

## Obiective

Pe lângă pregătirea de bază aferentă domeniilor fundamentale ale științelor economice, programul le furnizează studenților cele mai actuale cunoștințe teoretice și practice din domeniul marketingului și posibilitatea obținerii competențelor necesare pentru a ocupa un loc de muncă în economia reală. Programul este menit să pregătească absolvenții capabili să organizeze activitatea de marketing din companii și organizații din diferite domenii de activitate, să proiecteze și să implementeze un mix de marketing adecvat, să dezvolte și să implementeze tactici și instrumente de marketing inclusiv în mediul online. Programul își propune totodată să le dezvolte absolvenților abilitățile de comunicare și de integrare în echipe multidisciplinare.

## Conținut și structură

În primele semestre programul este structurat astfel încât studenții să poată acumula un bagaj consistent de cunoștințe fundamentale de marketing, economie, management, servicii, contabilitate, finanțe, statistică și informatică economică, pentru înțelegerea și parcurgerea eficientă a disciplinelor de marketing incluse în următoarele trei semestre. Disciplinele de specialitate le furnizează studenților cunoș-

tințe actuale privind comportamentul consumatorului, cercetările de marketing, politicile de marketing, marketingul online, branding, merchandising, marketingul achizițiilor, etc. În plus, disciplinele opționale le asigură studenților posibilitatea de a-și dezvolta cunoștințele de marketing în funcție de dorințele lor (marketingul micilor afaceri, principiile vânzărilor, instrumente și tehnici de promovare etc.) sau de a acumula cunoștințe specifice altor domenii economice.

## Competențe și abilități

Structura și conținutul disciplinelor sunt concepute pentru a le dezvolta studenților un spirit antreprenorial, în paralel cu dobândirea unui ansamblu complet de competențe în domeniul marketingului. Competențele dobândite se referă la utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing, utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing, culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său, fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing, organizarea activităților de marketing în cadrul organizației. De asemenea, programul le furnizează studenților posibilitatea însușirii principiilor și valorilor eticii profesionale și a normelor

de cooperare pentru a putea aplica tehnicile de relaționare și munca eficientă în echipă.

## Perspective de angajare

Absolvenții programului vor fi pregătiți să construiască o carieră de succes în orice companie sau organizație, având cunoștințele și competențele necesare pentru a ocupa funcții, inclusiv de conducere, în departamentul de marketing sau cel comercial. Odată cu finalizarea studiilor și obținerea diplomei de licență, absolvenții putea profesia ca specialiști, experți, referenți în marketing și în comerț, organizatori târguri și expoziții, cercetători în marketing, merchandiseri și consultanți în marketing online. În plus, absolvenții vor avea capacitatea de a iniția și dezvolta afaceri proprii sau de a organiza și implementa activitatea de marketing în cadrul afacerilor de familie.

## Responsabil program

👁️ **Conf. univ. dr. Mihai-Florin BĂCILĂ**  
✉️ **mihai.bacila@econ.ubbcluj.ro**



“Marketingul te determină să-ți exprimi ideile cu originalitate și în mod liber. Mă simt foarte împlinită că identic în practică ce am studiat. Specializarea mi-a deschis drumul spre cariera pe care mi-o doresc. Am acumulat cunoștințele ușor, cu multă pasiune datorită profesorilor care sunt foarte deschiși și profesioniști.”

**AMALIA ELENA CRISTEA**

# CURRICULUM



Semestrul 1 (32 credite)	Semestrul 2 (32 credite)	Semestrul 3 (30 credite)	Semestrul 4 (30 credite)	Semestrul 5 (30 credite)	Semestrul 6 (30 credite)
Microeconomie	Macroeconomie	<b>Contabilitate financiară</b>	Comportamentul consumatorului	Politici de marketing	Merchandising
<b>Economie europeană</b>	<b>Matematici financiare și actuariale</b>	<b>Finanțele întreprinderii</b>	Cercetări de marketing	Marketingul serviciilor	Târguri și expoziții
<b>Matematici aplicate în economie</b>	<b>Bazele contabilității</b>	<b>Baze de date și programe</b>	<b>Statistică inferențială</b>	Cumpărarea resurselor	Marketing financiar-bancar
<b>Management</b>	<b>Informatică economică</b>	<b>Statistică descriptivă</b>	<b>Asigurarea calității și expertiza mărfurilor</b>	materiale	Marketingul organizațiilor nonprofit
<b>Finanțe publice</b>	Bazele marketingului	<b>Etica în afaceri</b>	<b>Managementul organizațional</b>	Branding	Elaborarea lucrării de licență
<b>Fundamentele serviciilor</b>	Dreptul afacerilor	<b>Limba modernă în afaceri*</b>	<b>Limbaj specializat aplicat*</b>	Marketing online	<b>Disciplină opțională 5</b>
<b>Limba modernă în afaceri*</b>	<b>Limba modernă în afaceri*</b>	<b>Disciplină opțională 1</b>	Practică – Marketing (Comportamentul consumatorului și Cercetări de marketing)	<b>Disciplină opțională 3</b>	<b>Disciplină opțională 6</b>
Educație fizică 1	Educație fizică 2		<b>Disciplină opțională 2</b>	<b>Disciplină opțională 4</b>	

\* Limba engleză, franceză, germană, italiană sau spaniolă

Disciplinele incluse în pachetele de discipline opționale aferente semestrelor 3-6 permit extinderea competențelor specifice ale specializării sau urmarea unor traiectorii de competențe specifice altor specializări:

Competențe specifice specializărilor:	Semestrul 3 Disciplină opțională 1	Semestrul 4 Disciplină opțională 2	Semestrul 5 Disciplină opțională 3	Semestrul 5 Disciplină opțională 4	Semestrul 6 Disciplină opțională 5	Semestrul 6 Disciplină opțională 6
Marketing		Marketingul micilor afaceri Principiile vânzărilor		Cercetări calitative de marketing Etica în marketing	Marketing în social media	Instrumente și tehnici de promovare
<b>Contabilitate și informatică de gestiune</b>		<b>Contabilitate managerială</b>	<b>Control de gestiune</b>	<b>Evaluarea afacerilor</b>	<b>Raportări financiare</b>	<b>Control și audit financiar</b>
<b>Economia comerțului, turismului și serviciilor</b>			Marketing în comerț Servicii de recreere și divertisment		Marketing în turism Agroturism	Turism internațional
<b>Economie agroalimentară și a mediului</b>		Auditul de mediu	Dezvoltarea sustenabilă a afacerilor		Economia mediului	Managementul deșeurilor
<b>Economie generală</b>	Istoria economiei Doctrina economică	Economie comportamentală		Politici agricole și de dezvoltare rurală		Economie și politici publice
<b>Economie și afaceri internaționale</b>		Introducere în practica diplomatică și economică internațională	Economie și politici de dezvoltare regională		Tranzacții economice internaționale	
<b>Finanțe-bănci</b>	Fiscalitate	Instituții și mecanisme monetare		Analiză financiară	Asigurări	
<b>Informatică economică</b>	<b>Introducere în programarea calculatoarelor</b>	<b>Algoritmi și structuri de date</b>		<b>Medii de programare și dezvoltare</b>		<b>Sisteme informatice integrate (EAS/ERP)</b>
<b>Management</b>	<b>Managementul firmei</b>	<b>Managementul resurselor umane</b>	<b>Management în comerț și turism</b> <b>Managementul proiectelor</b>	<b>Logistică</b>	<b>Managementul investițiilor</b>	<b>Managementul întreprinderilor mici și mijlocii</b>
<b>Statistică și previziuni economice</b>		Demografie	Analiza datelor	Previziuni economice Bazele econometriei	Software statistic Elemente de teoria jocurilor	Modelare matematică
<b>Alte competențe</b>	Introducere în metodologia cercetării științifice Logică	Politologie	Sociologie economică			