

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
pentru studenții înscriși în anul universitar 2013-2014

Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
Facultatea de Științe Economice și Umaniste din Miercurea Ciuc
Domeniul de licență: **Marketing**
Specializarea : **Marketing**
Titlul absolventului: **Licențiat în științe economice**
Durata studiilor: **3 ani**
Forma de învățământ: **zi**
Limba de studiu: **maghiară**

MISIUNEA SPECIALIZĂRII

Misiunea didactică: formarea unor economiști care să contribuie la procesul de revigorare și dezvoltare economică, specialiști care să aibă cunoștințe în domeniul de importanță deosebită, economico-juridice, politici economice, strategii de dezvoltare durabilă, învățământ.

Misiunea de cercetare: personalul didactic și de cercetare va desfășura activități de cercetare și proiectare în domeniul politicilor economice naționale și internaționale și care vor fi valorificate prin publicații, contracte, expertize, consultanță sau prin alte modalități. Se propune familiarizarea studenților cu munca de cercetare, antrenându-i în munca cercurilor științifice studențești și invitându-i pe cei mai buni la programele de cercetare ale cadrelor didactice. Se va facilita participarea profesorilor și studenților la diferite programe de cercetare internaționale.

1. OBIECTIVE DE FORMARE ȘI COMPETENȚE ÎN DOMENIUL MARKETING

Obiectivele educaționale, formulate din perspectiva cadrului didactic și rezultate prin operaționalizarea competențelor de formare, structurate pe cele trei dimensiuni, prezentate sintetic mai jos și detaliat în programele de formare ale modulelor/disciplinelor din planul de învățământ:

a) Competențe profesionale:

- 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
- Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing
- Utilizarea tehnicilor de vânzare
- Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației

b) Competențe transversale:

- Aplicarea principiilor, normelor și valorilor codului de etică profesională în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă
- Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei.
- Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

Funcții (ocupații) posibile:

Consilier vânzări asigurări(241604); Organizator târguri și expoziții(241911); Specialist marketing(241921); Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing(244104); Specialist în relații publice(244701); Referent de specialitate marketing(244703);

a) Competențe profesionale:

Cerințe privind cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de baza ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională:

Definirea cerințelor:

RECTOR,
Prof. Dr. Ing. Dávid László

DECAN,
Conf. Univ. Dr. Makó Zoltán

- Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing
- Identificarea și descrierea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing
- Definirea mediului organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia
- Definirea conceptelor și descrierea politicilor mix-ului de marketing
- Utilizarea tehnicilor de vânzare
- Identificarea și definirea rolului departamentului de marketing în cadrul organizației

Cerințe privind utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului.

Definirea cerințelor:

- Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing
- Explicarea modului de utilizare a instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing
- Interpretarea impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației
- Explicarea mix-ului de marketing
- Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specific de comunicare
- Explicarea principalelor atribuții și activități ale departamentului de marketing

Cerințe privind aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată.

Definirea cerințelor:

- Aplicarea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing
- Folosirea softurilor în activități de marketing
- Identificarea și selectarea factorilor care influențează funcționarea organizației
- Aplicarea cunoștințelor specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea unui program de marketing
- Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specific de comunicare
- Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru organizarea activităților de marketing

Cerințe privind utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii.

Definirea cerințelor:

- Studierea comparativă și evaluarea critică a metodelor, tehnicilor și instrumentelor în activitatea de marketing

RECTOR,
Prof. Dr. Ing. Dávid László

DECAN,
Conf. Univ. Dr. Makó Zoltán

- Evaluarea critică a caracteristicilor instrumentale ale principalelor softuri folosite în activitatea de marketing
- Evaluarea și clasificarea factorilor care influențează funcționarea organizației
- Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing
- Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specific de comunicare
- Analiza și evaluarea critică a activităților în cadrul departamentului de marketing

Cerințe privind elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu.

Definirea cerințelor:

- Proiectarea unui studiu de marketing
- Dezvoltarea și utilizarea bazelor de date specific activității de marketing
- Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței
- Proiectarea programelor de marketing
- Proiectarea programului de comunicare în vânzări
- Propunerea modalităților de creștere a eficienței organizării activităților de marketing

Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competenței:

- Realizarea unui studiu de marketing
- Elaborarea unui raport de marketing utilizând aplicațiile informatice
- Elaborarea unei analize SWOT
- Conceperea și realizarea unui program de marketing
- Proiectarea programului de comunicare în vânzări
- Elaborarea unui proiect de organizare a activităților de marketing

b) Competențe transversale:

Definirea cerințelor:

Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată: • Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale

Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate: • Realizarea unei lucrări/uni proiect, asumând cu responsabilitate sarcini specifice rolului într-o echipă plurispecializată

Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltare personală și profesională: • Elaborarea și susținerea cu argumente a aplicării unui plan personal de dezvoltare profesională

2. STRUCTURA SĂPTĂMÂNALĂ A ANULUI UNIVERSITAR

	Activități didactice		Sesiuni de examene			Practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Restanțe		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	14	14	4+1	4+1	1	-	2	1	10
Anul II	14	11	4+1	4+1	1	3	2	1	10
Anul III	14	12	4+1	3	1		2	1	

3. NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II	Practică
I	25	29	
II	24	28	3x5x6 ore = 90 ore
III	28	26	

4. ASIGURAREA FLEXIBILIZĂRII INSTRUIRII. CONDIȚIONĂRI

- Flexibilizarea programului de studiu este asigurată prin discipline opționale și discipline facultative.
- **Disciplinele la alegere (opționale)** sunt propuse pentru semestrele III, IV, V, VI, care completează traseul de specializare a studentului, iar modul de alegere a disciplinelor la alegere este următoarea:
 - Sem. III: Se alege o disciplină dintre disciplinele la alegere oferite pe semestrul III.
 - Sem IV: Se alege o disciplină dintre disciplinele la alegere oferite pe semestrul IV.
 - Sem V: Se alege o disciplină dintre disciplinele la alegere oferite pe semestrul V.
 - Sem VI: Se alege o disciplină dintre disciplinele la alegere oferite pe semestrul VI.

5. CONDIȚII DE ÎNSCRIERE ÎN ANUL DE STUDII URMĂTOR. CONDIȚII DE PROMOVARE A UNUI AN DE STUDIU.

Condițiile de înscriere în anul următor, condițiile de a urma module de curs în avans, condițiile de promovare sunt cuprinse în **Regulamentul de studii în sistemul de credite transferabile al Universității Sapientia.**

RECTOR,
Prof. Dr. Ing. Dávid László

DECAN,
Conf. Univ. Dr. Makó Zoltán

6. CONDIȚII DE DESFĂȘURARE A PRACTICII

Practica se desfășoară **comasat și/sau distribuit**, în instituții de profil. Forma de verificare este de tip colocviu, care se susține la sfârșitul semestrului II al anului universitar respectiv.

7. CONDIȚII DE FRECVENTARE A DISCIPLINELOR FACULTATIVE

Prezentul Plan de învățământ cuprinde, pe lângă **disciplinele obligatorii** și disciplinele **la alegere** (opționale) și **discipline facultative**, care urmăresc lărgirea orizontului de cunoaștere și de cultură generală al studenților, completarea competențelor în domeniul tehnologiilor informatice și ale specializării de licență.

Procedura de desfășurare a activităților didactice la disciplinele facultative și de înscriere a calificativelor în Foaia matricolă/Suplimentul la diplomă este prezentată în Regulamentul de studii.

Alocarea creditelor se face în urma susținerii colocviului de absolvire a cursului. Creditele obținute la disciplinele facultative nu înlocuiesc creditele pentru disciplinele obligatorii și opționale.

8. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE LICENȚĂ

Prezentarea la examenul de licență este condiționată de parcurgerea integrală a planului de învățământ în structura sa de bază (fără mai multe discipline opționale decât cele specificate și fără cele facultative).

9. PREGĂTIREA PENTRU CARIERA DIDACTICĂ

Programul de formare psihopedagogică în vederea certificării competențelor pentru profesia didactică se realizează în cadrul Departamentului de Specialitate cu Profil Psihopedagogic (DSPD) al Universității Sapientia. Acesta asigură prin programele sale acreditate dobândirea a 30 credite aferente Nivelului I după parcurgerea în statut de discipline facultative a curriculei și promovarea examenului de absolvire.

Discipline facultative oferite de Universitatea Sapientia în cadrul programului de pregătire al personalului didactic:

Disciplina de învățământ	Sem.	Curs	Sem.	Credite	E/C	Nr. ore C S T
Psihologia educației	I.	2	2	5	E	28 – 28 – 56
Pedagogie I.	II.	2	2	5	E	28 – 28 – 56
Pedagogie II.	III	2	2	5	E	28 – 28 – 56
Didactica specialității	IV.	2	2	5	E	28 – 28 – 56
Practică pedagogică	V.	0	3	3	C	42 – 42
Instruire asistată de calculator	V.	1	1	2	E	14 – 14 – 28
Managementul clasei de elevi	VI.	1	1	3	E	14 – 14 – 28
Practică pedagogică	VI.	0	3	2	C	36 – 36
Total		10	16	30	6E, 2C	140 – 218 – 358

RECTOR,
Prof. Dr. Ing. Dávid László

DECAN,
Conf. Univ. Dr. Makó Zoltán

10. TABELUL DISCIPLINELOR

A. DISCIPLINE OBLIGATORII:

Cod	Discipline	Statutul disciplinei			Credite	Nr. ore săptămânal			Felul verificării			Condiționări
		4 DF	2 DC	2 DS		C	S	L/P	4 E	3 C	1 A/R	
Semestrul 1 (Anul I)		4 DF	2 DC	2 DS	30	11	6	8	4 E	3 C	1 A/R	
CBGG0011	Economie I - Introducere in economie		DS		5	2		2		E		
CBGK0011	Bazele contabilității		DF		5	2		2		E		
CBEM0161	Algebră și calculul probabilităților		DS		5	2	2			E		
CBFF0011	Geografie economică		DF		4	2	1			C		
CBJJ0061	Drept civil		DF		4	1	2			E		
CBGK0211	Bazele informaticii		DF		4	2		2		C		
CBHX0041	Limbă străină I.		DC		3			2		C		
CBSX0011	<i>Educație fizică I.</i>		DC		1*		1			A/R		
Semestrul 2 (Anul I)		3 DF	2 DC	4 DS	30	13	12	4	5 E	3 C	1 A/R	
CBGG0021	Economie II. - Microeconomie		DS		4	2	2			E		
CBEM0141	Analiză matematică		DF		4	2	2			E		
CBJJ0021	Drept comunitar		DS		4	1	2			C		
CBGK0021	Contabilitate financiară		DS		4	2	2			E		
CBGM0011	Management		DF		4	2	2			E		
CBEM0101	Statistică economică		DF		4	2		2		C		
CBGG0181	Economie europeană		DS		3	2	1			E		
CBHX0042	Limbă străină II.		DC		3			2		C		
CBSX0012	<i>Educație fizică II.</i>		DC		1*		1			A/R		
Semestrul 3 (Anul II)		3 DF	1 DC	4 DS	30	10	10	4	4 E	3 C	1 A/R	
CBGG0031	Economie III. - Macroeconomie		DF		5	2	2			E		
CBGF0021	Finanțe I. – Finanțe publice		DF		5	1	2			E		
CBGP0221	Bazele marketingului		DF		5	2	2			E		
CBGG0071	Metodologia cercetării		DS		4	1		2		C		
CBGM0031	Management strategic		DS		4	2	2			E		
CBHX0043	Limba străină III.		DC		3			2		C		
	Curs opțional I.		DS		4	2	1			C		
CBSX0013	<i>Educație fizică III.</i>		DS		1*		1			A/R		
Semestrul 4 (Anul II)		0 DF	2 DC	8 DS	30	11	13	4	6 E	3 C	1 A/R	
CBGF0011	Finanțe II – Finanțele întreprinderii		DS		4	2		2		E		
CBGP0231	Politici și strategii de marketing		DS		3	1	2			E		
CBGG0041	Economia firmei		DS		4	2	2			E		
CBGP0241	Comunicația de marketing		DS		3	2	2			E		
CBGM0041	Managementul sistemelor informaționale		DS		4	1	2			E		
CBJJ0151	Dreptul afacerilor		DS		3	2	2			E		
CBHX0044	Limbă străină IV.		DC		3			2		C		
	Curs opțional II.		DS		3	1	2			C		
CBGP0101	Practică		DS		3					C		
CBSX0014	<i>Educație fizică IV.</i>		DC		1*		1			A/R		

Semestrul 5 (Anul III)		0 DF	1 DC	8 DS	30	13	11	4	5 E	4 C	0 A/R
CBGP0271	Comportamentul consumatorului		DS		4	2	2			E	
CBGP0281	Cercetări de marketing 1.		DS		3	1		2		C	
CBGM0051	Managementul resurselor umane		DS		3	2	1			E	
CBGP0291	Marketingul serviciilor		DS		3	2	1			E	
CBGP0301	Planificare campanie de marketing		DS		4	2	2			E	
CBGP0311	Tehnici de vânzare		DS		4	2	2			E	
CBHB0411	Limba română - seminar practic		DC		2			2		C	
CBLP0011	Elaborarea proiectului de diplomă I.		DS		5	1	1			C	
	Curs opțional III.		DS		2	1	2			C	
Semestrul 6 (Anul III)		0 DF	0 DC	8 DS	30	13	7	6	5 E	3 C	0 A/R
CBGM0081	Management financiar		DS		4	1		2		E	
CBGP0282	Cercetări de marketing 2.		DS		4	2		2		C	
CBGP0031	Marketingul locurilor		DS		3	2	1			E	
CBGP0371	Simulări de marketing		DS		4	2	2			E	
CBPK0411	Relații publice		DS		4	2	2			E	
CBGP0381	Marketing internațional		DS		3	2	1			E	
CBLP0012	Elaborarea proiectului de diplomă II.		DS		5	1	1			C	
	Curs opțional IV.		DS		3	1		2		C	

B. DISCIPLINE OPTIONALE (toate disciplinele opționale sunt discipline de specialitate – DS):

Cod	Discipline	Statutul disciplinei	Credite	Nr. ore săptămânal			Felul verificării	Condiționări
				C	S	L		
Semestrul 3 (Anul II) Curs opțional I.			4	2	1 0	0 1	1 C	
CBGG0771	Istoria economiei	DS	4	2	1		C	
CBEM0091	Cercetări operaționale	DS	4	2		1	C	
Semestrul 4 (Anul II) Curs opțional II.			3	1		2	1 C	
CBEI0321	Conceptele de bază ale graficii publicitare	DS	3	1		2	C	
CBGP0251	Marketing turistic	DS	3	1	2		C	
Semestrul 5 (Anul III) Curs opțional III.			2	1	2		1 C	
CBGP0321	Distribuție și merchandising	DS	2	1	2		C	
CBGP0331	Marketingul organizațiilor non-profit	DS	2	1	2		C	
Semestrul 6 (Anul III) Curs opțional IV.			3	1		2	1 C	
CBGP0341	Marca	DS	3	1		2	C	
CBGP0351	E-marketing	DS	3	1		2	C	

C. DISCIPLINE FACULTATIVE:

Cod	Discipline	Statutul disciplinei	Credite	Nr. ore săptămânal			Felul verificării	Condiționări
				C	S	L/P		
Semestrul 3 (Anul II)								
	Birotică – Introducere în baze de date	DS	2	2		2	C	
	Metodologia studiilor de caz I.	DS	2			2	C	
Semestrul 4 (Anul II)								
	Birotică – Prezentări și cunoștințe I.T.	DS	2			2	C	
	Metodologia studiilor de caz II.	DS	2			2	C	
Semestrul 5 (Anul III)								
CBHX0045	Limbă străină V.	DS	2			2	C	
Semestrul 6 (Anul III)								
CBHX0046	Limbă străină VI.	DS	2			2	C	

BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Disciplina	ARACIS %	Nr. de ore			Total		Nr. Credite		
			An I.	An II.	An III.	ore	%	An I.	An II.	An III.
1	Obligatorii	80-90%	756	569	626	1951	92.73	60	53	55
2	Opționale	5-10%	0	75	78	153	7.27	0	7	5
TOTAL			756	644	704	2104	100	60	60	60

BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Disciplina	ARACIS %	Nr. de ore			Total		Nr. Credite		
			An I.	An II.	An III.	ore	%	An I.	An II.	An III.
1	Fundamentale	20-30 %	364	154	0	518	24.62	29	15	0
2	De specialitate + proiect de diploma	55-70 %	308	429	676	1413	67.16	25	39	54
3	Complementare	5-10 %	84	61	28	173	8.22	6	6	2
TOTAL			756	644	704	2104	100	60	60	56

BILANȚ GENERAL III

Nr. crt.	Disciplina	ARACIS %	Nr. de ore			Total	
			An I.	An II.	An III.	ore	%
1	Cursuri	Raport 1/1+/-20%	336	261	338	935	0.80
2	Aplicații (seminarii si laboratoare)		420	383	366	1169	
TOTAL			756	644	704	2104	

BILANȚ GENERAL IV

Nr. crt.	Disciplina	ARACIS %	Nr. de ore			Total	
			An I.	An II.	An III.	nr. evaluare	%
1	Examene	Peste 50 %	9	10	10	29	55.77
2	Colocvii	Sub 50 %	6	6	7	19	36.54
3	Verificare pe parcurs					0	0.00
4	A/R		2	2	0	4	7.69
TOTAL			17	18	17	52	100.00