

Descrierea programului de studii de licență MARKETING IF/ID

Misiunea, obiectivele, rezultatele învățării și competențe dobândite

Misiunea programului de studii MK IF/ID

Misiunea programului de studii de licență *Marketing IF/ID* se regăsesc în totalitate în cele două componente (didactică și cercetare științifică) ale misiunii Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău potrivit Cartei Universității.

Misiunea programului de studii constă în formarea de specialiști cu o solidă pregătire teoretică, de cercetare și practică, în domeniul marketingului, capabili să răspundă cerințelor unei economii dinamice și globalizate. Printr-o abordare integrată, teoretico-aplicativă, programul urmărește dezvoltarea competențelor profesionale și a spiritului de marketer al studenților, facilitând integrarea lor pe piața forței de muncă și stimulând formarea continuă prin studiile de masterat și perfecționare profesională.

Obiectivul general al programului de studii MK IF/ID

Obiectivul general al programului de studii MK IF/ID constă în însușirea de cunoștințe și formarea de deprinderi, respectiv realizarea de competențe generale și specifice din domeniul marketingului.

Obiectivele specifice și profilul de competențe sunt în concordanță cu nevoile identificate pe piața muncii și cu cadrul național al calificărilor, prezentat sintetic mai jos.

Obiectivele specifice

Obiectivele educaționale, formulate din perspectiva cadrului didactic, în concordanță cu cerințele pieței muncii și interesul studenților, sunt structurate pe trei categorii:

- *Dezvoltarea de competențe cognitive*: capacitatea de analiză și sinteză a cunoștințelor aferente domeniului marketingului, în corelație directă și cu alte domenii interdisciplinare; capacitatea de autoperfecționare;
- *Dezvoltarea de competențe aplicativ-practice*: realizarea de proiecte specifice domeniului marketingului; capacitatea de realizare cercetare științifică în domeniu;
- *Dezvoltarea de competențe de comunicare și relaționare*: capacitatea de a comunica în domeniul profesional, inclusiv în limbi de circulație internațională, aprofundate pe parcursul anilor de studii; capacitatea de a coordona și de a lucra în echipă în cadrul unor proiecte specifice domeniului marketingului;

Absolvenții programului de studii Marketing IF/ID pot practica următoarele ocupații (conform cod COR/ISCO-08) **2431.03 – Specialist marketing, 2431.05 - Specialist marketing online**, din grupa de bază Cod COR: **2431- Specialiști în publicitate și marketing**.

Rezultatele învățării și competențele profesionale și transversale conferite de programul de studii MK IF/ID

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
- Identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Identifică rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Clasifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Identifică tranzacțiile și evenimentele de bază ale unei entități raportoare. - Dezvoltă practici privind aplicarea principiului partidei duble pentru înregistrarea tranzacțiilor și evenimentelor unei entități raportoare. - Dezvoltă practici privind întocmirea (pregătirea) situațiilor (rapoartelor) financiare ale unei entități raportoare.	- Calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Diferențiază utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale. - Comunică utilizatorilor informații din rapoartele financiare.	- Demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare. - Verifică corectitudinea analizei contabile. - Lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile.	- Realizează analize de date; - Utilizare creativă a tehnologiilor digitale; - Dă dovadă de inițiativă; Își asumă responsabilitatea; - Asigură orientarea către client; - Gândește în mod creativ; - Promovează idei, produse sau servicii;
- Identifică funcționalitățile avansate ale aplicațiilor de birou și modul în care acestea sunt utilizate în domeniul economic (calcul tabelar complex prin funcții, validarea, interogarea, sintetizarea datelor și reprezentarea grafică a acestora). - Identifică principiile fundamentale ale securității informațiilor, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea datelor din domeniul economic.	- Utilizează aplicațiile de birou în domeniul economic. - Recunoaște și evaluează riscurile de securitate asociate cu gestionarea informațiilor în domeniul economic. - Utilizează instrumente de automatizare, pentru a automatiza sarcinile repetitive în activitățile economice. - Identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate. - Utilizează instrumentele open source pentru exploatarea principalelor	- Asigură acuratețea și claritatea informațiilor din documentele gestionate cu aplicații de birou. - Operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor. - Verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare. - Demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate	- Aplică competențe de calcul numeric; - Gândește în mod creativ; - Realizează analize de date; - Efectuează cercetare de piață; - Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață; - Analizează factorii externi ai societăților; - Analizează factorii interni ai societăților; - Identifică nevoile clienților; - Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
- Identifică și analizează conceptele și tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic. - Describe conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (IoT, AI, Cloud/Fog/Edge Computing, Blockchain etc.).	facilități oferite de tehnologiile emergente.	de mediul informațional în contextul smart development.	- Desfașoară activități de marketing prin email; - Utilizare creativă a tehnologiilor digitale; - Dă dovadă de inițiativă; - Își asumă responsabilitatea;
- Recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional. - Identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora. - Explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.	- Utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi. - Elaborează decizii de marketing fundamentate științific. - Elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.	- Realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii demarketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funcțiilor de execuție în domeniul marketing. - Manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing. - Realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.	- Implementează strategii de marketing; - Colaborează la crearea strategiilor de marketing; - Elaborează strategii de marketing; - Identifică piețe potențiale pentru societăți; - Analizează factorii interni ai societăților; - Identifică nișe de piață; - Identifică nevoile clienților; - Menține relațiile cu clienții; - Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime; - Creează anunțuri publicitare; - Coordonează campanii publicitare; - Utilizează diferite canale de comunicare; - Selectează canalele de distribuție optime; - Elaborează planul de comunicare online al mărcii; - Desfașoară activități de marketing prin email; - Elaborează planul de afaceri pentru vânzarile online; - Dă dovadă de inițiativă;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
			• Își asumă responsabilitatea; • Asigură orientarea către client; • Gândește în mod creativ; • Promovează idei, produse sau servicii;
• Recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată. • Identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni. • Recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență.	• Analizează și interpretează fenomenele economice. • Analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate. • Aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele. • Fundamentează științific deciziile economice la nivel microeconomic.	• Manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice. • Acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică și a interpretărilor privind funcționarea organizației. • Realizează cu responsabilitate studii/ lucrări privind funcționarea sistemului economic.	• Aplică competențe de calcul numeric; • Realizează analize de date; • Analizează factorii interni ai societăților; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea; • Asigură orientarea către client; • Gândește în mod creativ; • Promovează idei, produse sau servicii;
• Identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale/. • Dezvoltă practici privind aplicarea tehnicilor și instrumentelor economice pentru realizarea analizelor și predicțiilor economico-financiare, și privind	• Recunoaște și aplică principalele metode statistice pentru analiza fenomenelor economice și sociale, aplică metode statistice în măsurarea și analiza proceselor economico-sociale la nivel macroeconomic, analizează conceptele, modelele și metodele de previziune a fenomenelor socio-economice, recunoaște conceptele, principiile, metodele și tehnicile de organizare a unei observări statistice parțiale,	• Demonstrează responsabilitate în asigurarea acurateței și integrității datelor statistice, aplicând tehnici de validare și verificare, lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor statistice, contribuind la luarea deciziilor informate în cadrul organizației, organizează, documentează și arhivează datele colectate, asigurând accesibilitatea și corectitudinea acestora pentru utilizări ulterioare, demonstrează	• Aplică competențe de calcul numeric; • Realizează analize de date; • Colaborează la crearea strategiilor de marketing; • Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață; • Analizează factorii externi ai societăților; • Analizează tendințele de cumpărare; • Realizează analiza vânzarilor;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
aplicarea metodelor cantitative pentru analiza datelor prin testarea și interpretarea modelelor econometrice.	indică modul de asigurare al instrumentelor necesare analizei cantitative și calitative a fenomenelor economice/. • Utilizează eficient pachetele software pentru analiza datelor prin metode statistice și econometrice, aplicând concepte, teorii, principii și instrumente de investigare a fenomenelor și proceselor economice și sociale.	autonomie în analizarea rolului statisticii în studierea fenomenelor economice și utilizarea acestora în deciziile micro și macroeconomice, aplică metode statistice la nivel macroeconomic, fiind capabil să aprofundeze și să aplice autonom concepte și analize relevante în economie, formulează corect probleme statistice și explică indicatorii cheie de resurse și rezultate la nivel macroeconomic, manifestând responsabilitate în analiză, își asumă responsabilitatea de a proiecta și a desfășura cercetări complexe, asigurându-se că rezultatele sunt relevante și corecte.	• Studiază nivelurile vânzarilor de produse; • Efectuează analiza datelor online; • Gândește în mod creativ; • Utilizare creativă a tehnologiilor digitale; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea;
• Operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale. • Demonstrează cunoștințe despre sectorul financiar bancar. • Demonstrează cunoștințe privind politicile financiare la nivel de public și la nivel de entitate economică. • Deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.	• Recunoaște datele financiare relevante. • Utilizează instrumente de analiză financiară specifice domeniul financiar-bancar. • Analizează fenomenele și activitățile financiare complexe specifice domeniului financiar-bancar. • Formulează strategii eficiente specifice activităților financiar-bancare.	• Identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc. • Acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară. • Manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în luarea deciziilor și oferirea de consultanță în domeniul financiar-bancar. • Manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.	• Aplică competențe de calcul numeric; • Realizează analize de date; • Analizează factorii externi ai societăților; • Analizează factorii interni ai societăților; • Își asumă responsabilitatea; • Gândește în mod creativ;
• Identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. • Operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale.	• Analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale. • Aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe sale.	• Manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor.	• Analizează factorii externi ai societăților; • Analizează factorii interni ai societăților; • Menține relațiile cu clienții; • Realizează analiza vânzarilor; • Studiază nivelurile vânzarilor de produse;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
Identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	- de natură economico-managerială din practica organizațiilor. - Fundamentează științific deciziile manageriale.	- Acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific. - Utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației. - Acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.	- Dă dovadă de inițiativă; - Își asumă responsabilitatea; - Gândește în mod creativ;
- Operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. - Utilizează elemente de matematici financiare, optimizarea funcțiilor de mai multe variabile, prognoza evoluției în timp a indicatorilor economici, modelarea probabilistă a fenomenelor economice care se desfășoară în condiții de risc și incertitudine, evaluarea indicatorilor statistici care caracterizează un fenomen economic, estimarea parametrilor unui model. - Identifică, diferențiază și analizează coerent în privința definirii conceptelor, modelelor și metodelor cantitative necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	- Modelează un proces economic și a factorilor determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile. - Utilizează algoritmi matematici pentru determinarea soluției optime a unei probleme de maximizare sau minimizare a unei funcții care modelează un indicator de rezultat. - Modelează probabilist scenariile de evoluție a unui fenomen economic, evaluează rezultatul asociat fiecărui scenariu și estimează a rezultatul așteptat pe baza scenariilor identificate, utilizând caracteristici numerice ale variabilelor aleatoare (valoare medie, dispersie, coeficient de corelație). - Analizează date, estimează parametrii unui model statistic și fundamentează decizia managerială pe baza acestora. - Cuantifică valoarea în timp a unui flux de capital, utilizând modele de matematici financiare.	- Utilizează autonom metodele de analiză cantitativă și tehnici avansate de calcul pentru evaluarea rezultatului și a impactului factorilor determinanți în problemele complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor. - Aplică cu responsabilitate metodele matematice de prognoză și a algoritmilor de optimizare a deciziilor privind funcționarea organizației. - Fundamentează științific a deciziile manageriale, pe baza utilizării instrumentelor de modelare probabilistă, analiză statistică, estimare a rezultatelor așteptate și optimizare a indicatorilor de rezultat.	- Aplică competențe de calcul numeric; - Dă dovadă de inițiativă;
Identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și	Analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin	Contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și	Realizează analize de date;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale. Identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale și a relațiilor economice dintre statele membre UE.	prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale. Identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și în relațiile economice dintre statele membre UE, fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale și europene în contextul globalizării și digitalizării.	analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri, mediul european de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii. - Își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării. - Are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturală, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale și europene, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.	- Colaborează la crearea strategiilor de marketing; - Analizează factorii externi ai societăților; - Identifică piețe potențiale pentru societăți; - Analizează tendințele de cumpărare; - Dă dovadă de inițiativă; - Își asumă responsabilitatea; - Asigură orientarea către client; - Gândește în mod creativ; - Promovează idei, produse sau servicii;
- Recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată. - Identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni. - Recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor	- Utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia. - Aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitul) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene. - Analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității.	- Fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice la nivel macroeconomic. - Acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice. - Manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.	

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire. • Utilizează constructe teoretice privind: conceptul de dezvoltare durabilă și dimensiunile acestuia; obiectivele de dezvoltare durabilă ale Agendei 2030; principalii indicatori utilizați pentru măsurarea dezvoltării durabile. • Demonstrează cunoștințe referitoare la conceptul de securitate alimentară și nutrițională și la factorii determinanți.	• Identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analiza datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile și de identificare a stării securității alimentare și nutriționale.	• Înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă. • Propune soluții de asigurare a securității alimentare și nutriționale; realizează programe/campanii de informare și educare a populației privind alimentația sănătoasă și nutriția.	
• Utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii. • Identifică și recunoaște relevanța regulilor și principiilor de drept aplicabile în mediul de afaceri. • Identifică și recunoaște relevanța reglementărilor legale aplicabile participanților la raporturile juridice de drept al afacerilor, precum și în materia contractelor, ca principale instrumente în relațiile de afaceri.	• Aplică metode analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri. • Aplică reglementări legale în materie pentru soluționarea unor probleme practice de natură juridică și economică cu care se confruntă participanții la raporturile juridice de drept al afacerilor. • Deține abilități avansate de înțelegere și analiză a clauzelor contractuale, a regulilor aplicabile în materia negocierii, încheierii și executării contractelor, inclusiv a aspectelor litigioase relevante în practica de afaceri.	• Demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale studiate la soluționarea unor situații practice cu care se confruntă participanții în mediul de afaceri. • Adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic. • Realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri. • Acționează coerent în ceea ce privește utilizarea reglementărilor legale studiate pentru evidențierea principalelor etape privind constituirea și funcționarea societăților, ca principali participanți la raporturile juridice de drept al afacerilor.	• Analizează factorii externi ai societăților; • Analizează factorii interni ai societăților; • Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime; • Selectează canalele de distribuție optime; • Își asumă responsabilitatea;
• Deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice	• Analizează critic și interpretează texte economice complexe.	• Utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații	• Utilizare creativă a tehnologiilor digitale;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse. Utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.	- Aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex. - Analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.	comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere, etc). - Realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină. - Implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.	- Dă dovadă de inițiativă; - Gândește în mod creativ; - Promovează idei, produse sau servicii;
- Describe logic și articulat conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare identificării factorilor care influențează funcționarea organizației, analizei mediului de marketing, studierii pieței, înțelegerii comportamentului consumatorilor și analizei datelor semnificative pentru activitatea de marketing. - Demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei științifice de cercetare pentru dezvoltarea de proiecte de marketing.	- Utilizează cunoștințele de specialitate pentru proiectarea și implementarea diferitelor tipuri de cercetări de marketing și aplică adecvat metodele și tehnicile de cercetare cantitativă și calitativă în funcție de contextul de marketing. - Analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing. - Elaborează rapoarte de cercetare complexe, care evidențiază relevanța rezultatelor din perspectiva scopului cercetării și comunică rezultatele către toate categoriile de stakeholderi.	- Manifestă o atitudine deschisă, bazată pe curiozitate intelectuală, în procesele de elaborare și implementare a activităților de cercetare de marketing. - Menține preocuparea constantă pentru rigoarea științifică în diferitele etape de realizare a proiectelor de cercetare în contexte de marketing. - Studentul/Absolventul manifestă spirit de echipă și dorința de a lucra într-un mediu de încredere în relația cu persoanele implicate în proiectele de cercetare. - Demonstrează responsabilitate și etică profesională în realizarea bugetelor de cercetare și a rapoartelor de cercetare de marketing.	- Realizează analize de date; - Efectuează cercetare de piață; - Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață; - Analizează factorii externi ai societăților; - Identifică piețe potențiale pentru societăți; - Analizează factorii interni ai societăților; - Identifică nișe de piață; - Identifică nevoile clienților; - Analizează tendințele de cumpărare; - Realizează analiza vânzarilor; - Studiază nivelurile vânzarilor de produse; - Efectuează analiza datelor online; - Aplică competențe de calcul numeric; - Implementează strategii de marketing; - Colaborează la crearea strategiilor de marketing; - Elaborează strategii de marketing; - Menține relațiile cu clienții; - Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime; - Utilizează diferite canale de comunicare;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
			• Selectează canalele de distribuție optime; • Desfașoară activități de marketing prin email; • Elaborează planul de afaceri pentru vânzarile online; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea; • Asigură orientarea către client; • Gândește în mod creativ; • Promovează idei, produse sau servicii;
• Demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. • Asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	• Demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. • Asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	• Manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing. • Dovedește spirit de echipă, fiind capabil să stabilească relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă. • Demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu partenerii implicați în diferite etape ale procesului de comunicare.	• Implementează strategii de marketing; • Colaborează la crearea strategiilor de marketing; • Elaborează strategii de marketing; • Identifică piețe potențiale pentru societăți; • Analizează factorii interni ai societăților; • Identifică nișe de piață; • Identifică nevoile clienților; • Menține relațiile cu clienții; • Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime; • Analizează tendințele de cumpărare; • Creează anunțuri publicitare; • Coordonează campanii publicitare; • Realizează analiza vânzarilor; • Studiază nivelurile vânzarilor de produse; • Utilizează diferite canale de comunicare; • Selectează canalele de distribuție optime; • Elaborează planul de comunicare online al mărcii;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
			• Desfașoară activități de marketing prin email; • Utilizare creativă a tehnologiilor digitale; • Efectuează analiza datelor online; • Elaborează planul de afaceri pentru vânzarile online; • Analizează factorii externi ai societăților; • Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață; • Realizează analize de date; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea; • Asigură orientarea către client; • Gândește în mod creativ; • Promovează idei, produse sau servicii;
• Asimilează cunoștințe avansate cu privire la particularitățile piețelor internaționale, mediul de marketing internațional și mixul de marketing specific organizațiilor care activează pe piețe internaționale. • Identifică pertinent particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor care activează în domeniul serviciilor.	• Demonstrează capacitatea de operaționalizare a strategiilor de produs, preț, distribuție și comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în sectorul serviciilor sau în context internațional.	• Manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în procesul de culegere, analiză și interpretare a datelor provenite din mediul de marketing internațional, relevante pentru a elabora o strategie adecvată pentru o organizație care activează în context internațional. • Demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii pertinente referitoare la strategia de produs, de preț, de distribuție și de comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în domeniul serviciilor.	• Implementează strategii de marketing; • Colaborează la crearea strategiilor de marketing; • Elaborează strategii de marketing; • Efectuează cercetare de piață; • Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață; • Analizează factorii externi ai societăților; • Identifică piețe potențiale pentru societăți; • Analizează factorii interni ai societăților; • Identifică nișe de piață; • Identifică nevoile clienților; • Analizează tendințele de cumpărare; • Coordonează campanii publicitare; • Utilizează diferite canale de comunicare;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
			• Creează anunțuri publicitare; • Elaborează planul de comunicare online al mărcii; • Desfașoară activități de marketing prin email; • Realizează analiza vânzarilor; • Studiază nivelurile vânzarilor de produse; • Selectează canalele de distribuție optime; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea; • Gândește în mod creativ; • Menține relațiile cu clienții; • Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime; • Asigură orientarea către client; • Promovează idei, produse sau servicii;
• Demonstrează înțelegerea conceptelor privind utilizarea proceselor de vânzare, de management al relațiilor cu clienții și de aprovizionare, managementul lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii și distribuitorii. • Asimilează cunoștințe avansate cu privire la nevoile clienților, strategiile de fidelizare, previziunea cererii și proiectarea rețelelor de distribuție.	• Ffolosește adecvat tehnici de negociere și de gestionare a proceselor de vânzări, pentru a gestiona eficient interacțiunile cu clienții. • Aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiunea stocurilor, de planificare a necesarului de resurse materiale și a vânzărilor, ca și abilități avansate de negociere și finalizare a proceselor de vânzare.	• Demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii riguroase științific cu privire la tehnicile de vânzare și planul de vânzări pentru un produs sau serviciu specific, cu accent pe abordarea clientului și tehnicile de închidere. • Demonstrează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelelor logistice și de management al canalelor de distribuție.	• Implementează strategii de marketing; • Colaborează la crearea strategiilor de marketing; • Elaborează strategii de marketing; • Identifică piețe potențiale pentru societăți; • Analizează factorii interni ai societăților; • Identifică nișe de piață; • Identifică nevoile clienților; • Menține relațiile cu clienții; • Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime; • Analizează tendințele de cumpărare; • Realizează analiza vânzarilor; • Studiază nivelurile vânzarilor de produse;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
			• Selectează canalele de distribuție optime; • Elaborează planul de afaceri pentru vânzarile online; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea; • Asigură orientarea către client; • Efectuează cercetare de piață; • Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață; • Realizează analize de date; • Desfașoară activități de marketing prin email; • Gândește în mod creativ; • Promovează idei, produse sau servicii;
• Descrie logic și articulat conceptele și teoriile asociate activităților de marketing în mediul online, inclusiv celor utilizate pentru marketingul prin canale de comunicare sociale (social media). • Demonstrează înțelegerea conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și aplicațiilor informatice utilizate în marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.	• Utilizează cunoștințele avansate legate de sistemelor informatice de marketing și poate contribui la digitalizarea activităților de marketing ale organizației. • Folosește adecvat produse software pentru activitatea de marketing online, inclusiv pe cele bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.	• Manifestă o atitudine deschisă, bazată pe rigoare științifică cu privire la procesul de dezvoltare a instrumentelor de comunicare în mediul online (pagini web) bazate pe principii de marketing și realizarea de strategii de marketing online. • Demonstrează capacitatea de a fundamenta analize și studii specifice în domeniul instrumentelor software de marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.	• Implementează strategii de marketing; • Colaborează la crearea strategiilor de marketing; • Elaborează strategii de marketing; • Identifică nevoile clienților; • Menține relațiile cu clienții; • Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime; • Realizează analiza vânzarilor; • Utilizare creativă a tehnologiilor digitale; • Efectuează analiza datelor online; • Elaborează planul de afaceri pentru vânzarile online; • Aplică competențe de calcul numeric; • Realizează analize de date; • Analizează factorii externi ai societăților; • Analizează factorii interni ai societăților;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
			• Analizează tendințele de cumpărare; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea; • Asigură orientarea către client; • Gândește în mod creativ; • Promovează idei, produse sau servicii;
• Dețin cunoștințe solide în domeniul antreprenoriatului.	• Conduce, gestionează și lucrează eficient în echipe interculturale, demonstrând o înțelegere profundă a dinamicii organizaționale.	• Dezvoltă o mentalitate adaptabilă, rezilientă și antreprenorială, motivând și influențând echipa pentru a crea un mediu de lucru pozitiv și productiv.	• Efectuează cercetare de piață; • Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață; • Analizează factorii externi ai societăților; • Identifică piețe potențiale pentru societăți; • Analizează factorii interni ai societăților; • Identifică nișe de piață; • Identifică nevoile clienților; • Menține relațiile cu clienții; • Analizează tendințele de cumpărare; • Asigură orientarea către client; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea;
• Consolidază cunoștințe de specialitate în vederea întocmirii unui proiect coerent ce analizează aspecte din realitatea economică.	• Elaborează proiecte și studii sub coordonare, pentru analiza unor aspecte specifice domeniului. • Identifică, definește, explică și demonstrează abilități de aplicare a conceptelor, principiilor și metodologiei specifice domeniului.	• Demonstrează autonomie în întocmirea analize, studii, lucrări de cercetare specifice domeniului.	• Implementează strategii de marketing; • Colaborează la crearea strategiilor de marketing; • Elaborează strategii de marketing; • Efectuează cercetare de piață; • Analizează factorii externi ai societăților; • Identifică piețe potențiale pentru societăți; • Analizează factorii interni ai societăților; • Identifică nișe de piață; • Identifică nevoile clienților; • Menține relațiile cu clienții;

Rezultatele învățării			Competențe profesionale și transversale
Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
			• Creează anunțuri publicitare; • Coordonează campanii publicitare; • Realizează analiza vânzarilor; • Studiază nivelurile vânzarilor de produse; • Utilizează diferite canale de comunicare; • Selectează canalele de distribuție optime; • Elaborează planul de comunicare online al mărcii; • Desfașoară activități de marketing prin email; • Utilizare creativă a tehnologiilor digitale; • Efectuează analiza datelor online; • Aplică competențe de calcul numeric; • Realizează analize de date; • Analizează tendințele de cumpărare; • Elaborează planul de afaceri pentru vânzarile online; • Dă dovadă de inițiativă; • Își asumă responsabilitatea; • Asigură orientarea către client; • Gândește în mod creativ; • Promovează idei, produse sau servicii;

DECAN,
Prof.univ.dr. Ovidiu-Leonard TURCU

DIRECTOR DEPARTAMENT,
Conf.univ.dr. Oana Ancuța STÂNGACIU