărește cunoașterea potențialului balnear, montan și de litoral din România și din străinătate, Insușirea metodologiei privind atestarea stațiunilor turistice.

DREPTUL MUNCII ȘI SECURITĂȚII SOCIALE 2

4 puncte credit

Vizează înțelegerea problematicii sociale în perioada de tranziție la economia de piață, studierea dreptului muncii și securității sociale și evidențierea tendințelor previzibile ale legislației în materie, aprofundarea unor importante și noi segmente ale dreptului muncii, în consens cu evoluția problematicii sociale pe plan internațional și european, cum sunt dreptul colectiv al muncii și dreptul internațional și respectiv, european al muncii, cunoașterea prevederilor esențiale ale noului Cod al muncii.

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
Management	<ol style="list-style-type: none">1. Afaceri internaționale2. Finanțe și bănci3. Economie europeană4. Informatică5. Economia comerțului, turismului și serviciilor6. Drept
Marketing	<ol style="list-style-type: none">1. Economie internațională2. Finanțe și bănci3. Economie europeană4. Informatică5. Economia comerțului, turismului și serviciilor6. Drept

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 credite
II	I	Investiții internaționale	4
II	II	Eficiența investițiilor	5
III	I	Managementul afacerilor I	5
III	II	Managementul afacerilor II	6

b. Traseu – *Economie internațională*:

An de studiu	Semestru	Disciplina	Număr credite
II	I	Investiții internaționale	4
II	II	Eficiența investițiilor	5
III	I	Comerț internațional	5
III	II	Politici comerciale	6