

Strategii și Politici de Marketing

Limba de predare: Română

Obiective

Programul de studii este adresat tuturor categoriilor de public interesate de o aprofundare și chiar o rafinare a cunoștințelor de marketing acumulate. Fără a se restrânge doar la titularii unei licențe în marketing, oferta educațională își definește orientarea prin facilitarea, pentru orice specialist, a accesului la informația științifică avansată, prezentată la cel mai ridicat nivel didactic, de către o echipă de dascăli dedicați. Orientarea economică de astăzi, la nivel global, ridică în fața specialiștilor din economie, și nu numai, foarte multe provocări, supraviețuirea și dezvoltarea organizațiilor depinzând în mod nemijlocit de cercetarea piețelor, crearea și oferirea valorii căutate de consumatori în condiții de performanță economică sustenabilă.

Conținut și structură

Programul prezintă marele avantaj al unei duble specializări:

Programul este structurat astfel încât, în primele semestre, studenții să-și poată consolida bagajul de cunoștințe în marketing, cu accent pe orientarea strategică, comportamentul consumatorului, marketingul online, fiindu-le totodată furnizate o parte din noțiunile mai avansate de marketing, precum abordarea internațională, cea specifică pro-

dușelor noi sau serviciilor financiare. Programul continuă, în următoarele semestre, rafinarea cunoștințelor de marketing, prin abordarea unor concepte specifice, precum relațiile cu consumatorii, relațiile interorganizaționale sau problematica pregătirii și conducerii negocierii în afaceri. Aceste discipline de specialitate furnizează studenților cunoștințe actuale privind marketingul, cu valențe practice ce vor fi accentuate și validate în ultimul semestru al programului.

Competențe și abilități

Conținuturile specifice disciplinelor incluse în planul de învățământ sunt astfel proiectate încât să permită studenților să-și consolideze, respectiv să-și dezvolte nivelul cunoștințelor de marketing. Competențele dobândite se referă la elaborarea și implementarea unei strategii de marketing, a unei campanii de marketing, a unor demersuri de interrelaționare cu alte entități, toate în scopul de a administra cât mai bine activitatea unei organizații. În același timp, programul furnizează studenților și competențe transversale, precum comunicarea, munca în echipă, utilizarea echipamentelor de IT&C în scopul desfășurării profesiei, fără a ignora însușirea și asumarea valorilor și principiilor deontologice și etice specifice.

Perspective de angajare

Absolvenții programului își vor putea asuma un eșichier larg de ocupații și funcții în orice fel de organizație. De la poziția de referent de marketing, până la nivel de director de marketing, de la nivel de microîntreprindere, până la companii multinaționale, indiferent de sectorul de activitate, absolvenții noștri pot face față provocărilor și responsabilităților specifice acestei activități. Pregătirea superioară dobândită le va facilita încadrarea și asimilarea specificului oricărei entități economice, sociale, culturale, publice etc. Nu în ultimul rând, absolvenții acestui program de studii pot alege și o carieră didactică, având la dispoziție și o ofertă de pregătire doctorală.

Responsabil program

👁️ **Prof. univ. dr. Ciprian-Marcel POP**

✉️ **marcel.pop@econ.ubbcluj.ro**



“Deși la licență nu am studiat profilul marketing, mi-am dat seama în timp cât de mult mi-ar plăcea să explorez acest domeniu. Deși lucram, a meritat efortul de a studia la acest program de master, am avut posibilitatea de a scrie proiecte interesante, de a învăța de la profesori foarte bine pregătiți, deschiși cu studenții.”

EDIT ZAVACKI

CURRICULUM

Semestrul 1 (30 credite)	Semestrul 2 (30 credite)	Semestrul 3 (30 credite)	Semestrul 4 (30 credite)
Marketing strategic	Strategii de afaceri	Marketing relațional	Strategii de marketing financiar
Comportamentul consumatorului și strategia de marketing	Marketingul inovării	Strategii și tactici de stabilire a prețurilor	Practică (Strategii și politici de marketing)
Strategii de marketing online	Negocierea afacerilor	Comunicare interculturală în afaceri *	Cercetare științifică pentru elaborarea lucrării de disertație**
Analiza multidimensională a datelor	Publicitate		Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație
Marketing internațional		Disciplină opțională 1 <ul style="list-style-type: none">Marketing senzorial și experiențialMetode cantitative aplicate în deciziile economiceMarketingul produselor și serviciilor de lux	Disciplină opțională 3 <ul style="list-style-type: none">Relații publiceMarketing politicMarketingul achizițiilor materialeLimba modernă în afaceri. Competențe aplicate*
		Disciplină opțională 2 <ul style="list-style-type: none">Analiza datelor de marketing prin ecuații structuraleEconometrieStrategii de agromarketing	

* limba engleză, franceză, germană, italiană, spaniolă
** în limba engleză, franceză, germană, spaniolă