

## 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 cunoștințe actuale privind comportamentul consu-

matorului, 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 profesa 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](mailto:mihai.bacila@econ.ubbcluj.ro)



"Marketingul te determină să-ți exprimi ideile cu originalitate și în mod liber. Mă simt foarte împlinită că identitic 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 Economie europeană Matematici aplicate în economie Management Finanțe publice Fundamentele serviciilor Limba modernă în afaceri* Educație fizică 1	Macroeconomie Matematici financiare și actuariale Bazele contabilității Informatică economică Bazele marketingului Dreptul afacerilor Limba modernă în afaceri* Educație fizică 2	Contabilitate financiară Finanțele întreprinderii Baze de date și programe Statistică descriptivă Etica în afaceri Limba modernă în afaceri* Disciplină opțională 1	Comportamentul consumatorului Cercetări de marketing Statistică inferențială Asigurarea calității și expertiza mărfurilor Managementul organizațional Limba specializat aplicat* Practică – Marketing Disciplină opțională 2	Politici de marketing Marketingul serviciilor Business to Business Marketing Branding Marketing online Disciplină opțională 3 Disciplină opțională 4	Merchandising Târguri și expoziții Marketing financiar-bancar Marketingul organizațiilor nonprofit Elaborarea lucrării de licență Disciplină opțională 5 Disciplină opțională 6

\* 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 Disciplina 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
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 Doctrina 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