

Marketing (la Reșița)

Limba de predare: Română

Obiective

Obiectivele programului de studii de licență Marketing sunt acelea de a oferi educație și cercetare la un înalt standard de calitate, pentru pregătirea inițială și continuă a unor specialiști în marketing, creativi, persuasivi, cu gândire antreprenorială, spirit civic și responsabilitate socială, capabili să își aducă aportul la crearea avantajului competitiv pe piață pentru organizațiile din care vor face parte viitori absolvenți. Baza teoretică însușită de-a lungul celor trei ani de studii este completată de stagiul de practică ce are ca scop valorificarea aplicativă de către studenți a cunoștințelor dobândite în cadrul activităților didactice de curs și seminar.

Conținut și structură

Programul de studii Marketing pregătește studenții pentru piața muncii, formând specialiști capabili să își asume un rol activ în organizație. Planul de învățământ este întocmit în conformitate cu standardele ARACIS, având, ca universități de referință, pe cele din top 500 mondial. Aria curriculară, similară programelor de licență Marketing existente la nivelul FSEGA, se aliniază la standardele internaționale și răspunde cerințelor actuale ale învățământului superior. Disciplinele regăsite în planul de

învățământ asigură formarea specialiștilor în domeniul marketingului, capabili să identifice cele mai potrivite soluții la provocările pieței, aplicând metode și tehnici de marketing, adaptate dinamismului general al mediului de afaceri.

Competențe și abilități

Programul oferă posibilitatea dezvoltării profesionale a studenților, pentru a răspunde provocărilor de pe piața muncii, aceștia dobândind competențe profesionale privind: utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing; utilizarea instrumentelor și aplicațiilor informatice în activitățile de marketing; culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său; fundamentarea și elaborarea mixului de marketing; utilizarea tehnicilor de vânzare; desfășurarea activităților de marketing în cadrul organizației. Un accent important se pune și pe formarea competențelor transversale, vizând stimularea muncii în echipă, formarea abilităților de comunicare, aplicarea principiilor eticii profesionale și valorificarea oportunităților de formare continuă pentru propria dezvoltare.

Perspective de angajare

Scopul programului este de a pregăti specialiști în domeniul marketingului, care să fie capabili să aducă soluții pertinente în situații economice diverse, aducându-și aportul de creativitate și inovare. Absolvenții vor putea ocupa atât funcții de execuție, cât și funcții de conducere, încadrându-se în profiluri de carieră precum: asistent de cercetare economist în marketing, consilier vânzări asigurări, consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing, manager de produs, ofițer bancar (credite, marketing, produse și servicii bancare), specialist e-Afaceri, specialist în relații publice. De asemenea, vor avea capacitatea de a iniția și dezvolta business-uri proprii sau de a asigura continuitatea afacerilor de familie.

Responsabil program

👁️ **Lect. univ. dr. Suzana DEMYEN**

✉️ **suzana.demyen@econ.ubbcluj.ro**



“Pe parcursul celor trei ani am învățat foarte multe și am obținut rezultate academice frumoase la olimpiade, dar u n mare merit îl au și cadrele didactice de la Reșița, dedicarea de care au dat dovadă, încă din prima zi, contribuind la rezultatele mele și, pentru asta, le sunt foarte recunoscătoare.”

ALEXANDRA DANIELA SIVULCA

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

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

* Limba engleză, franceză, germană, italiană sau spaniolă