

Univeritstea TRANSILVANIA din Braşov

Platforma/laborator **ASPECKT**

ANEXE

Anexa 1

Descrierea componentei formative a PFCI:

Programele de master acreditate, domeniul/directia de specializare in cadrul programelor master, competente dobandite in urma studiilor master.

Programele de masterat acreditate, aflate în derulare la Facultatea de Stiinte Economice, forma de invatamant: zi, durata: 2 ani sunt prezentate în continuare.

1. STRATEGII SI TEHNICI FINACIAR CONTABILE

Document legislativ doveditor: adresa MEC 32745/07.06.2005

Competente generale si profesionale: Analiza diagnostic si evaluarea intreprinderii/afacerii; analiza financiara si evaluare; auditor financiar contabil; audit financiar si consiliere; audit si convergenta contabila; Concepte si practici de audit, la nivel national si international; contabilitate, control si audit, contabilitate, control si expertiza; contabilitate, expertiza si audit, contabilitate internationala; contabilitate manageriala si audit contabil; contabilitate si administrarea intreprinderii, contabilitate si audit; contabilitate si audit in institutiile bancare si financiare, contabilitatea si auditul in institutiile publice; contabilitate si audit financiar in firmele de comert, turism si servicii; Contabilitate si control de gestiune, Contabilitate si finante, control de gestiune, Dreptul afacerilor; Dreptul Uniunii Europene si integrare europeana, Economia proprietatilor imobiliare; Expertiza contabila; Expertiza contabila si evaluari; Management si audit contabil; Sisteme contabile comparate; Sisteme informatice de gestiune, proiectarea sistemelor informatice de gestiune.

Ocupatiile sau debuseele profesionale: auditor de sisteme informatice de gestiune, auditor financiar-contabil, evaluator economic si financiar

Disciplinele, din care cele cu caracter interdisciplinar, de interes pentru platforma/laborator: Contabilitate manageriala, Gestiune financiara aprofundata, Metode si tehnici fiscale, Standarde de contabilitate si audit la nivel international, Politici financiare macroeconomice, Diagnostic financiar strategic, Strategii financiare de intreprindere, *Statistica macroeconomica*.

2. FINANTE – BANCI

Document legislativ doveditor: adresa CNEAA 2220/03.11.2005

Competente generale si profesionale: Stapanirea limbajului economico financiar menit sa permita comunicare in scris si verbal in limba romana si in cel putin o limba straina de circulatie mondiala; capacitatea de investigare si analiza prin utilizarea metodelor specifice de cercetare a proceselor si fenomenelor financiare la nivelul organizatiilor; coordonarea unei echipe care efectueaza activitati de control financiar bancar; capacitatea de a indeplini functii manageriale pe diferite trepte ierarhice in domeniul financiar bancar; capacitatea de a conduce activitati de cercetare interdisciplinare prin promovarea relatiilor de conlucrare cu institutii de invatamant superior; capacitatea de a coordona si conduce activitati de marketing pentru promovarea unor produse financiar bancare; capacitatea de identificare, monitorizare si gestionare a riscurilor specifice in activitatile financiar bancare; capacitatea de consiliere a factorilor.

Ocupatiile sau debuseele profesionale: Analist financiar, Manager financiar, Cadru didactic, Consultant financiar, Consilier financiar, Evaluator, Auditor financiar, Ofiter de credite, Trezorier, Administrator de portofoliu, Administrator de cont, Expert bancar, Inspector bancar.

Disciplinele, din care cele cu caracter interdisciplinar, de interes pentru platforma/laborator: Econometrie financiara, Investitii financiare si gestiunea portofoliului, Macroeconomie monetara, Drept financiar-bancar, Politici financiare publice, Finante corporatiste, Marketing bancar, Fiscalitatea institutiilor financiar-bancare.

3. SISTEME DE MARKETING

Document legislativ doveditor: adresa MEC 32745/07.06.2005

Competente generale si profesionale: proiectarea, coordonarea si asigurarea executarii programelor de cercetari de marketing la cel mai inalt nivel stiintific; proiectarea, coordonarea si asigurarea executarii programelor de marketing specifice masterului; elaborarea studiilor si cercetarilor complexe independent sau in echipa si redactarea rapoartelor; conducerea echipelor complexe de cercetare si executarea programelor de marketing specifice masterului; proiectarea si coordonarea activitatilor de cercetare, planificare si programare de marketing, la nivelul unei firme, corporatii, institutii publice, centrale sau locale; proiectarea si coordonarea activitatii de cercetare, planificare strategica si programare a activitatii de marketing in domeniul politicii de produs, marca, ambalaj etc; proiectarea si coordonarea activitatii de cercetare, planificare strategica si programare a activitatii de marketing in domeniul comunicatiei, publicitatii, relatiilor publice, in domniul politicii de pret, in domeniul relatiilor cu clientii, a distributiei si logisticii; conducerea in calitatea de manager a proceselor derulate la orice nivel de decizie de firma.

Ocupatiile sau debuseele profesionale: specialist in cercetarea pietei, asistent de marketing, consultant PR (Relatii Publice), analist de marketing, cosultant pe probleme de audit demarketing, consultant pe probleme de strategii de marketing. Practic, aceste aspecte tin de competenta profesionala. In ceea ce priveste competenta vocationala absolventii de Master Sisteme de marketing devin specialisti in strategii de piata, comportamente de piata, strategii de comunicare si promovare (inclusiv in domenii nelucrative, cum ar fi cele sociale, electorale etc), pot intocmi studii de piata complete, atat pentru fundamentarea studiilor de fezabilitate, cat si pentru cercetarea calitativa si cantitativa a pietei: pot elabora si pune in aplicare interviuri de profunzime structurate, interviuri de grup (focus-group-uri), sondaje de opinie (anchete ocazionale), paneluri de consumatori sau de magazine, experimente de marketing, pot realiza observarea manuala sau mecanica a diferitelor comportamnete de piata etc. De asemenea, ei devin specialisti in logistica comerciala, sisteme moderne de comert, strategii de distributie etc. Nu in ultimul rand, ei pot elabora si pune in aplicare programe complete de marketing. Un absolvent de Master Sisteme de marketing va avea multiple competente profesionale si vocationale care sa-i permita sa gestioneze eficient strategiile de piata ale oricarui tip de activitate, fie ca are caracter lucrativ sau nelucrativ.

Disciplinele, din care cele cu caracter interdisciplinar, de interes pentru platforma/laborator: Relatii economice internationale contemporane, *Metode de comportamente de piata, Sisteme actuale de distributie a marfurilor, Strategii de dezvoltare a sectorului tertiar, Marketing strategic, Metode calitative de studiere a pietei, Cybermarketing, Competitivitate si globalizare.*

Disciplinele prevazute in anul II sunt: Sisteme moderne de comunicare in afaceri, *Analiza datelor de marketing, Design si estetica marfurilor, Simulari de marketing, Strategii de marketing in comert, Strategii financiare de firma.*

4. AFACERI INTERNATIONALE:

Document legislativ doveditor: adresa CNEAA 2220/03.11.2005

Competente generale si profesionale: Capacitatea de analiza, interpretare si predictie a proceselor economice internationale (regionalizare, globalizare); cunoasterea fundamentelor teoriei economice asupra afacerilor internationale si capacitatea de formalizare in vederea elaborarii de alternative decizionale; capacitatea de a intelege, interpreta si valorifica tendintele conjuncturale ale pietelor internationale; cunoasterea metodologiilor de diagnoza si decizie in domeniul schimburilor internationale; capacitatea de a participa la procesele decizionale din organizatii internationale; pregatirea si elaborarea de expertize si de acordare de consultanta in afacerile internationale; capacitatea de a elabora si gestiona proiecte internationale; capacitatea de a gestiona probleme de comunicare interculturala; capacitatea de a lua decizii in conditii de risc si incertitudine specifice pietei internationale.

Ocupatiile sau debuseele profesionale: analist economic international, asistent-manager si manager in afaceri si proiecte internationale, consultant stiintific in afaceri internationale

Disciplinele, din care cele cu caracter interdisciplinar, de interes pentru platforma/laborator: Relatii economice internationale contemporane, *Statistica pentru afaceri internationale*, *Modelarea si simularea deciziei de afaceri*, Comert invizibil, E-Business, Politici economice europene, Contabilitate internationala, Managementul afacerilor internationale.

Disciplinele prevazute in anul II sunt: Piete internationale de capital, *Metode calitativ cantitative de studiere a pietelor internationale*, Logistica internationala, Geopolitica, Comunicare in afaceri internationale, Risc si securitate internationala.

5. MANAGEMENTUL DEZVOLTARII FIRMEI

Document legislativ doveditor: adresa MEC 32745/07.06.2005

Competente generale si profesionale: Capacitatea de analiza si sinteza a proceselor si fenomenelor economice; capacitatea de proiectare, elaborare si implementare a strategiilor manageriale; stapanirea tehnicilor de comunicare; abilitatea de motivare si antrenare a subalternilor; capacitatea de asumare a responsabilitatilor si riscurilor; Capacitatea de a adopta decizii si de a coordona microgrupuri; capacitatea de a gestiona schimbari in organizatie; abilitatea de elaborare a unor studii si proiecte de specialitate; abilitati de rezolvare a conflictelor; stare de spirit novatoare; flexibilitate, realism si intelegere a realitatilor mediului economico social.

Ocupatiile sau debuseele profesionale: analist economic, asistent manager si manager de firma, specialist in domeniul resurselor umane, analist investitii, analist planificare

Disciplinele, din care cele cu caracter interdisciplinar, de interes pentru platforma/laborator: Metode moderne in managementul operational, Managementul resurselor umane, Instrumentar de marketing, *Planificarea si imbunatatirea calitatii*, Managementul organizatiilor publice, Risc si securitate internationala, *Metode moderne de previziune*, Strategii financiare de firma.

6. POLITICI SI STRATEGII IN DEZVOLTAREA TURISMULUI

Document legislativ doveditor: adresa MEC 32745/07.06.2005

Competente generale si profesionale: aplicarea creativa a tehnicilor de cercetare si rezolvare de probleme; elaborarea de studii si rapoarte publicate sau aplicate profesional; capacitatea de a conduce grupuri de lucru si de a comunica in contexte dintre cele mai diverse; capacitatea de a actiona independent si creativ in abordarea si solutionarea problemelor, de a evalua obiectiv si constructiv stari critice, de a rezolva creativ probleme si de a comunica rezultate in mod demonstrativ; abilitati de conducator si angajare clara pe calea propriei dezvoltari profesionale; fundamentarea de sisteme, capacitati si strategii privind dezvoltarea si diversificarea mediului de afaceri; fundamentarea planului de afaceri, a strategiilor, planurilor si programelor specifice, a procedurilor de indeplinire, precum si identificarea si aplicarea masurilor de corectie in scopul realizarii in cele mai bune conditii a obiectivelor previzionate; fundamentarea programelor de marketing in afaceri, strategiilor si procedurilor necesare indeplinirii in conditii de eficienta a obiectivelor; participarea la fundamentarea de studii de fezabilitate si fezabilitate a investitiilor pentru afaceri necesare, reale, legale si eficiente, precum si a planurilor

Ocupatiile sau debuseele profesionale: Inspector economist, expert economist, consilier economist (subgrupa majora 24, grupa minora 244, grupa de baza 2441). Conducatorii din activitatea hoteliera si restaurante, in subordinea directorilor responsabili, planifica si coordoneaza activitatea hoteliera si de alimentatie publica; supravegheaza utilizarea resurselor materiale si financiare; avizeaza recrutarea si formarea profesionala a personalului din subordine si urmaresc eficienta muncii acestora; reprezinta interesele organizatiei proprii in relatiile de lucru cu alte sectoare din interiorul acesteia sau cu tertii

Disciplinele, din care cele cu caracter interdisciplinar, de interes pentru platforma/laborator: Strategii de dezvoltare a sectorului tertiar, *Modele de comportamente de piata*, Afaceri si antreprenariat in turism, Sisteme informatice in turism, Politici macroeconomice in

turismul intern si international, *Marketing strategic, Metode calitative de studiere a pietei, Competitivitate si globalizare.*

7. MANAGEMENTUL AFACERILOR (M.B.A.) – program de masterat interdisciplinar

Unele module sunt sustinute de profesori invitati de la universitati din Franta, Anglia, Italia, Irlanda, Germania, Elvetia, Israel.

Document legislativ doveditor: adresa MEC 36418/19.07.2000

Competente generale si profesionale: capacitatea de a imbina limbajul specific al specializarii de baza cu cunostintele economice obtinute prin Master, de intelegere a realitatilor mediului economico-social; capacitatea de analiza si sinteza a proceselor si fenomenelor economice, elaborare si implemntare a strategiilor manageriale; abilitati de comunicare, motivare si antrenare; capacitati decizionale si de gestiune a schimbarilor in organizatie; abilitati de coordonare a proiectelor de specialitate, de rezolvare a conflictelor; capacitatea de asumare a riscurilor si responsabilitatilor

Ocupatiile sau debuseele profesionale: manager in domeniile de activitate ale specialitarii de baza, Project Manager, Manager Supply Chain.

Disciplinele, din care cele cu caracter interdisciplinar, de interes pentru platforma/laborator: Microeconomie si macroeconomie, Contabilitate financiara si manageriala, Management si tehnici decizionale, Managementul afacerilor si antreprenoriat, Integrarea, politica fiscala si monetara, Dreptul afacerilor, Drept economic European, Logistica, *Tehnici cantitative in management*, Politici economice europene, Marketing, Cercetari de marketing, Finante manageriale, Competitivitate si globalizare, *Analiza datelor statistice*, Managementul sistemelor informatice, Managementul crizelor, Management strategic, Managementul proiectelor, Management international, Managementul resurselor umane, Comportament organizational, Comunicare organizationala, Planuri de afaceri, Macroeconomia tranzitiei, *Joc de intreprindere (simulare).*

Anexa 2

Descrierea componentei formative a PFCI:

Programe de master initiate, competențe dobândite în urma studiilor master

Pentru programele de masterat inițiate se prezintă misiunea fiecărui program:

Programul de masterat (tip)	Misiunea programului de masterat
<i>Comerț - Marketing (aprofundare)</i>	- dezvoltarea resurselor umane specializate în conducerea activității de comerț și marketing.
<i>Administrarea afacerilor în turism (aprofundare)</i>	- formarea de specialiști în domeniul Turism cu competențe specifice în turism, și de a dezvoltarea capacitățile de cercetare științifică ale absolvenților ciclului I al studiilor universitare de licență și/sau continuarea pregătirii prin înscrierea în programele de studii doctorale.
<i>Management si strategii de afaceri (aprofundare)</i>	- misiunea didactică – pregătirea specialiștilor în domeniul managerial, la nivel de aprofundare a cunoștințelor; concomitent programul de studiu va aborda și latura de cercetare științifică și inovare managerială.
<i>Relatii economice internationale (aprofundare)</i>	- dezvoltarea resurselor umane specializate în derularea afacerilor internationale
<i>Management financiar bancar (aprofundare)</i>	- furnizarea de cunoștințe și crearea deprinderilor, aptitudinilor necesare formării unor profesioniști în domeniul Financiar-bancar, profesioniști capabili să-și construiască și dezvolte propria carieră profesională sau de cercetare în domeniu.
<i>Politici contabile, audit si control de gestiune (aprofundare)</i>	- furnizarea de cunoștințe și crearea deprinderilor, atitudinilor necesare formării unor profesioniști în domeniul contabilității, auditului și controlului de gestiune, al tehnologiei informației, profesioniști capabili să-și construiască și dezvolte propria carieră profesională sau de cercetare în domeniu.
<i>Audit intern (complementar)</i>	- dezvoltarea abilităților de efectuate a controlului și auditului intern. Programul pleacă de la premiza că, pe durata studiilor de licență în Științe Economice, nu sunt suficient de bine tratate problemele specifice auditului intern și controlului intern. Pe de altă parte, există numeroase reglementări regale cu privire la activitatea de audit intern, reglementări care trebuie avute permanent în vedere. Prin planul de învățământ și prin conținutul disciplinelor, programul de master Audit intern, dă posibilitatea absolvenților de a deveni membri ai Corpului auditorilor interni din România.
<i>Strategii de marketing (cercetare științifică)</i>	Dezvoltarea resurselor umane înalt calificate pentru cercetarea științifică în domeniul marketingului, pentru fundamentarea științifică a strategiilor de marketing: - dezvoltarea capacității de cercetare științifică a absolvenților săi de a fundamenta științific, strategii de marketing pe baza unor informații relevante, actuale și cât mai complete despre mediul economico-social; - dezvoltarea și perfecționarea aptitudinilor practice de a aplica soluții eficiente, bazate pe buna cunoaștere și înțelegere a metodelor și tehnicilor specifice cercetărilor de marketing și astfel creșterea valorii absolvenților învățământului superior pe piața muncii; - promovarea profesionalismului în domeniul marketingului și cercetărilor de marketing, pe piața românească prin dezvoltarea resurselor umane specializate, competitive la nivel european.

1. Program de masterat de aprofundare COMERȚ-MARKETING

Obiective de formare și competențe

Competențe specifice programului de licență	Competențe specifice programului de master	Structura modulelor/ disciplinelor anul de studiu/tipul disciplinei
a) Dezvoltarea, evaluarea și implementarea marketingului în medii de afaceri complexe.	a) să dezvolte la un nivel operațional o viziune de ansamblu asupra componentelor și proceselor folosite pentru comercializarea produselor și serviciilor cerute de consumatorii potențiali.	Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar-I/DF, Comerț internațional-A/DS, Euromarketing – A/DS, Strategii financiare pentru afaceri – A/DS
b) Analiza în profunzime a unei varietăți de concepte, teorii, studii de caz, instrumente, tehnici, tactici și modele de comerț și marketing.	b) capacitatea de a folosi eficient tehnicile din domeniul marketingului învățate pe parcursul celor doi ani de studiu.	Sisteme actuale de distribuție – I/DF. Modele de comportamente de consum –I/DC. Metode calitative de studiere a pieței –I/DS. Analiza datelor de marketing – I/DS. Realizarea și managementul proiectelor I/DS. Politici și strategii de marketing în comerț –I/DC
c) Să demonstreze cunoștințe despre structura și funcțiile marketingului în general și de politicile și strategiile de marketing în special.	c) să cunoască standardele securității produselor prin folosirea sistemelor moderne de producere, verificare și comercializare a mărfurilor.	Sisteme de comunicare în afacerile comerciale – I/DF Design și estetica mărfurilor – I/DC. Marketing relațional – A/DS
d) Să analizeze critic, să sintetizeze și să evalueze problemele complexe din domeniul marketingului, dintr-o perspectivă managerială.	d) capacitatea de a utiliza tehnologia informațională și conștientizarea posibilităților acestora de rezolvare a unor probleme specifice domeniului.	Tehnologii informatice în comerț și marketing –I/DS. Cyber-marketing – I/DS
e) Capacitatea de a-și organiza eficient activitatea profesională.	e) abilitatea de a diagnostica și de a conduce, coordona, comunica eficient cu membrii echipei.	Marketing strategic – I/DC Management comercial – I/DF

Programul urmărește să dezvolte cursanților săi o serie de cunoștințele și ocupații în domeniul comerțului și cel al marketingului. Ocupațiile pe domenii sunt:

a. În domeniul economic:

- economist

b. În domeniul marketingului (incluzând toate ariile marketingului):

- director de marketing; manager de marketing; consultant marketing.

c. În domeniul strategiilor de marketing de produs/serviciu:

- director de produs; manager de produs; manager de dezvoltare de produse noi; director de marcă; manager de marcă.

d. În domeniul distribuției, vânzărilor și logisticii:

- manager de canal de marketing; director de vânzări; manager de vânzări; manager de zonă; manager de achiziții.

e. În domeniul comunicării de marketing:

- director de publicitate; director de campanie; director media; director de relații publice; manager de promovare.

f. În domeniul cercetării de marketing:

- operator studii de piață; analist de date.

g. În domeniul relațiilor cu clienții:

- responsabil relații cu clienții; manager trafic publicitar; manager de evenimente; analist de publicitate.
- f. În domeniul cercetării de marketing:
- director de cercetări de marketing; director de proiect studii de piață; analist de piață; specialist în previziuni de marketing; cercetator de marketing.
- g. În domeniul relațiilor cu clienții:
- director relații clienți; manager clienți.
- h. În domeniul strategiilor de preț:
- analist prețuri.

2. Program de masterat de aprofundare: ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN TURISM

Obiective de formare și competențe

Competențe specifice programului de licență	Competențe specifice programului de master	Structura modulelor / disciplinelor anul de studiu/tipul disciplinei
1. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază aplicabile în turism; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională;	1. Cunoașterea aprofundată a unei arii de specializare și, în cadrul acesteia, a dezvoltărilor teoretice, metodologice și practice specifice programului de studii <i>Administrarea afacerilor în turism</i> ; utilizarea adecvată a limbajului specific în comunicarea cu medii profesionale diferite;	1. Afaceri și antreprenoriat I/DF 2. Strategii financiare pentru afaceri I/DF 3. Comunicare în afaceri I/DC 4. Geografia destinației turistice A/DS 5. Produse informatice pentru analiza datelor I/DF 6. Comunicare de afaceri în limbă străină I/DC 7. Metode de cercetare în management I/DS
2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese și proiecte asociate domeniului Administrarea afacerilor, fenomenului turistic;	2. Utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea unor situații noi, în contexte mai largi asociate turismului;	1. Marketing în turism și industria ospitalității I/DS 2. Managementul calității serviciilor A/DS 3. Legislație în turism I/DC 4. Comunicare de afaceri în limba străină A/DC 5. Corespondența comercială în limba străină A/DC
3. Utilizarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme sau situații bine definite, tipice domeniului Administrarea afacerilor turismului în condiții de asistență calificată;	3. Utilizarea integrată a aparatului conceptual și metodologic, în condiții de informare incompletă, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi;	1. Marketingul destinației turistice A/DS 2. Administrarea restaurantelor și securitatea alimentului A/DS 3. Management strategic în turism I/DS 4. Managementul proiectelor europene I/DS
4. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii	4. Utilizarea nuanțată și pertinentă de criterii și metode de evaluare pentru a formula judecăți de valoare și a fundamenta decizii constructive;	1. Strategii de marketing I/DF 2. Analiza datelor de marketing I/DC 3. Strategii financiare pentru afaceri I/DF 4. Managementul dezvoltării turistice durabile A/DS

5. Elaborarea de proiecte profesionale și/sau de cercetare cu utilizarea unor principii și metode consacrate în turism;	5.Elaborarea de proiecte profesionale și/sau de cercetare utilizând inovativ un spectru variat de metode cantitative și calitative;	1.Managementul proiectelor europene I/DS 2.Proiect de cercetare științifică I/DS 3.Metode de cercetare în management I/DS 4.Metode de elaborare a planului de afaceri A/DS
6. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale în condiții de autonomie și asistență calificată;	6.Executarea unor sarcini profesionale complexe în condiții de autonomie și independență profesională	1.Tehnici de promovare în industria ospitalității A/DS 2. Planificarea și organizarea turismului de evenimente A/DS 3. Analiza datelor de marketing I/DC 4. Management strategic in turism I/DS
7. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și alocare de sarcini pentru nivelurile subordonate;	7.Asumarea de roluri/funcții de conducere a activității grupurilor profesionale sau a unor instituții	1.Management strategic in turism I/DS 2.Managementul dezvoltării turistice durabile A/DS 3.Marketingul destinației turistice A/DS 4.Afaceri și antreprenariat în turism I/DS
8. Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficace a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.	8.Autocontrolul procesului de învățare, diagnoza nevoilor de formare, analiza reflexivă a propriei activități profesionale.	1.Comunicare de afaceri în limba străină A/DC 2.Corespondența comercială în limba străină A/DC

OCUPAȚII

1. Directori general, directori și asimilați
2. Manager în activitatea de turism
3. Conducători în turism, Conducător de întreprinderi mici din turism, activitate ospitalieră, activități de alimentație și activități de agrement
4. Specialiști cu funcții administrative și comerciale
5. Economisți
6. Cadre didactice universitare
7. Profesor în învățământul liceal

3. Program de masterat de aprofundare: RELATII ECONOMICE INTERNATIONALE

Obiective de formare și competențe

Competențe specifice programului de licență	Competențe specifice programului de master	Structura disciplinelor anul de studiu/tipul disciplinei
a) Dezvoltarea, evaluarea și implementarea deciziilor strategice în mediul de afaceri internațional.	a) – cunoașterea conceptelor, abordării lor, teoriilor, modelelor și metodelor avansate din domeniul economiei și afacerilor internaționale - capacitatea de a lua decizii în condiții de risc și incertitudine specifice afacerilor internaționale	Marketing și afaceri globale I/DF Contabilitate internațională I/DF Geopolitică II/DS Integrare și politici fiscale europene I/DS
b) Analiza în profunzime a unei varietăți de concepte, teorii, studii de caz, instrumente, tehnici, tactici și modele utilizate în afacerile internaționale.	b) capacitatea de a interpreta dinamica mediului de afaceri internațional și de a valorifica rezultatele	Politici economice europene I/DS Logistica internațională II/DS Instituii comunitare I/DS Managementul afacerilor internaționale I/DS

c) evaluarea cauzelor fenomenelor și a factorilor de influență în afacerile internaționale - capacitatea de aplicare creativă a metodelor și tehnicilor de cercetare în analiză, interpretarea și identificarea de soluții pentru situații specifice din afacerile internaționale	Metode cantitativ-calitative de studiere a pieței II/DC Contracte și arbitraj comercial internațional I/DC Piețe internaționale de capital II/DC
d) capacitatea de a utiliza tehnologia informațională și conștientizarea posibilităților acestora de rezolvare a unor probleme specifice domeniului.	E-Business I/DC Statistica pentru afaceri internaționale I/DF
e) abilitatea de a diagnostica și de a conduce, coordona, comunica eficient cu membrii echipei într-un mediu intercultural.	Managementul resurselor umane la nivel internațional I/DF Comunicarea în afacerile internaționale II/DC

Structura programului a fost proiectată astfel încât să ofere posibilitatea aprofundării unor arii actuale, de mare interes pentru viitorii decidenți și specialiști în relații economice internaționale.

Ocupațiile pe domenii sunt:

a. În domeniul economic:

- economist

b. În domeniul relațiilor economice internaționale:

- director operații / tranzacții internaționale; manager internațional; consultant în investiții și marketing internațional.

c. În domeniul strategiilor internaționale:

- manager de proiect, manager de dezvoltare de produse noi; negociator-sef.

d. În domeniul distribuției, vânzării și logisticii internaționale:

- director de vânzări; director comercial; manager de achiziții și logistică, sef licitații.

e. În domeniul comunicării în afacerile internaționale:

- director de publicitate; director de relații publice; manager de promovare, sef expoziții și târguri.

f. În domeniul derulării tranzacțiilor internaționale:

- sef vamă, expert vamal, sef casă de compensație, sef reprezentanță comercială, expert relații externe, sef agenție bursieră, sef agenție bancară.

g. În domeniul relațiilor cu clienții:

- responsabil relații cu clienții; manager relații cu partenerii de afaceri.

h. În domeniul relațiilor diplomatice internaționale:

- atașat diplomatic, consilier economic, consul, vice-consul, secretar diplomatic, consilier parlamentar, funcționar european.

4. Program de masterat de aprofundare MANAGEMENT SI STRATEGII DE AFACERI

Obiective de formare și competențe

Competențe specifice programului de licență	Competențe specifice programului de master	Structura modulelor/ disciplinelor
→ capacitatea de previziune a fenomenelor specifice domeniului, utilizând metodele matematice,	→ cunoașterea aprofundată teoretică, metodologică și practică a ariei de specializare “Management și strategii de afaceri”; → utilizarea adecvată a unui limbaj specific în	Discipline comune: Management

<p>statistice și toate instrumentele necesare;</p> <p>→ cunoașterea soft-urilor necesare activității manageriale și abilitatea de a utiliza tehnica de calcul în procesul de decizie și conducere;</p> <p>→ capacitatea de a cunoaște, analiza și optimiza structura organizatorică a unei organizații din domeniul economic și social;</p> <p>→ capacitatea de a lua deciziile manageriale necesare, inclusiv în condiții de stres;</p> <p>→ cunoașterea și aplicarea conceptelor logisticii în organizații diverse;</p> <p>→ cunoașterea și înțelegerea tehnologiilor specifice unor domenii variate, a proceselor de fabricație și capacitatea de a organiza, conduce și optimiza aceste procese, inclusiv prin proiectarea și gestionarea corectă a costurilor;</p> <p>→ capacitatea de a face analiza mediului intern și extern al organizației și de a alege cea mai bună strategie pentru aceasta;</p> <p>→ gestionarea eficientă a resurselor umane, materiale și financiare ale organizației;</p> <p>→ utilizarea creatoare a instrumentelor de marketing;</p> <p>→ înțelegerea și capacitatea de implementare a conceptelor calității în domeniul în care lucrează;</p> <p>→ cunoașterea legislației specifice domeniului;</p> <p>→ capacitatea de evaluare și control al activităților;</p> <p>→ cunoașterea conceptelor și aplicarea permanentă a tuturor măsurilor necesare pentru conservarea și ameliorarea mediului.</p>	<p>comunicarea cu medii profesionale diferite;</p> <p>→ identificarea, analizarea și asimilarea critică a noilor concepte teoretice și aplicative privind managementul modern și, pe această bază, construirea și utilizarea eficientă a metodelor de cercetare în management ;</p> <p>→ aplicarea unor metode variate de cercetare de management pentru a evalua și fundamenta decizii manageriale, în condițiile în care cunoaște consecințele economice ale deciziilor luate, putând folosi metode și tehnici de evaluare a riscurilor pentru a lua decizii în cunoștință de cauză;</p> <p>→ elaborarea de proiecte profesionale si/sau de cercetare utilizand inovativ un spectru variat de metode cantitative si calitative (în planul de învățământ sunt cuprinse proiecte la disciplinele:management operațional, strategii financiare de afaceri, managementul proiectelor, simularea proceselor economice, managementul proiectelor europene), precum și activități de cercetare științifică;</p> <p>→ utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea unor situații noi, în contexte mai largi asociate domeniului, respectiv:</p> <p>* cunoștințe de specialitate comune celor două trasee:</p> <ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de proiectare, elaborare și aplicare a strategiilor manageriale care să asigure organizației un înalt nivel de competitivitate pe piața internă și externă – pe baza instrumentelor managementului operațional, al contabilității manageriale, precum și a unor metode și tehnici moderne de previziune și de simulare a proceselor și fenomenelor economice specifice, a analizei complexe a mediului economic și social, a cunoașterii și utilizării produselor informatice de asistare a deciziei; • cunoașterea integrativă a legislației • capacitatea de a îmbunătăți performanțele organizației prin implementarea unui management al calității totale performant și competent; • abilitatea de a utiliza sistemele expert în management; • înțelegerea aspectele definitorii ale riscului și securității și elaborarea de strategii specifice în domeniu; • elaborarea și utilizarea de strategii antreprenoriale moderne în domeniul afacerilor; • abilitatea de a realiza scenarii alternative bazate pe simulări ale proceselor și fenomenelor economice; <p>* pentru traseul A:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea, formularea și utilizarea de strategii financiare performante, bazate pe governanța corporativă, care să permită firmei să se implice cu succes în afaceri; • abilitatea de a motiva, coordona, antrena și utiliza eficient resursele umane ale organizației la toate nivelurile; • capacitatea de a analiza contextul organizațional pentru a lua decizii adecvate in domeniul de activitate în care activează; 	<p>operațional</p> <p>Contabilitate managerială</p> <p>Metode de previziune economică</p> <p>Produse informatice pentru analiza datelor</p> <p>Drept comercial</p> <p>Managementul riscurilor</p> <p>Metode de cercetare în management</p> <p>Antreprenoriat și strategii de afaceri</p> <p>Simularea proceselor economice</p> <p>Managementul calității totale</p> <p>Sisteme expert în management</p> <p>Managementul proiectelor europene</p> <p>Traseu A:</p> <p>Strategii financiare pentru afaceri</p> <p>Managementul organizației publice</p> <p>Leadership</p> <p>Managementul dezvoltării durabile</p> <p>Traseu B:</p> <p>Managementul proiectelor</p> <p>Evaluarea întreprinderii</p>
--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a identifica cultura organizațională și de a crea structuri organizatorice în concordanță cu particularitățile organizației; • capacitatea de a adopta stilul de conducere adecvat organizației în care își va desfășura activitatea; • capacitatea de a organiza și conduce organizațiile publice sau private; • capacitatea de a integra strategiile formulate în contextul unei dezvoltări durabile; * pentru traseul B: • stăpânirea tehnicilor de comunicare cu diverși parteneri de afaceri • cunoașterea avansată a problematicii managementului proiectelor; • utilizarea nuanțată și pertinentă a unor criterii economice și a unor metode de evaluare pentru a formula judecăți de valoare și a fundamenta decizii constructive. • Cunoașterea contextului de dezvoltare a afacerii într-un alt mediu / cu parteneri străini. 	<p>Comunicare în afaceri</p> <p>Afaceri internaționale</p>
--	---	--

Ocupațiile principale vizate de către absolvenții acestui program de master, aflate în concordanță cu clasificarea din Codul Ocupațiilor din România (COR) și compatibile cu cele din spațiul european, sunt: manager la nivel operational, tactic și strategic, manager la nivel functional (resurse umane, logistica, organizare, gestiune resurse materiale), manager de proiect, analist management, manager al sistemului de calitate, consilier/consultant în management, cercetător științific în domeniul managementului, respectiv cadru didactic (cu condiția parcurgerii modului pedagogic).

5. Program de masterat de aprofundare POLITICI CONTABILE, AUDIT ȘI CONTROL DE GESTIUNE

Obiective de formare și competențe

Competențe specifice programului de licență	Competențe specifice programului de master	Structura modulelor / disciplinelor
a) Să dezvolte la un nivel operațional o viziune generală asupra activității firmei și funcționarea economiei în ansamblu;	a) Să dezvolte la un nivel operațional o viziune aprofundată asupra contabilității financiare și manageriale a diferitelor entități;	a) Reglementări și practici contabile specifice; Contabilitate managerială aprofundată; Contabilitate internațională
b) Capacitatea de a folosi eficient tehnicile din domeniul contabilității învățate pe parcursul celor trei ani de studii;	b) Capacitatea de a opta pentru o politică contabilă, fiscală sau juridică care să rezolve eficient problematica complexă a deciziilor la nivelul entităților;	b) Metodologia cercetării în contabilitate; Reglementări și practici contabile specifice; Contabilitate internațională; Tehnici de optimizare fiscală; Comportament organizațional;
c) Îndeplinirea de sarcini specifice privind controlul și auditul intern la persoanele care pot organiza, potrivit legii, astfel de activități;	c) Dezvoltarea unor aptitudini în domeniul gestiunii și consultanței fiscale;	c) Piețe financiare și gestiunea portofoliilor; Tehnici de gestiune a stocurilor; Gestiunea trezoreriei și a riscului.

d) Elaborarea situațiilor și a rapoartelor financiare pentru instituții publice și unități private, instituții financiare și bancare;	d) Capacitatea de a folosi standardele în domeniul auditului și controlului intern care să permită realizarea unor prestații eficiente și de calitate în orice domeniu;	d) Audit financiar integrat; Standarde de audit și asigurare; Controlul de gestiune și pilotajul strategic.
e) Organizarea și exploatarea sistemelor informatice de gestiune.	e) Elaborarea de politici și strategii în domeniul analizei financiare, evaluării;	e) Analiză economico-financiară aprofundată; Politici și strategii financiare ale entității; Metodologii internaționale privind evaluarea entității; Statistică aplicată în afaceri
	f) Să analizeze, proiecteze, implementeze și să întrețină sistemele informatice financiar-contabile și să realizeze și auditul acestora.	f) Sisteme informatice inegrate – implementare și audit; Modelarea și simularea deciziei financiare și de gestiune

Calificări profesionale vizate: Contabil șef – 133102; Director economic – 121020; Controlor financiar – 123103; Revizor contabil – 241109; Auditor intern – 241125; Referent specialitate financiar-contabil – 241110; Consilier economic – 110019; Comisar Garda Financiară – 241102.

6. Program de masterat de aprofundare MANAGEMENT FINANCIAR-BANCAR

Obiective de formare și competențe

Obiectivele educaționale, formulate din perspectiva cadrului didactic și rezultate prin operaționalizarea competențelor de formare, sunt structurate pe cele trei dimensiuni: cognitive, aplicativ-practice (instrumental-operaționale) și respectiv de comunicare și relaționale, și sunt prezentate sintetic în tabelul de mai jos și detaliat în programele de formare ale modulelor/disciplinelor din planul de învățământ.

Competențele generale pe care trebuie să le dobândească absolvenții masteratului Management financiar-bancar sunt:

- capacitatea de a culege, verifica, analiza, sintetiza și interpreta (cantitativ și calitativ) informații și date din mediul intern și extern al instituțiilor financiar-bancare, din surse variate, relevante; capacitatea de a studia critic literatura în domeniu și de a formula puncte proprii de vedere;
- cunoașterea și utilizarea tehnologiilor informatice din domeniul financiar-bancar;
- abilitatea de a comunica (inclusiv într-o limbă străină), de a-și susține opiniile în fața specialiștilor în domeniu și a non-specialiștilor;
- asumarea responsabilității, a riscului; control și inițiativă în situațiile dificile;
- capacitatea de autoperfecționare; un comportament corect, etic; atitudine antreprenorială; înțelegerea, provocarea și asumarea schimbării; capacitatea de a putea conduce procese specifice domeniului și de a înțelege exact rolul economistului - și în special al finanțistului - în societatea modernă.

Competențele specifice profesiei de finanțist care trebuie dobândite de un absolvent al programului de master Management Financiar-Bancar sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Competențe specifice programului de licență	Competențe specifice programului de master	Structura modulelor / disciplinelor
a) Stăpânirea limbajului economic și financiar-bancar pentru a-i permite să comunice în scris și verbal în română și cel puțin o limbă de circulație internațională;	a) Să dezvolte la un nivel operațional și executiv o viziune aprofundată asupra funcționării domeniului financiar-bancar	Politici financiare publice, Politici economice europene, Macroeconomie monetară, Drept financiar-bancar

b) Prelucrarea și analiza informațiilor financiar-bancare;	b) capacitatea de a folosi eficient tehnicile de execuție și analiză specifice instituțiilor financiare și bancare	Investiții financiare și gestiunea portofoliului, Finanțe manageriale, Managementul portofoliului de credite, Metode și tehnici de evaluare
c) Executarea de operațiuni specifice instituțiilor financiare, bancare, burselor de valori și altor instituții financiare;	c) capacitatea de a efectua/executa operațiuni și activități de control și audit financiar	Fiscalitatea instituțiilor financiar-bancare, Analiză și diagnostic financiar, Contabilitatea managerială, Managementul riscurilor și performanțelor financiar-bancare
d) Conceperea și aplicarea deciziilor de management financiar;	d) elaborarea situațiilor și a rapoartelor financiare pentru instituții publice și unități private, instituții financiare și bancare;	Analiză și diagnostic financiar, Finanțe manageriale, Contabilitate managerială
e) Capacitatea de a-și organiza eficient activitatea profesională	e) Abilități de utilizare a echipamentelor informatice în executarea lucrărilor aferente programului de master	Modelarea deciziei financiare și de gestiune, Econometrie financiară

Calificări profesionale vizate: Director financiar – 121020; Controlor financiar – 123103; Referent specialitate financiar-contabil – 241110; Comisar Garda Financiară – 241102; Funcționar în activități financiare – 4122; Specialist în sistemul financiar-bancar 2411; Cercetător și asistenți de cercetare în domeniul financiar-bancar-2560; Executor bancar – 241124; Expert fiscal – 241128; Specialiști control risc – 241120; Analist investiții-241115; Administrator credite – 241119; Consultant bugetar - 241112

7. Program de masterat complementar AUDIT INTERN

Obiective de formare și competențe

Competențe specifice programelor de licență	Competențe specifice programului de master	Structura disciplinelor anul de studiu/tipul disciplinei
a) Dezvoltarea capacității de efectuare a auditului intern, prin asigurarea unei pregătiri economice fundamentale.	a) dezvoltarea, la un nivel operațional, a capacității de efectuare a auditului intern.	Managementul organizațiilor publice-I/DF, Contabilitate publică-I/DF, Finanțe publice-I/DF, Guvernanța corporativă-I/DF,
b) Dezvoltarea capacității de analiză, prin însușirea tehnicilor specifice, prin studiul teoriilor dominante, prin realizarea unor studii de caz.	b) capacitatea de a folosi eficient tehnicile din domeniul auditului intern învățate pe parcursul celor doi ani de studiu.	Auditul intern și analiza riscurilor- II/DS, Standarde internaționale de raportare financiară-II/DS, Analiza performanței economico financiare- II/DC, Contracte și arbitraj comercial-II/DC
c) Să dobândească cunoștințe de bază despre compartimentele cu abilități în efectuarea auditului și controlului intern. Să cunoască cerințele care se impun în legătură cu desfășurarea acțiunilor de audit intern.	c) să cunoască și să aplice standardele cerute cu privire la auditul intern, să întocmească documentele specifice și să evalueze riscurile implicate.	Control extern-II/DS, Auditul performanței-II/DS, Metodologia auditului intern-II/DS.

d) Să analizeze critic, să sintetizeze și să evalueze problemele complexe din domeniul auditului intern, dintr-o perspectivă managerială.	d) capacitatea de a utiliza tehnologia informațională și conștientizarea posibilităților acestora de rezolvare a unor probleme specifice domeniului.	Auditul sistemelor informatice-I/DF, Metode statistice în auditul intern-II/DS, Metode econometrice în auditul intern-II/DC
e) Capacitatea de a-și organiza eficient activitatea profesională.	e) abilitatea de a diagnostica și de a conduce, coordona, comunica eficient cu membrii echipei.	Managementul proiectelor-II/DC, Marketingul instituțiilor publice-II/DC

Programul urmărește să dezvolte cursanților săi o serie de cunoștințele și ocupații în domeniul auditului intern. Structura programului a fost proiectată astfel încât să ofere posibilitatea aprofundării unor arii actuale, de mare interes pentru viitorii decidenți și specialiști în auditul intern. Ocupațiile pe domenii sunt:

a. În domeniul economic:

- economist, auditor, analist economic, consultant fiscal, evaluator.

b. În domeniul controlului (incluzând toate ariile acestuia):

- director de audit intern; consultant în auditul intern;

c. În domeniul strategiilor de control

- manager al acțiunilor de audit intern, consultant în elaborarea planului de audit.

d. În domeniul relațiilor cu instituțiilor implicate în efectuarea controlului extern:

- responsabil realizare audit, analist auditor.

e. În domeniul cercetării de audit:

- director de cercetări de audit; director de proiect studii de audit; analist auditor; specialist în audit.

8. Program de masterat științific STRATEGII DE MARKETING

Obiective de formare și competențe

Obiectivele programului de studii de masterat științific „Strategii de Marketing” sunt:

- aprofundarea *cunoștințelor economice fundamentale*:
 - teoriile microeconomice ale comportamentului producătorului și consumatorului,
 - utilizarea celor mai noi metode și tehnici de obținere și analiză a informațiilor și prelucrare informatică în domeniul marketingului,
 - cunoașterea tipologiei strategiilor mixului de marketing
 - strategii ale marketingului internațional,
 - utilizarea celor mai adecvate metode statistice de analiză a fenomenelor economice complexe
- dobândirea unor *cunoștințe de specialitate* în domeniul marketingului, care să asigure abilități privind proiectarea, organizarea și desfășurarea cercetării de marketing:
 - cunoașterea comportamentelor de piață și stabilirea unor modele comportamentale
 - stabilirea politicilor și strategiilor de marketing în comerț și pe piața serviciilor, în turism precum și a strategiilor eficiente de marcă,
 - cunoașterea și aplicarea metodelor calitative și cantitative în cercetarea de marketing,
- dezvoltarea capacității de cercetare științifică și de sinteză, de fundamentare pe baza informațiilor de marketing, a strategiilor de marketing pentru îmbunătățirea performanțelor organizațiilor, prin:

- cunoașterea aprofundată a comunicației integrate de marketing în condițiile dezvoltării Internetului
- realizarea de analize complexe pe baza metodelor multivariate în studiul pieței, a tehnicilor Data Mining și prin utilizarea metodelor moderne de previziune și simulare în marketing.

Obiective de formare specifice programului de licență	Competențe specifice	Structura modulelor / disciplinelor anul de studiu/tipul disciplinei
<i>a) Dezvoltarea, evaluarea și implementarea marketingului în medii de afaceri complexe;</i>	a) să aprofundeze și să dezvolte cunoștințele economice la nivel microeconomic pentru înțelegerea componentelor de marketing	<ul style="list-style-type: none"> – Microeconomie avansată I/DF – Statistică aplicată în afaceri I/DF – <i>Activitate de cercetare științifică I „Analiza mix-ului de marketing”</i> I/DS – Comportamente de piață I/DS
<i>b) Analiza în profunzime a unei varietăți de concepte, teorii, studii de caz, instrumente, tehnici, tactici și modele de comerț și marketing;</i>	b) cunoașterea tipologiei strategiilor mixului de marketing în contextul internaționalizării și al Noii Economii	<ul style="list-style-type: none"> – Strategii de marketing în afacerile internaționale I/DF – Marketing strategic I/DF – Politici și strategii de marketing în comerț I/DS – Politici și strategii de marketing în turism I/DS – Politici și strategii de marketing pe piața serviciilor I/DS – <i>Activitate de cercetare științifică II „Strategii ale mix-ului de marketing”</i> I/DS – Comunicatia integrată de marketing II/DS
<i>c) Să demonstreze cunoștințe despre structura și funcțiile marketingului în general și de politicile și strategiile de marketing în special;</i>	c) utilizarea celor mai noi metode și tehnici de obținere și analiză a informațiilor și prelucrare statistică și informatică în domeniul marketingului	<ul style="list-style-type: none"> – Tehnici moderne de Data-Mining I/DC – Cercetări calitative de marketing I/DS – Cercetări cantitative de marketing II/DS – Analiză multivariată a datelor de marketing II/DC – Metode moderne de previziune și simulare în marketing II/DC – <i>Activitate de cercetare științifică III</i>
<i>d) Să analizeze critic, să sintetizeze și să evalueze problemele complexe din domeniul marketingului, dintr-o perspectivă managerială;</i>	d) capacitatea de a utiliza tehnologia informațională și conștientizarea posibilităților acestora de rezolvare a unor probleme specifice domeniului.	<ul style="list-style-type: none"> – Optimizarea deciziei în procesele economice I/DC – Internet Marketing I/DS
<i>e) Capacitatea de a organiza eficient activitatea profesională</i>	e) abilitatea de a diagnostica și de a conduce, coordona, comunica eficient, de a sintetiza și de a elabora lucrări complexe.	<ul style="list-style-type: none"> – Practică de cercetare științifică II/DS – Elaborarea lucrării de disertație II/DS

Calificările absolvenților sunt:

- cercetător economist în marketing,
- asistent de cercetare în marketing,
- analist în domeniul cercetărilor de marketing,
- analist de piață,
- analist în domeniul strategiilor de piață,

- manager de proiect în domeniul cercetărilor de marketing,
 - consultant de marketing.
- Ocupațiile pe domenii sunt:
- a. În domeniul economic:
 - economist
 - b. În domeniul marketingului (incluzând toate ariile marketingului):
 - director de marketing; manager de marketing; consultant marketing.
 - c. În domeniul strategiilor de marketing de produs/serviciu:
 - director de produs; manager de produs; manager de dezvoltare de produse noi; director de marcă; manager de marcă.
 - d. În domeniul distribuției, vânzărilor și logisticii:
 - manager de canal de marketing; director de vânzări; manager de vânzări; manager de zonă; manager de achiziții.
 - e. În domeniul comunicării de marketing:
 - director de publicitate; director de campanie; director media; director de relații publice; manager de promovare.
 - f. În domeniul cercetării de marketing:
 - operator studii de piață; analist de date.
 - g. În domeniul relațiilor cu clienții:
 - responsabil relații cu clienții; manager trafic publicitar; manager de evenimente; analist de publicitate.
 - f. În domeniul cercetării de marketing:
 - director de cercetări de marketing; director de proiect studii de piață; analist de piață; specialist în previziuni de marketing; cercetator de marketing.
 - g. În domeniul relațiilor cu clienții:
 - director relații clienți; manager clienți.
 - h. În domeniul strategiilor de preț:
 - analist prețuri.

Colectivele de cadre didactice pentru activități formative se organizează de către coordonatorii de programe în funcție de misiunea programului de studii și de tipul de program de aprofundare, complementar sau științific, în concordanță cu strategia de dezvoltare a Facultății de Științe Economice, și care constituie oferta educațională a platformei. Aceste colective nu sunt fixe, au caracter dinamic și își pot schimba componența în funcție de interesele și preocupările membrilor platformei. Un membru poate să fie cuprins simultan în mai multe colective de activități formative.

Anexa 3

Descrierea componentei de cercetare științifică a PFCI:

Principalele direcții de cercetare fundamentala si/sau aplicativa, modalitățile de acces si utilizare a infrastructurii de cercetare

Componente de cercetare științifică fundamentala si/sau aplicativa în cadrul programelor de masterat sunt prezentate pentru fiecare program de masterat, fiind marcate italic disciplinele care se desfășoară cu infrastructura de cercetare a platformei ASPECKT:

Program de studii masterat	Caracterul interdisciplinar și componenta de cercetare științifică în structura planului de învățământ			
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
<i>Comert - Marketing</i>	Discipline fundamentale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Realizarea și managementul proiectelor</i> ▪ <i>Metode calitative de studiere a pieței</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Cyber-marketing</i> ▪ <i>Tehnologii informatice în comerț și marketing</i> ▪ <i>Analiza datelor de marketing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proiect / Practica de cercetare științifică ▪ Pregătirea Lucrării de Disertație
<i>Administrarea afacerilor în turism</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Produce informatice pentru analiza datelor</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode de cercetare în management ▪ Administrarea restaurantelor și securitatea alimentului / Marketingul destinației turistice 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Analiza datelor de marketing</i> ▪ Managementul proiectelor europene 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proiect de cercetare științifică ▪ Elaborarea lucrării de disertație
<i>Management si strategii de afaceri</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Management operational ▪ <i>Metode de previziune economică</i> ▪ <i>Produce informatice pt. analiza datelor</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metode de cercetare in management ▪ <i>Strategii financiare pentru afaceri/ Managementul proiectelor</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Simularea proceselor economice</i> ▪ <i>Managementul proiectelor europene</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proiect de cercetarea stiintifica ▪ Elaborarea lucrarii de disertatie
<i>Relatii economice internationale</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Statistica pentru afaceri internationale</i> 	Discipline fundamentale și de specialitate	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Metode cantitativ calitative de studiere a pietelor</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pregatirea lucrării de disertație ▪ Proiect de cercetare științifică

<i>Management financiar bancar</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Econometrie financiară</i> ▪ <i>Investiții financiare și gestiunea portofoliului</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Metode și tehnici de evaluare</i> ▪ <i>Metodologia cercetării științifice în finanțe</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Modelarea deciziei financiare și de gestiune</i> ▪ <i>Analiză și diagnostic financiar</i> ▪ <i>Analiza performanțelor economico financiare ale firmei</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Proiect de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>
<i>Politici contabile, audit și control de gestiune</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Sisteme informatice integrate – implementare și audit</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Analiză economico-financiară aprofundată</i> ▪ <i>Statistică aplicată în afaceri</i> ▪ <i>Metodologia cercetării în contabilitate</i> ▪ <i>Metodologii internaționale privind evaluarea entității</i> ▪ <i>Gestiunea trezoreriei și a riscului</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Modelarea și simularea deciziei financiare și de gestiune</i> ▪ <i>Tehnici de gestiune a stocurilor</i> ▪ <i>Tehnici de optimizare fiscală</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Proiect de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>
<i>Audit intern</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Contabilitate publică</i> ▪ <i>Guvernanța corporativă</i> ▪ <i>Auditul sistemelor informatice</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Auditul intern și analiza riscurilor</i> ▪ <i>Standarde internaționale de raportare financiară</i> ▪ <i>Metode statistice în audit</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Auditul performanței</i> ▪ <i>Metodologia auditului intern. Studii de caz.</i> ▪ <i>Modele econometrice în auditul intern</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Practică de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>
<i>Strategii de marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Optimizarea deciziei în procesele economice</i> ▪ <i>Statistică aplicată în afaceri</i> ▪ <i>Activitate de cercetare științifică I „Analiza mix-ului de marketing”</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Tehnici moderne de Data-Mining</i> ▪ <i>Cercetări calitative de marketing</i> ▪ <i>Activitate de cercetare științifică II „Strategii ale mix-ului de marketing”</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Cercetări cantitative de marketing</i> ▪ <i>Analiză multivariată a datelor de marketing</i> ▪ <i>Metode moderne de previziune și simulare în marketing</i> ▪ <i>Internet Marketing</i> ▪ <i>Activitate de cercetare științifică III „Proiecte complexe privind cercetarea fenomenelor de piață”</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Practică de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>

Masteratul de cercetare științifică STRATEGII DE MARKETING este propus special pentru platforma ASPECKT. Bilanțul orelor și numărului de credite, precum și îndeplinirea cerințelor impuse de standardele ARACIS este prezentat în tabelul următor:

Nr crt	Discipline	Cerințe %	Număr de ore				Nr credite	
			An I	An II	Total	%	An I	An II
1	Discipline fundamentale de cunoaștere avansată (DF)	> 17 %	182	0	182	19,2%	20	0
2	Discipline/module de specialitate de cunoaștere avansată (DS) + proiect disertație	> 40 %	238	362	600	63,1%	30	50
3	Discipline/module de pregătire complementară (DC)	> 15 %	84	84	168	17,7%	10	10
TOTAL			504	446	950	100%	60	60

Activitatea de cercetare științifică în cadrul acestui program de masterat științific se desfășoară în fiecare semestru. Forma de verificare este de tip colocviu, care se va susține la sfârșitul fiecărui semestru. Numărul de ore și unitățile de credit alocate în Planul de învățământ sunt sistematizate în tabelul:

Disciplina	An I		An II		Total	
	Ore aplicative	Credite alocate	Ore aplicative	Credite alocate	Ore aplicative	Credite alocate
Activitate de cercetare științifică	56	10	122	15	178	25
Discipline cu laborator/ proiect	70	20	70	20	140	40
Elaborarea Lucrării de disertație	0	0	100	20	100	20
Total ore aplicative / credite	126	30	292	55	418	85

Ponderea elaborării disertației în total ore program $100/950 \cdot 100 = 10,5\%$

Ponderea activității de cercetare științifică în total ore program $178/950 \cdot 100 = 18,7\%$

Ponderea activității de cercetare științifică și a elaborării disertației în total ore program:

$$(100+178)/950 \cdot 100 = 278/950 \cdot 100 = 29,2\% \quad (10,5\% + 18,7\% = 29,2\%)$$

- Credite alocate activității de cercetare științifică (25 u.c.) și elaborării Lucrării de Disertație (20 u.c.) au o pondere de 37,5% în totalul de 120 de credite alocate programului de masterat.
- Totalul orelor de Laborator/ Proiect este de 140 de ore, având o pondere de 14,7% în totalul orelor programului, și o pondere de 33,3% în totalul de 120 de credite alocate programului, accentuând rolul important al cercetării științifice în cadrul orelor de laborator și proiecte de cercetare.
- Ponderea orelor activității de cercetare științifică, a elaborării disertației și a orelor de laborator/proiect în total ore program este de 44%, evidențiind caracterul practic și aplicativ al conținutului disciplinelor. O pondere de 44% din timpul programului de studiu este orientat spre cercetare științifică, însemnând 70,8% din totalul unităților de credit ale programului de studiu. Se observă astfel o concentrare a obținerii unei ponderi mari a unităților de credit în activitățile cu caracter aplicativ.

Disciplinele acestui masterat se vor desfășura în cele două laboratoare ASPECKT-1 și ASPECKT-2.

Anexa 4

Descrierea componentei de cercetare științifică a PFCI:

Descrierea programului de doctorat derulat în cadrul platformei / laboratorului. Programul Școlii Doctorale în domeniul **MARKETING**

Lista doctoranzilor în domeniul fundamental ȘTIINȚE ECONOMICE, domeniul MARKETING este următoarea:

1. Prof. dr. ec. LEFTER CONSTANTIN

2005:

1. Anton Carmen Elena
2. Bălășescu Simona
3. Marcu Mihaela – doctorand cu frecvență
4. Onuț (Untaru) Elena
5. Todor Tiberiu

2006:

1. Cândea Claudia Anita
2. Gherman Cristina
3. Mureșan Laura
4. Vînt Mirela Cătălina - doctorand cu frecvență

2007:

1. Drugă Petruța
2. Kulcsar Erika

2. Prof. dr. ec. BRĂTUCU GABRIEL

2005:

1. Popovici Raluca
2. Grideanu Nicoleta
3. Horneț Raluca - doctorand cu frecvență
4. Chirteș Horațiu

2006:

1. Mihai Daniela Roxana - doctorand cu frecvență
2. Stoia (Barna) Andreia
3. Tatarcan (Turcan) Raluca
4. Rusu Ionela Gianina
5. Nechita Florin
6. Rabinson Levy - doctorand străin

2007:

1. Forțu Andreea
2. Voinescu Marian
3. Humelnicu Severin Anamaria
4. Iacob (Irimia) Cati
5. Ujupan Sonia

3. Prof. dr. ec. DUGULEANĂ LILIANA

2005:

1. Băltescu Codruța
2. Chirca Andreea
3. Daj Alexis
4. Hafemeister Thiemo – doctorand străin
5. Morândău Roxana - doctorand cu frecvență

2006:

1. Alexandrescu Mihai Bogdan
2. Butnaru (Brătucu) Tamara
3. Candrea Adina - doctorand cu frecvență
4. Cismaru Laura
5. Codreanu (Repanovici) Angela
6. Nicolaie Ioana
7. Vestemean (Velicu) Daniela

2007:

1. Poțincu Cristian - doctorand cu frecvență
2. Sora Alexandru
3. Micudă Dan
4. Cruceru Gheorghe
5. Ungureanu Claudia Cipriana

Programul de pregătire didactică interdisciplinară al Școlii Doctorale la profilul Marketing, pentru doctoranzii din anul 1, precum și programul de cercetare științifică al doctoranzilor din anul 2.

Obiectivele pregătirii prin doctorat

Doctoratul este forma cea mai înaltă de organizare a învățământului superior care se bazează pe creație și cercetare științifică. Doctoratul urmărește:

- Realizarea unei pregătiri profesional – științifice de înaltă clasă orientată spre cerințele societății moderne, în domeniul de doctorat al conducătorului științific prin parcurgerea unor discipline de studii universitare avansate și propunerea unui proiect de cercetare cu tematică din direcțiile naționale și europene de cercetare;
- Realizarea unei teze de doctorat, pe baza unui program de cercetare, cu contribuții personale și originale din domeniul doctoratului și specialitatea de expertiză a conducătorului de doctorat.

a) Programul de pregătire științifică avansată

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT, în baza HG 567/24 iunie 2005; OM 4451/6 iulie 2005 și Regulamentului de Doctorat al Universității Transilvania din Brașov, pentru forma de doctorat: cu frecvență și fără frecvență, se desfășoară pe durata a 2 semestre (1 an) – ciclul I – Program de Pregătire Universitară Avansată (PPUA) și cuprinde discipline generale și discipline din domeniu și de specialitate.

STRUCTURA SĂPTĂMÂNALĂ A PPUA

1. Activități: Școală doctorală
Semestrul I: 14 săptămâni
Semestrul II: 14 săptămâni;
2. Sesiuni de examene:
Iarna: 4 săptămâni
Vara: 4 săptămâni
Toamna: 3 săptămâni

NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ

Semestrul I: 10 ore didactice

Semestrul II: 10 ore didactice

**Planul de Invatamant al SCOLII DOCTORALE – Stiinte Economice
valabil pentru anul universitar 2007-2008**

Nr. Crt.	DISCIPLINA	COD	Activitate			Evaluare	Credit	Activitate			Eval.	Credit	TOTAL ORE		
			C	S	L			C	S	L			C	Aplic.	T
1.	Managementul informatiei si comunicarii in cercetare	D.1.1	1	1	-	E	4						14	14	28
2.	Economie avansata	D.1.2	2	1	-	E	7						28	14	42
3.	Marketing general	D.1.3	2	-	1	E	7						28	14	42
4.	Disciplina de specialitate ⁽¹⁾	D.1.4	-	-	1	E	6						-	14	14
5.	Dezvoltarea unui raport privind „Stadiul actual al cercatarilor calitative de piata in ”	D.1.5	-	-	1	E	6						-	14	14
6.	Managementul si resursele in proiecte de cercetare	D.2.1						1	1	-	E	4	14	14	28
7.	Econometrie	D.2.2						2	1	-	E	7	28	14	42
8.	Cercetari de marketing Proiect	D.2.3						2	-	1	E	7	28	14	42
9.	Disciplina de specialitate ⁽²⁾	D.2.4						-	-	1	E	6	-	14	14
10.	Dezvoltarea si elaborarea proiectului Programului de cercetare stiintifica	D.2.5						-	-	1	E	6	-	14	14
			Total ore				Cr.	Total ore				Cr.	140	140	280
			5	2	3		30	5	2	3		30			

Lista 1: Discipline de specialitate pe semestrul I

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| 1. Marketing strategic | 8. Marketing educational |
| 2. Marketing global | 9. Marketing financiar-bancar |
| 3. Cercetări calitative de marketing | 10. Logistica mărfurilor |
| 4. Marketingul serviciilor | 11. Marketingul turistic |
| 5. Marketing internațional | |
| 6. Studiul pieței | |
| 7. Comportamente de piață | |

Lista 2: Discipline de specialitate pe semestrul II

- | | |
|---------------------------------|------------------------------------|
| 1. Analiza datelor de marketing | 8. Marketingul construcțiilor |
| 2. Comportamente de piață | 9. Marketing direct |
| 3. Modele noi de distribuție | 10. Tehnici moderne de distribuție |
| 4. Marketing social-politic | 11. Studiul pieței |
| 5. Tehnici moderne de promovare | |
| 6. Marketing turistic | |
| 7. Marketing strategic | |

ETAPELE DOCTORATULUI

După ciclul I (PPUA) și susținerea Proiectului de cercetare se vor respecta toate etapele prevăzute în HG 567/24.06.2005, OM 4491/6.07.2005 și Regulamentul de Doctorat al Universității Transilvania din Brașov.

b) Realizarea tezei de doctorat, pe baza programului de cercetare științifică

CERINȚE PENTRU OBȚINEREA DIPLOMEI DE DOCTOR

Parcursirea celor două cicluri de pregătire a doctoratului:

- Programul de Pregătire Universitară Avansată (PPUA): 1 an (2 semestre) cu 8-10 ore pe săptămână (ciclul I)
- Obținerea a 60 de credite transferabile, ceea ce presupune:
 - 22 (36,67 %) credite la discipline comune pentru toți doctoranzii
 - 32 (53,33 %) credite la disciplinele de specialitate stabilite de conducătorii științifici pentru fiecare doctorand;
 - 6 (10 %) credite pentru elaborarea proiectului de cercetare în semestrul 2.
- 3. Susținerea după PPUA a PROIECTULUI DE CERCETARE;
 - La susținerea proiectului de cercetare științifică doctorandul trebuie să obțină calificativul foarte bine sau bine. După parcursirea PPUA se eliberează o foaie matricolă.
- 4. Parcursirea Programului de cercetare științifică (PCS) – 2 ani (cu posibilitate de prelungire, conform legii 1 – 2 ani).

Tematici pentru cercetarea științifică fundamentală

– Economie avansată -

Tema 1. Comportamentul consumatorului și cererea pieței

- 1.1. Construirea modelului comportamentului consumatorului
- 1.2. Descrierea preferințelor consumatorului
- 1.3. Decizia de consum a consumatorului
- 1.4. Substituție și complementaritate

Tema 2. Dezvoltări ale teoriei comportamentului consumatorului

- 2.1. Masurarea efectului de venit și a efectului de substituție
- 2.2. Surplusul consumatorului
- 2.3. Incertitudinea și deciziile consumatorului

Tema 3. Costul timpului și teoria comportamentului consumatorului

- 3.1. Introducerea timpului de consum în analiza comportamentului consumatorului
- 3.2. Modelul revizuit al comportamentului consumatorului (care ia în considerare timpul de consum)
- 3.3. Determinarea celui mai mic cost complet (care include pe lângă prețul bunurilor și timpul destinat consumului acestora).

Tema 4. Discriminarea prin preț

- 4.1. Scopul discriminării prin preț: sporirea încasărilor
- 4.2. Primul nivel al discriminării prin preț
- 4.3. Al doilea nivel al discriminării prin preț
- 4.4. Al treilea nivel al discriminării prin preț
- 4.5. Vânzarea la pachet

Tema 5. Problema beneficiilor neplătite și determinarea prețului

- 5.1. Beneficii neplătite pe diferite piețe

- 5.2. Care sunt firmele interesate de prețurile cu amănuntul
- 5.3. Beneficii din competiția prețurilor cu amănuntul
- 5.4. Beneficii neplătite între firme

Tema 6. Funcționarea pieței în condițiile unei informații asimetrice

- 6.1. Consecințele informației asimetrice
- 6.2. Informația asimetrică și selecția defavorabilă
- 6.3. Moral hazard
- 6.4. Informația asimetrică și înșelătoria potențială

- Marketing general -

2. STRATEGIA PRODUSULUI

- 2.1 Politica de produs-elemente constitutive
- 2.2 Gestiunea noului produs: inovația
- 2.3 Poziționarea produselor pe piață
- 2.4. Strategii de produs

3. STRATEGIA PREȚULUI

- 3.1 Constrângeri legale și reglementări
- 3.2 Submix-ul de prețuri
- 3.3 Strategii de prețuri pe piața internă

4. STRATEGIA DISTRIBUȚIEI

- 4.1 Integrarea și distribuția modernă
- 4.2 Logistica (distribuția fizică)
- 4.3 Strategii de distribuție

5. STRATEGIA COMUNICĂRII

- 5.1 Strategii de promovare
- 5.2 Stabilirea bugetului promoțional
- 5.3 Pre-testarea și post-testarea mesajelor promoționale

TEME de cercetare științifică aplicativă

- 1. Politici și strategii de marketing în turismul montan
- 2. Strategii de marketing în serviciile de consultanță financiară
- 3. Analiza comportamentului consumatorului de servicii high-tech
- 4. Tehnici moderne de promovare în marketingul produselor high-tech
- 5. Marketingul distribuției produselor high-tech
- 6. Utilizarea mass-media pentru promovarea produselor high-tech
- 7. Promovarea produselor high-tech în domeniul apărării
- 8. Managementul crizelor și securității utilizării produselor high-tech
- 9. Auditul proceselor high-tech
- 10. Reglementări legale ale protecției consumatorului de produse high-tech
- 11. Sistemele de reglementare a comunicațiilor electronice
- 12. Elaborarea de scorecards pentru procesele high-tech
- 13. Analiza îmbunătățirii calității vieții prin utilizarea produselor high-tech
- 14. Impactul utilizării produselor high-tech asupra mediului
- 15. Proiect la „Cercetări de marketing”

Anexa 5

Descrierea componentei de cercetare științifică a PFCI:

**Lucrări de cercetare științifică ale masteranzilor și doctoranzilor,
publicate în revista ASPECKT**

ISSN 1844 – 1777



FACULTATEA DE ȘTIINTE ECONOMICE

Revista

ASPECKT

Universitatea TRANSILVANIA din Brașov

**Platforma/Laborator de Analize Statistice și
Previziune a fenomenelor Economico-sociale și
Cercetări de marKeTing**

Nr. 1 - 2008

CUPRINS	
ANALIZA VÂNZĂRILOR PE PRODUS LA CIBER Soft SRL-COMPONENTĂ A ANALIZEI ÎNTREPRINDERII DIN CADRUL AUDITULUI DE MARKETING Carmen ANTON	3
JOCURI DE ÎNTREPRINDERE Cristina ANTONOAIIE	13
PARTICULARITĂȚI ALE STRATEGIILOR APLICATE ÎN COMERȚUL DE GROS ÎN CONTEXTUL INTERNAȚIONALIZĂRII Marius BĂLĂȘESCU	19
CERCETAREA DE MARKETING ÎN COMERȚ Simona BĂLĂȘESCU	25
PARTICULARITĂȚILE APLICĂRII MARKETINGULUI ÎN SECTORUL TURISTIC Codruța BĂLTESCU	33
MIXUL DE MARKETING ÎN AUDIOVIZUAL Tamara BRĂTUCU	39
DEZVOLTAREA ECOMARKETINGULUI TURISTIC IN ROMANIA Adina CANDREA	45
OFERTA ELECTORALĂ ȘI POLITICIANUL ÎN MARKETINGUL ELECTORAL Horațiu CHIRTEȘ	49
CERCETĂRI CALITATIVE DE MARKETING. TESTUL DE COMPLETARE A PROPOZITIILOR Gheorghe CRUCERU	57
PARTICULARITĂȚI ALE POLITICII DE PRODUS IN MEDIUL DIGITAL Alexis DAJ	63
MODELE DE CONSUM PE PIATA MOBILEI UE VS. SUA Raluca HORNET	75
COMPANIILE GLOBALE CUCERESC LUMEA Anamaria HUMELNICU	81
MARKETINGUL SERVICIILOR Cati IACOB	85
CERCETAREA CALITATIVĂ DE TIP FOCUS GROUP - „ATITUDINI ȘI OPINII ALE POPULAȚIEI BRAȘOVENE CU PRIVIRE LA FUNCȚIILE TELEVIZIUNII”	

Mihaela MARCU	93
CERCETĂRI CALITATIVE UTILIZATE ÎN STUDIAREA COMPORTAMENTULUI FINANCIAR-BANCAR	
Dan MICUDA	99
ETAPE MAJORE ÎN EVOLUȚIA SERVICIILOR DE CONSULTANȚĂ PENTRU MANAGEMENT	
Daniela MIHAI	105
„LEGE” ȘI RESPONSABILITATE SOCIALĂ ÎN DOMENIUL ORGANISMELOR MODIFICATE GENETIC	
Laura MUREȘAN	111
COMUNICAREA INTEGRATA DE MARKETING	
Florin NECHITA	119
PARTICULARITĂȚI PRIVIND COMPORTAMENTUL DE VOT	
Cristian POȚINCU	125
ATITUDINI, OPINII, DIFICULTATI IN ACCESAREA RESURSELOR INFORMATIONALE ELECTRONICE LA BIBLIOTECA UNIVERSITARA	
Angela REPANOVICI	133
STADIUL ACTUAL AL CERCETĂRILOR CALITATIVE PRIVIND COMPORTAMENTUL DE PIAȚĂ	
Alexandru SORA	137
FORMAREA ȘI FUNDAMENTAREA PREȚURILOR EXTERNE	
Titus SUCIU	149
NOI ORIENTARI ALE MARKETINGULUI STRATEGIC. VIZIUNEA FIRMEI BAZATA PE RESURSE	
Tiberiu TODOR	153
CONSIDERAȚII GENERALE ȘI DATE STATISTICE PRIVIND GLOBALIZAREA AFACERILOR	
Claudia UNGUREANU	159
ANALIZA CERERII ȘI CONSUMULUI DE SERVICII TURISTICE DIN ROMÂNIA ÎN PERIOADA 1990-2005	
Elena-Nicoleta UNTARU	165
EVOLUTIA MEDIULUI BANCAR ROMÂNESC	
Mirela VÎNT	171
STRATEGII DE MARKETING INTERNAȚIONAL	
Marian VOINESCU	177

Anexa 6

Descrierea componentei de cercetare științifică a PFCI: Principalele direcții de cercetare aplicativă

COLECTIVELE DE CERCETARE

din cadrul platformei ASPECKT

1. AFACERI INTERNAȚIONALE
2. CONTABILITATE
3. STRATEGII FINANCIARE
4. TEORIE ECONOMICĂ, ECONOMETRIE
5. MANAGEMENT
6. MARKETING
7. PROMOVARE – PUBLICITATE
8. STATISTICĂ, PREVIZIUNE, INFORMATICĂ ECONOMICĂ
9. TURISM – SERVICII
10. MANAGEMENTUL CALITĂȚII
11. MANAGEMENTUL PROIECTELOR

Componența colectivelor de cercetare și coordonatorii:

1. AFACERI INTERNAȚIONALE

Prof. dr. SAON STELIAN
Prof. dr. MANDU PETRIȘOR
Prof. dr. BĂCANU BOGDAN
Conf. dr. BOȘCOR DANA
Conf. dr. TACHE ILEANA
Lect. dr. MARINESCU NICU
Lect. drd. TESCAȘIU BIANCA – coordonator colectiv
Lect. dr. SZELEȘ– RĂILEANU MONICA
Lect. drd. ȘEITAN OANA
Asist. drd. DAJ ALEXIS

2. CONTABILITATE

Prof. dr. CAPOTĂ ANIȘOARA – coordonator colectiv
Conf. dr. TRIFAN ADRIAN
Lect. dr. BUSUIOCEANU STELIANA
Lect. dr. SUCIU TITUS
Lect. drd. BABA MIRELA
Lect. dr. DRUMEA CRISTINA
Lect. dr. HODÎRNĂU DIONISIE
Lect. dr. LIXĂNDROIU RADU
Asist. drd. ANTON CARMEN
Drd. MORÂNDĂU ROXANA

3. STRATEGII FINANCIARE

Prof. dr. STOLOJAN THEODOR
Conf. dr. SUMEDREA SILVIA – coordonator colectiv
Conf. dr. DINCĂ MARIUS
Conf. dr. TRIFAN ADRIAN
Lect. dr. DINCĂ GHEORGHİȚA
Lect. dr. CONSTANTIN SANDA
Lect. dr. SZELEȘ– RĂILEANU MONICA
Lect. dr. BOTIS SORINA

Lect. dr. DRUMEA CRISTINA
Lect. dr. SUCIU TITUS
Asist. drd. KEUL MELINDA
Asist. drd. ANTON CARMEN

4. TEORIE ECONOMICĂ, ECONOMETRIE

Prof. dr. DUGULEANĂ LILIANA
Conf. dr. DUGULEANĂ CONSTANTIN – coordonator colectiv
Conf. dr. TACHE ILEANA
Lect. dr. LITRĂ ADRIANA
Lect. dr. SZELEȘ– RĂILEANU MONICA
Lect. drd. TESCAȘIU BIANCA
Lect. dr. CONSTANTIN CRISTINEL
Asist. drd. DAJ ALEXIS
Asist. drd. ANTONOAIIE CRISTINA
Asist. drd. KEUL MELINDA

5. MANAGEMENT

Prof. dr. ANTONOAIIE NICULAIE – coordonator colectiv
Prof. dr. POPESCU MARIA
Prof. dr. LIXĂNDROIU DORIN
Prof. dr. BĂCANU BOGDAN
Prof. dr. MANDU PETRIȘOR
Prof. dr. FORIȘ TIBERIU
Prof. dr. GUGA LUCIAN
Conf. dr. SUMEDREA SILVIA
Conf. dr. DASCĂLU ADRIAN
Lect. dr. ALBU RUXANDRA
Lect. drd. LUPȘA DANA
Asist. drd. ANTONOAIIE CRISTINA
Asist. drd. DASCĂLU ADINA
Drd. CANDREA ADINA

6. MARKETING

Prof. dr. LEFTER CONSTANTIN – coordonator colectiv
Prof. dr. BRĂTUCU GABRIEL
Prof. dr. DUGULEANĂ LILIANA
Prof. dr. ISPAS ANA
Prof. dr. PETCU NICOLETA
Lect. dr. MADAR ANCA
Lect. dr. BĂLĂȘESCU MARIUS
Lect. dr. CHIȚU IOANA-BIANCA
Lect. drd. TECĂU ALINA
Lect. drd. NEACȘU ANDREEA
Lect. drd. BĂLĂȘESCU SIMONA
Asist. drd. RĂUȚĂ CRISTINA
Asist. drd. BĂLTESCU CODRUȚA
Asist. drd. ANTON CARMEN

7. PROMOVARE - PUBLICITATE

Prof. dr. DUGULEANĂ LILIANA
Conf. dr. DUGULEANĂ CONSTANTIN
Conf. dr. MAICAN CĂTĂLIN
Lect. dr. CONSTANTIN CRISTINEL – coordonator colectiv
Lect. dr. BOTIS SORINA
Lect. dr. MADAR ANCA
Lect. dr. DRUMEA CRISTINA

Lect. drd. TECĂU ALINA
Lect. dr. LIXĂNDROIU RADU
Lect. drd. NEACȘU ANDREEA
Lect. drd. BĂLĂȘESCU SIMONA
Asist. drd. KEUL MELINDA

8. STATISTICĂ, PREVIZIUNE, INFORMATICĂ ECONOMICĂ

Prof. dr. PETCU NICOLETA – coordonator colectiv
Prof. dr. DUGULEANĂ LILIANA
Prof. dr. LIXĂNDROIU DORIN
Conf. dr. MAICAN CĂTĂLIN
Lect. dr. CONSTANTIN SANDA
Lect. dr. LIXĂNDROIU RADU
Lect. drd. LUPȘA DANA
Lect. dr. LITRĂ ADRIANA
Lect. dr. CONSTANTIN CRISTINEL
Asist. drd. ANTONOAIIE CRISTINA
Drd. MORÂNDĂU ROXANA

9. TURISM – SERVICII

Prof. dr. ISPAS ANA – coordonator colectiv
Prof. dr. PETCU NICOLETA
Prof. dr. ANTONOAIIE NICULAIE
Lect. dr. FLOREA MIRON
Lect. dr. ALBU RUXANDRA
Lect. drd. UNTARU ELENA-NICOLETA
Asist. drd. BĂLTESCU CODRUȚA
Drd. CISMARU LAURA
Drd. CANDREA ADINA
Masterand ȘERBAN SIMONA
Masterand ONCIOIU RALUCA
Masterand BRĂESCU EUGENIA

10. MANAGEMENTUL CALITĂȚII

Prof. dr. POPESCU MARIA
Prof. dr. ISPAS ANA
Conf. dr. MAICAN CĂTĂLIN
Lect. drd. LUPȘA DANA – coordonator colectiv
Lect. dr. MADAR ANCA
Lect. drd. BABA MIRELA
Lect. dr. DINCĂ GHEORGHITA
Lect. drd. NEACȘU ANDREEA
Asist. drd. ANTONOAIIE CRISTINA
Asist drd. DASCĂLU ADINA

11. MANAGEMENTUL PROIECTELOR

Prof. dr. FORIȘ TIBERIU
Prof. dr. DUGULEANĂ LILIANA
Conf. dr. DUGULEANĂ CONSTANTIN
Conf. dr. SUMEDREA SILVIA
Conf. dr. DASCĂLU ADRIAN
Lect. dr. CONSTANTIN SANDA – coordonator colectiv
Lect. dr. DRUMEA CRISTINA
Lect. drd. LUPȘA DANA
Lect dr. MADAR ANCA
Asist drd. DASCĂLU ADINA

Activitatea de cercetare a cadrelor didactice ale Facultatii de Stiinte Economice in cadrul laboratorului ASPECKT, are o abordare interdisciplinara. Temele si preocuparile principale in activitatea de cercetare a masteranzilor, doctoranzilor si cadrelor didactice ale Facultatii de Stiinte Economice se refera la:

- Cresterea calitatii vietii - conditie a dezvoltarii umane durabile in Romania
- Modele de alocare si folosire eficienta a resurselor in sistemul sanitar
- Crearea unor modele pentru evaluarea si dezvoltarea culturii calitatii in universitatile din România, in perspectiva integrarii europene
- Modelarea matematica a unor dezechilibre specifice economiilor in tranzitie
- Eficientizarea comunicatiei in administratia publica din judetul Brasov prin intermediul unui portal de comunicare
- Proiectarea si implementarea unui sistem informational national pentru Noua Economie
- Ocuparea si competitivitatea firmelor romanesti
- Eficienta educatiei economice, promovarea culturii economice si antreprenoriale
- Strategii, sisteme, metode si instrumente pentru managementul cunoasterii in universitati
- Agroturismul si economia rurala – interdependente si unitate sistemica
- Distributia veniturilor si problema saraciei in Romania, in contextul globalizarii si dezvoltarii umane durabile
- Modele si indicatori de evaluare a calitatii cercetarii stiintifice in universitati, in contextul societatii bazate pe cunoastere
- Baza de modele pentru managementul calitatii
- Platforma de modele on-line pentru fundamentarea politicilor economice la nivelul intreprinderilor mici si mijlocii in perspectiva aderarii la Uniunea Europeana
- Evaluarea efectelor pe termen mediu si lung a implementarii strategiei de accelerare a dezvoltarii societatii informationale asupra calitatii vietii
- Segmentarea pietei serviciilor turistice in Romania
- Tehnici moderne de promovare in marketingul-financiar bancar
- Comportamentul consumatorului de servicii de consultanta in Romania
- Customer Relationship Management (CRM) in marketingul international
- Reglementarea comunicatiilor electronice – ca element al macromediului firmei in marketingul global
- Analiza comportamentului de vanzare pe piata farmaceutica in Germania
- Analiza calitatii procesului educational la Facultatea de Stiinte Economice din Brasov
- Analiza fenomenelor demografice din Romania si implicatiile lor Cuantificarea unor influente demografice asupra bugetului asigurarilor sociale
- Posibile efecte ale introducerii monedei Euro
- Analiza statistica a pietei muncii in Romania
- Politici de marketing utilizate in marketingul international
- Marketingul proiectelor de cercetare in domeniul educational
- Strategii de marketing utilizate pe piata asigurarilor
- Strategii de marketing folosite pe piata electorala
- Politici de marketing utilizate pe piata farmaceutica romaneasca

TEME DE CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ APLICATIVĂ
pentru masteratul de cercetare științifică

„STRATEGII DE MARKETING”

1. Analiza strategică a mediului de marketing specific pieței bunurilor comerciale și a serviciilor din România (Brașov).
2. Strategii de marketing utilizate pe piața românească (brașoveană).
3. Politici de marketing folosite de către principalele companii din România.
4. Elaborarea programului de marketing la nivelul unui agent economic care acționează pe piața din România.
5. „Analiza portofolio” specifică pieței românești (brașovene).
6. Planificarea strategică de marketing – premisă a succesului unei afaceri în comerț.
7. Aplicabilitatea „matricei marilor strategii” pe piața românească (brașoveană).
8. Elaborarea și punerea în aplicare a unui buget promoțional pentru o firmă reală sau fictivă.
9. Influența factorilor individuali asupra comportamentului consumatorului final.
10. Influența factorilor sociali asupra comportamentului consumatorului final
11. Cultura organizațională în cadrul firmelor românești.
12. Cultura organizațională în cadrul filialelor marilor companii străine care acționează pe piața românească.
13. Modele de decizii cu implicare redusă din partea consumatorului final.
14. Modele de decizii cu implicare ridicată din partea consumatorului final.
15. Mix-ul de marketing și comportamentul consumatorului individual.
16. Influența grupurilor asupra comportamentului organizațiilor.
17. Cercetare privind studiul opiniilor consumatorilor ecologici.
18. Analiză multifactorială privind satisfacția consumatorilor.
19. Analiza corespondențelor în marketing.
20. Modele ce pot previziona comportamentul consumatorilor.
21. Cercetare privind atitudinea firmelor față de implementarea softului de aplicație de marketing.
22. Cercetare privind identificarea tipologiilor de consumatori ai unor servicii.

Anexa 7

Descrierea caracterului interdisciplinar al PFCI:

Programe de masterat inițiate

1. Program de masterat de aprofundare COMERȚ - MARKETING

Planul de învățământ cuprinde două trasee:

- traseul A – GLOBALIZAREA MARKETINGULUI - are în anul I, semestrul II, disciplina opțională „Comerț internațional”, iar, în anul II, semestrul I, disciplina opțională „Euromarketing”.

- traseul B – STRATEGII DE AFACERI – are în anul I, semestrul II, disciplina opțională „Strategii financiare pentru afaceri”, iar, în anul II, semestrul I, disciplina opțională „Marketing relațional”.

2. Program de masterat de aprofundare MANAGEMENT SI STRATEGII DE AFACERI

Planul de învățământ al programului de studii permite *alegerea traseului de formare, în funcție de pachetele de discipline opționale alese de masteranzi*. Astfel s-a avut în vedere posibilitatea alegerii fie a traseului de:

- formare profesională ca manager în orice tip de organizație - privată sau publică (în cazul alegerii pachetului opțional A) – MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIEI, fie ca și
- consultant de management (în cazul alegerii pachetului opțional B) – CONSULTANȚĂ ÎN MANAGEMENT.

Fiecare dintre cele două trasee poate fi urmat în vederea ocupării unui post în învățământ, respectiv unui post în cercetare în domeniul managementului.

Traseul A este definit de următoarele discipline, în semestrul 2: „Strategii financiare pentru afaceri” – „Managementul organizației publice” – „Leadership” și în semestrul 3 „Managementul dezvoltării durabile”.

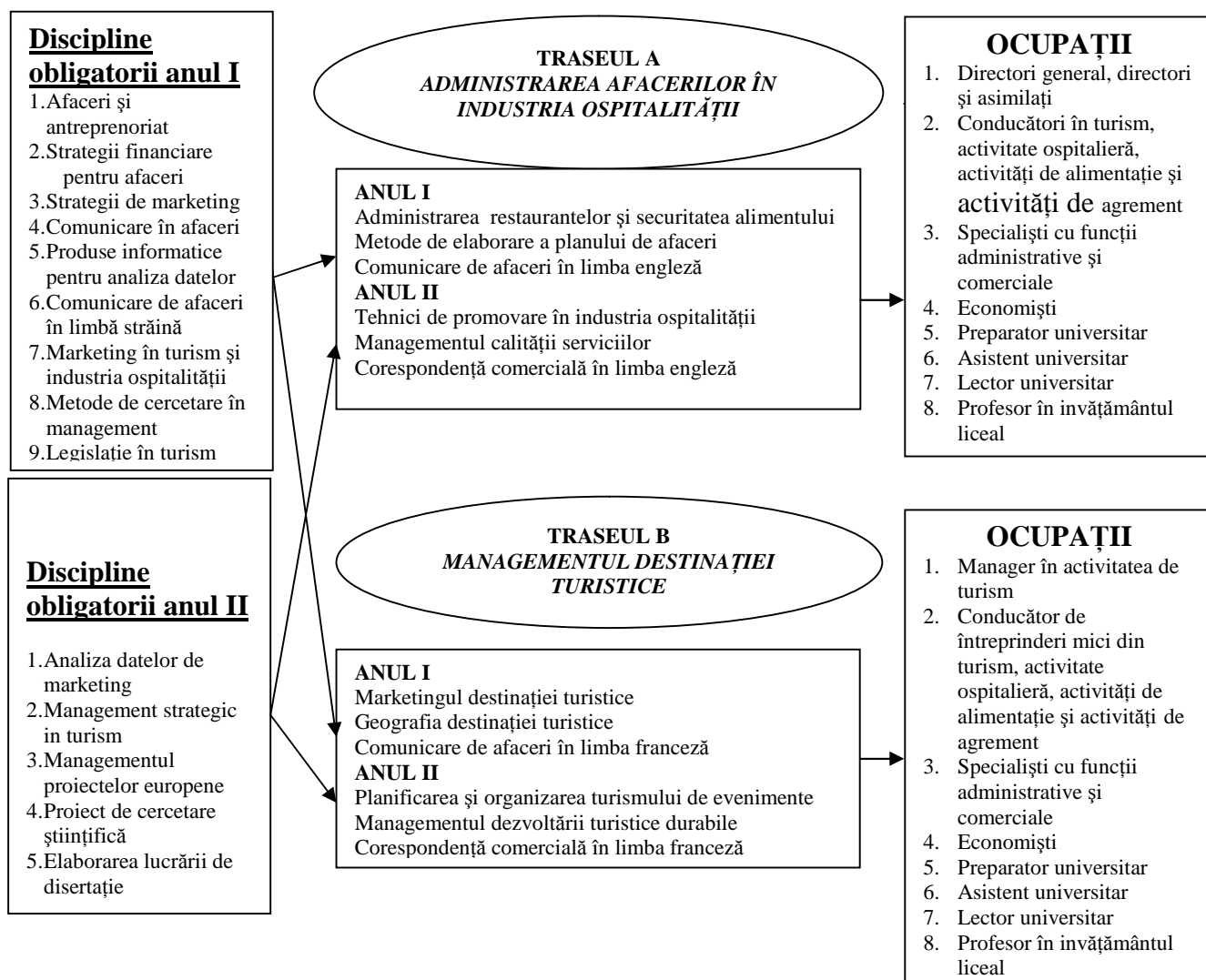
Traseul B este definit de următoarele discipline, în semestrul 2: „Managementul proiectelor” - „Evaluarea întreprinderii” – „Comunicare în afaceri” și în semestrul 3, „Afaceri internaționale”.

Ambele trasee au o componentă financiară, de abordare micro-managerială (o organizație publică sau privată), o componentă psihologică de comunicare (abilități de exprimare) și o componentă de abordare calitativă și spațială a managementului.

3. Program de masterat de aprofundare ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN TURISM

Planul de învățământ propune două trasee, prezentate în schema de mai jos:

- traseul A - ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN INDUSTRIA OSPITALITĂȚII
- traseul B - MANAGEMENTUL DESTINAȚIEI TURISTICE



4. Program de masterat de aprofundare RELATII ECONOMICE INTERNATIONALE

- Flexibilizarea programului de studiu este asigurată prin discipline opționale, astfel:
- traseul A – CONTRACTARE SI COMUNICARE PE PIETE INTERNATIONALE - cuprinde în anul I, semestrul II, disciplina opțională „*Contracte si arbitraj comercial international*”, iar, în anul II, semestrul I, disciplinele opționale „*Piete internationale de capital*” si ”*Comunicarea in afaceri internationale*”.
 - traseul B – REGLEMENTAREA AFACERILOR ÎN MEDIUL EUROPEAN cuprinde în anul I, semestrul II, disciplina opțională „*Drept comercial in UE*”, iar, în anul II, semestrul I, disciplinele opționale „*Gestiunea portofoliului*” si ”*Euromarketing*”.

5. Program de masterat de aprofundare POLITICI CONTABILE, AUDIT ȘI CONTROL DE GESTIUNE

Interdisciplinaritatea programului de studiu este asigurată prin discipline complementare, grupate pe două trasee (pachete) opționale, astfel:

- Traseul A – POLITICI CONTABILE – cuprinde, în anul I, semestrul 2, disciplinele „Piețe financiare și gestiunea portofoliilor” și „Politici și strategii financiare ale entității”, iar în anul II, semestrul 1, disciplinele „Tehnici de gestiune a stocurilor” și „Audit financiar integrat”.
- Traseul B – AUDIT ȘI CONTROL DE GESTIUNE cuprinde în anul I, semestrul 2, disciplinele „Gestiunea trezoreriei și a riscului” și „Metodologii internaționale privind evaluarea entității”, iar în anul II, semestrul I, disciplinele „Controlul de gestiune și pilotajul strategic” și „Standarde de audit și asigurare”.

6. Program de masterat de aprofundare MANAGEMENT FINANCIAR-BANCAR

Flexibilizarea programului de studiu este asigurată prin discipline opționale care conferă caracter interdisciplinar programului de masterat. Discipline opționale sunt grupate în cadrul a două pachete opționale de discipline, care completează specializarea masterandului.

Pachetul A – POLITICI FINANCIARE, cuprinde în semestrul 2, disciplinele: „Dreptul financiar-bancar” și „Finanțare Europeană” și în semestrul 3: „Analiză și diagnostic financiar” și „Managementul portofoliului de credite”.

Pachetul B – POLITICI BANCARE, cuprinde în semestrul 2, disciplinele: „Evaluarea și managementul resurselor” și „Politici economice europene” și în semestrul 3: „Analiza performanțelor economico financiare ale firmei” și „Managementul riscurilor financiar bancare”.

Ambele pachete cuprind în semestrul 2, o componentă de abordare europeană și în semestrul 3, o componentă de analiză economico-financiară și management.

Materandul alege un pachet de discipline: A sau B. În cadrul fiecărui pachet se disting câte două trasee:

- în pachetul A se pot considera:
 - traseul 1: „Finanțare Europeană” - „Managementul portofoliului de credite”
 - traseul 2: „Dreptul financiar-bancar” - „Analiză și diagnostic financiar”
- în pachetul B se pot considera:
 - traseul 1: „Evaluarea și managementul resurselor” - „Analiza performanțelor economico financiare ale firmei”
 - traseul 2: „Politici economice europene” - „Managementul riscurilor financiar bancare”.

Astfel cele două trasee se pot defini astfel:

- traseul 1 se poate defini ca fiind *managementul financiar-bancar la nivelul firmei*, iar
 - traseul 2, *managementul financiar-bancar la nivelul instituției financiar-bancare*,
- determinând pentru fiecare pachet o dimensiune internă și una externă a managementului financiar bancar.

7. Program de masterat complementar AUDIT INTERN

Programul de masterat oferă posibilitatea alegerii între două trasee:

- Traseul A – SOCIETĂȚI COMERCIALE - cuprinde în anul I, semestrul II, disciplina opțională „Contracte și arbitraj comercial”, iar în anul II, semestrul I, disciplina opțională „Managementul proiectelor”.
- Traseul B – INSTITUȚII PUBLICE – cuprinde în anul I, semestrul II, disciplina opțională „Drept administrativ”, iar, în anul II, semestrul I, disciplina opțională „Marketingul instituțiilor publice”.

Fiecare traseu conține o disciplină având caracter juridic, de reglementare, în domeniul traseului ales, iar a doua disciplină are rolul de a eficientiza activitatea unităților organizatorice specifice fiecărui traseu.

8. Program de masterat științific STRATEGII DE MARKETING

Flexibilitatea și interdisciplinaritatea programului se realizează în cadrul domeniului Marketing, ținând formarea de resurse umane înalt calificate în formularea și fundamentarea științifică a politicilor și strategiilor de marketing. Cercetarea științifică are un profund caracter aplicativ în domeniul fundamental marketing, cu utilizări în toate domeniile vieții economico-sociale, asigurându-se astfel caracterul interdisciplinar.

- În anul I, semestrul II, există un pachet de discipline opționale, cu *un caracter aplicativ, orientat spre practica* din domeniul serviciilor, numit POLITICI SI STRATEGII ÎN SECTORUL TERȚIAR, care conține: disciplina „*Politici si strategii de marketing pe piata serviciilor*” la alegere cu „*Politici si strategii de marketing in turism*”, pentru cei care doresc să abordeze cu precădere serviciile turistice.
- În anul II, semestrul I, există un pachet de discipline opționale, având *un caracter de cercetare, orientat spre luarea deciziilor în managementul marketingului*, numit ELEMENTE ALE MIXULUI DE MARKETING, care conține: disciplina „*Comunicația integrată de marketing*” la alegere cu disciplina „*Strategii de marcă*”, oferind masteranzilor posibilitatea aprofundării fie a politicii de produs fie a celei de comunicație, în cadrul mixului de marketing.

Programul de masterat științific are ca obiectiv dezvoltarea capacității de cercetare științifică la un înalt nivel și a competențelor în managementul marketingului, pentru admiterea la Școala Doctorală în domeniul Marketing, la Universitatea TRANSILVANIA din Brașov.

Traseele prezentate și pachetele opționale care definesc competențe complementare programului de masterat conțin deseori discipline având un caracter complementar domeniului sau domeniilor principale pe care se bazează.

Disciplinele de natură juridică, din domeniul comunicării, psihologiei, informaticii, statisticii, previziunii – sunt cele care asigură caracterul interdisciplinar al programelor de masterat.

Interdisciplinaritatea în cadrul programelor de masterat este asigurată într-o oarecare măsură de către disciplinele fundamentale, de cele de specialitate, și în cea mai mare măsură de cele complementare domeniului principal de al programului de licență pe care îl aprofundează.

Disciplinele care contribuie semnificativ la caracterul interdisciplinar al programelor de masterat sunt prezentate în tabelul următor, fiind marcate italic disciplinele care se desfășoară cu infrastructura de cercetare a platformei ASPECKT.

Programul de studii masterat	Caracterul interdisciplinar în structura planului de învățământ			
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
<i>Comert- Marketing (aprofundare)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Modele de comportamente de consum</i> ▪ Management comercial 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sisteme de comunicare în afacerile comerciale ▪ <i>Realizarea și managementul proiectelor</i> ▪ <i>Metode calitative de studiere a pieței</i> ▪ Strategii financiare pentru afaceri 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Cyber-marketing</i> ▪ <i>Tehnologii informatice în comerț și marketing</i> ▪ <i>Analiza datelor de marketing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proiect / Practica de cercetare științifică ▪ Pregătirea Lucrării de Disertație
<i>Administrarea afacerilor în turism (aprofundare)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategii financiare pentru afaceri ▪ Strategii de marketing ▪ Comunicare în afaceri ▪ <i>Produse informatice pentru analiza datelor</i> ▪ Comunicare de afaceri în limbă străină 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketing în turism și industria ospitalității ▪ Legislație în turism ▪ Marketingul destinației turistice ▪ Comunicare de afaceri în limba engleză / franceză 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Analiza datelor de marketing</i> ▪ Managementul proiectelor europene ▪ Corespondență comercială în limba engleză / franceză 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proiect de cercetare științifică ▪ Elaborarea lucrării de disertație
<i>Management și strategii de afaceri (aprofundare)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contabilitate managerială ▪ <i>Metode de previziune economică</i> ▪ <i>Produse informatice pentru analiza datelor</i> ▪ Drept comercial 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Strategii financiare pentru afaceri/ Managementul proiectelor</i> ▪ Comunicare în afaceri 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Simularea proceselor economice</i> ▪ <i>Managementul proiectelor europene</i> ▪ Afaceri internaționale 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proiect de cercetarea științifică ▪ Elaborarea lucrării de disertație
<i>Relatii economice internationale (aprofundare)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketing și afaceri globale ▪ <i>Statistica pentru afaceri internationale</i> ▪ Istoria construcției europene ▪ Managementul resurselor umane la nivel internațional ▪ Contabilitate internațională ▪ E-Business 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Managementul afacerilor internaționale ▪ Contracte și arbitraj comercial internațional ▪ Drept comercial în Uniunea Europeană 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Metode cantitativ calitative de studiere a pietelor</i> ▪ Geopolitica ▪ Piețe internaționale de capital ▪ Gestiunea portofoliului ▪ Comunicarea în afaceri internaționale 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pregătirea lucrării de disertație ▪ Proiect de cercetare științifică

Programul de studii masterat	Caracterul interdisciplinar în structura planului de învățământ			
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
<i>Management financiar bancar</i> (aprofundare)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Econometrie financiară</i> ▪ <i>Macroeconomie monetară</i> ▪ <i>Investiții financiare și gestiunea portofoliului</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Metode și tehnici de evaluare</i> ▪ <i>Drept financiar- bancar</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Modelarea deciziei financiare și de gestiune</i> ▪ <i>Analiză și diagnostic financiar</i> ▪ <i>Analiza performanțelor economico financiare ale firmei</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Proiect de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>
<i>Politici contabile, audit și control de gestiune</i> (aprofundare)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Sisteme informatice integrate – implementare și audit</i> ▪ <i>Politici economice europene</i> ▪ <i>Comportament organizațional</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Analiză economico-financiară aprofundată</i> ▪ <i>Statistică aplicată în afaceri</i> ▪ <i>Metodologii internaționale privind evaluarea entității</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Modelarea și simularea deciziei financiare și de gestiune</i> ▪ <i>Tehnici de optimizare fiscală</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Proiect de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>
<i>Audit intern</i> (interdisciplinar, complementar)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Managementul organizațiilor publice</i> ▪ <i>Contabilitate publică</i> ▪ <i>Guvernanța corporativă</i> ▪ <i>Politici financiare publice</i> ▪ <i>Auditul sistemelor informatice</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Auditul intern și analiza riscurilor</i> ▪ <i>Standarde internaționale de raportare financiară</i> ▪ <i>Metode statistice în audit</i> ▪ <i>Contracte și arbitraj commercial</i> ▪ <i>Drept administrativ</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Auditul performanței</i> ▪ <i>Metodologia auditului intern. Studii de caz</i> ▪ <i>Modele econometrice în auditul intern</i> ▪ <i>Managementul proiectelor</i> ▪ <i>Marketingul instituțiilor publice</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Practică de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>
<i>Strategii de marketing</i> (de cercetare științifică)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Microeconomie avansată</i> ▪ <i>Optimizarea deciziei în procesele economice</i> ▪ <i>Statistică aplicată în afaceri</i> ▪ <i>Activitate de cercetare științifică I „Analiza mix-ului de marketing”</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Tehnici moderne de Data-Mining</i> ▪ <i>Cercetări calitative de marketing</i> ▪ <i>Activitate de cercetare științifică II „Strategii ale mix-ului de marketing”</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Cercetări cantitative de marketing</i> ▪ <i>Analiză multivariată a datelor de marketing</i> ▪ <i>Metode moderne de previziune și simulare în marketing</i> ▪ <i>Internet Marketing</i> ▪ <i>Activitate de cercetare științifică III „Proiecte complexe privind cercetarea fenomenelor de piață”</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Practică de cercetare științifică</i> ▪ <i>Elaborarea lucrării de disertație</i>

Anexa 8

Descrierea caracterului interdisciplinar al PFCI:

Activitatea de cercetare științifică

CENTRALIZATORUL DATELOR PRIVIND CERCETAREA ȘTIINȚIFICĂ DESFĂȘURATA

Nr. crt.	Teme de cercetare științifică de la obținerea autorizării provizorii, inclusiv anul care precede evaluarea externă în vederea acreditării (datele suport ale centralizatorului se prezintă în formatul electronic de raportare anuala la CNCSIS)	Modul de finanțare *	Valoare realizată	
			An univ.	lei
1	PLATFORMA LABORATOR DE ANALIZE STATISTICE ȘI PREVIZIUNE A FENOMENELOR ECONOMICO-SOCIALE ȘI CERCETĂRI DE MARKETING – ASPEKT	CNCSIS NR. 76/2006	2006- 2008	384.660 lei
2	MODELAREA MATEMATICĂ A UNOR DEZECHILIBRE SPECIFICE ECONOMIILOR ÎN TRANZIȚIE	CNCSIS TIP A NR 415/2006	2006- 2007	30.000 lei
3	OPTIMIZAREA SISTEMULUI DE FINANȚARE, PRODUCȚIE ȘI DISTRIBUȚIE A SERVICIILOR DE SĂNĂTATE PENTRU CETĂȚENII EUROPENI	CEEX Modulul I P-CD NR.305/2005	2005- 2008	100.000 lei
4	ARMONIZAREA CALIFICĂRILOR CU OFERTA DE PREGĂTIRE A RESURSELOR UMANE DIN ROMÂNIA ÎN CONTEXTUL SPAȚIULUI EUROPEAN AL ÎNVĂȚĂMÂNTULUI SUPERIOR PENTRU ASIGURAREA EURO-CARIERELOR PROFESIONALE	CEEX Modulul III; TIP:P-INT-VIZ eCARRU	2006- 2008	40.000 lei
5	MODELUL SISTEMULUI INFORMATIONAL NATIONAL PENTRU CARACTERIZAREA NOII ECONOMII IN ROMANIA - SINER	CEEX Modulul III; TIP: P-CD Nr. 2-CEx06-8- 65/26.07.06	2006- 2008	94.867 lei
6	„UNI-C - STRATEGII, SISTEME, METODE SI INSTRUMENTE PENTRU MANAGEMENTUL CUNOASTERII IN UNIVERSITATI”	CEEX Modulul III; TIP: P-CD Nr. 645 / 1 28.07.2006	2006- 2008	150.000 lei
7	EFICIENTIZAREA COMUNICĂRII ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ DIN JUDEȚUL BRASOV PRIN INTERMEDIUL UNUI PORTAL DE COMUNICARE	CNCSIS AT Tema 3, Cod CNCSIS 58	2006- 2007	25000 lei

8	PROMOVAREA PARTENERIATULUI eCEL PENTRU DEZVOLTAREA PROGRAMELOR DE INVATARE CONTINUA IN VIZIUNEA ECONOMIEI BAZATE PE CUNOASTERE	CEEX MODUL-3 NR. 229/2006	2006- 2008	55.800 lei
9	EVOLUȚIA INTEGRĂRII EUROPENE - Contract de cercetare internațional Jean Monnet – European Module	Agreement n. 2007-1501/001- 001 JEA- JECHA	2007- 2010	26.500 euro
Rezultate – sintetic			880.327 lei	

Propuneri în 2008:

1. Proiect de cercetare exploratorie PN-II-ID-PCE-2008-2, **“UTILIZAREA TEHNICILOR SI INSTRUMENTELOR DE MARKETING SI CERCETARI DE PIATA IN DOMENIUL SERVICIILOR MEDICALE”** – coordonator Prof. dr. Brătucu Gabriel

Lista membrilor echipei de cercetare: prof. dr Bratucu Gabriel, prof. dr Ispas Ana, lect. dr. Tecau Corneliu Marius, lect. dr. Chitu Ioana Bianca, lect. dr. Tecau Alina, asist. drd. Falup-Pecurariu Cristian.

Acest proiect are in vedere descoperirea celor mai eficiente instrumente si tehnici de marketing ce pot fi utilizate in domeniul sanitar. Proiectul va demara cu realizarea unei serii de cercetări de marketing cantitative si calitative menite să identifice acele aspecte complementare actului medical efectiv dar care contribuie la evaluarea serviciilor medicale de catre pacient si va incerca sa delimiteze acele componente ce pot fi modificate cu resurse financiare mici dar pot conduce la cresterea gradului de satisfactie in ceea ce priveste serviciile medicale. Cercetarile vor avea de asemenea in vedere identificarea metodelor si mijloacelor de reducere a disonantei cognitive dupa realizarea actului medical. Pe baza rezultatelor obtinute se vor realiza si propune o serie de strategii de marketing ce pot fi utilizate de spitale sau alte entitati ce activează in domeniul serviciilor medicale, menite sa contribuie la formarea unei atitudini pozitive a pacientilor pentru serviciile medicale oferite de unitatile de profil din România, cresterea gradului de incredere in medicina si personalul sanitar. Rezultatele cercetarilor vor fi publicate in cadrul unui volum si diseminate printr-o serie de manifestari stiintifice precum participarea la conferinte nationale si internationale, *organizarea unei conferinte internationale pe domeniul marketingului sanitar.*

2. Proiect PN II – IDEI 2008 **“ÎMBUNATATIREA MODALITATILOR DE SELECTIE A PROIECTELOR DE INVESTITII PUBLICE LOCALE, IN VEDEREA ASIGURARII DEZVOLTARII SUSTENABILE A COMUNITATILOR LOCALE”** - coordonator lect. dr. Dinca Gheorghita

Lista membrilor echipei de cercetare: conf. dr. Dinca Marius, prof. dr. Tache Ileana, lect. dr. Baba Mirela, asist. drd. Keul Melinda.

Prin proiectul “Îmbunatatirea modalitatilor de selectie a proiectelor de investitii publice locale in vederea asigurarii dezvoltarii sustenabile a comunitatilor locale”, ne-am propus sa elaboram un model de selectie a proiectelor de investitii publice locale, luând in considerare o serie de factori cantitativi si calitativi care sa conduca la o alocare cat mai optima a resurselor financiare.

Totodata se doreste cresterea transparentei procesului decizional, implicarea contribuabililor si alegatorilor in problemele colectivitatii, precum si *inceheierea unui parteneriat intre administratia publica locala a municipiului brasov si Facultatea de Stiinte Economice, care prevede implicarea mediului academic in proiectele economice ce vor fi derulate in cadrul comunitatii noastre.*

3. Proiect PN-II-ID-PCE-2008-2, **“PROGRAM DE INFORMARE SI EDUCARE A POPULATIEI PENTRU O ALIMENTATIE SANATOASA SI PENTRU CUNOASTEREA DREPTURILOR DE CONSUMATOR”**, coordonator lect. dr. Madar Anca

Lista membrilor echipei de cercetare: prof. dr. Duguleana Lilana, lect. dr. jur. Gheorghe Carmen, lect. dr. Neacsu Andreea, asist. drd. Muresan Laura, drd. Potincu Cristian.

Proiectul isi propune sa realizeze un program de informare si educare a populatiei brasovene cu privire la securitatea si siguranta alimentara, alimentatia sanatoasa, precum si la drepturile consumatorilor.

Pentru a se realiza obiectivele proiectului se face mai intai o analiza comparativa a conceptelor teoretice in aceste domenii pe plan national si in uniunea europeana. partea practica a proiectului (si noutatea acestuia) va consta intr-o cercetare de marketing, realizata asupra unor grupuri tinta ale populatiei brasovene, cercetare prin care sunt identificate acele informatii care nu sunt cunoscute sau nu sunt intelese suficient de catre cetateni. in acest fel, programul de informare si educare propus prin proiect va aduce exact informatiile necesare si exact acelor grupuri carora le sunt necesare, contribuind astfel la imbunatatirea stadiului de cunoastere a populatiei pe tema propusa.

Realizarea programului de informare si educare a cetatenilor brasoveni se va face prin realizarea unui site informativ, publicarea si difuzarea de pliante care sa contina informatii necesare, precum si prin participarea la conferinte si realizarea de carti si articole pe tema propusa. scopul acestui proiect este de a face oamenii sa inteleaga legatura dintre o alimentatie sanatoasa si o sanatate buna, astfel incat in timp, sa scada numarul celor care se imbolnavesc datorita unei alimentatii nesanoase si sa isi cunoasca mai bine drepturile de consumator pentru a putea beneficia in mai mare masura de acestea. *Se subliniază puternicul caracter interdisciplinar al acestui proiect datorat problemelor diverse pe care le abordeaza si echipei de cercetare care acopera mai multe domenii de studiu.*

4. Proiect PN-II-ID-PCE-2008-2, **„TRANSFERUL DE COMPETENTE IT IN AFARA MEDIULUI ROMANESC. STRATEGII CU EFECTE RETENTIVE ASUPRA RESURSEI UMANE IT LA NIVEL NATIONAL”**, coordonator lect. dr. Drumea Cristina

Lista membrilor echipei de cercetare: prof dr. Foris Tiberiu, lect dr. Dinca Gheorghita, asist drd. Keul Melinda, asist drd. Daj Alexis.

Proiectul porneste de la ipoteza unui flux pozitiv de resursa umana (RU) inalt calificata din domeniul it catre medii economice din afara spatiului romanesc, cu efecte profund negative asupra acestuia din urma, in termeni de oportunitati nevalorificate si competitivitate reduca. prin urmare, un prim obiectiv al proiectului este determinarea motivatiei personale a specialistilor it care au parasit tara sau se pregatesc sa o faca, stabilirea ponderii criteriilor economice, sociale, de implinire personala in aceasta decizie si acumularea de date pentru etapele ulterioare.

Pentru aceasta, la nivel de entitate, consideram utila evaluarea masurii in care strategiile de mru influenteaza indicatorii de performanta ai entitatii precum si competitivitatea, chiar perenitatea acesteia. În consecinta, se vor formula raspunsuri concretizate in strategii la nivel de entitate privind ameliorarea absorbtiei si retentiei de ru in sectorul cercetat.

Obiectivul principal este *identificarea de solutii la nivel de politica guvernamentala pentru motivarea specialistilor din domeniu de a activa in entitati românești, precum si elaborarea de initiative legislative menite sa incurajeze retentia specialistilor si dezvoltarea neingradita a domeniului.*

5. Proiect PN-II-ID-PCE-2008-2, **„RESPONSABILITATEA SOCIALA CORPORATISTA (RSC) A COMPANIILOR STRAINE DIN ROMANIA. ANALIZA DISTORSIUNILOR DE COMPORTAMENT CORPORATIST. APLICAREA RSC PENTRU O COMPETITIE ECHITABILA SI SUSTENABILA”**, coordonator lect. dr. Drumea Cristina

Lista membrilor echipei de cercetare: prof dr. Foris Tiberiu, lect dr. Dinca Gheorghita, asist drd. Keul Melinda, asist drd. Daj Alexis.

Patrunderea pe piata romaneasca a marilor companii straine a initiat in perceptia publicului autohton o serie de expectatii cu privire la comportamentul lor. intrarea nu a dus, asa cum era de asteptat, la imbunatatirea mediului de afaceri ba, dimpotriva, este aparent ca s-a produs o asimilare a nedoritelor comportamente corporatiste oarecum specifice unei mari parti din actorii economici si comerciali din România.

Intersectia dintre afaceri si etica este studiata si formalizata in cadrul conceptului de responsabilitate sociala corporatista (Corporate Social Responsibility). acesta pune la dispozitie baza instrumentala de masurare, analiza si comparare a comportamentului corporatist. acest proiect isi propune sa identifice si sa cuantifice diferentele in comportamentul companiilor straine pe piata romaneasca in comparatie cu cel din piata de origine precum si sa evalueze impactul economic al acestui comportament asupra, pe de-o parte, profitabilitatii si, pe de alta parte, asupra actorilor economici români. Se vor determina ipotezele de lucru care sa fie confirmate sau infirmate ulterior, in urma analizei datelor obtinute prin chestionare, interviuri, cercetare a documentelor contabile si a declaratiilor pentru autoritatile publice. *Se intentioneaza cuprinderea in studiu a celor mai importante companii straine cu prezenta semnificativa in România.*

Anexa 9

UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV PLATFORMA ASPECKT

LISTA ECHIPAMENTELOR PROPUSE A FI ACHIZITIONATE PE BAZA BUGETULUI DIN 2007

– etapa a II-a de finanțare - anul 2007 –

Valoare prevăzută: 30.456 RON (aprox. 9000 euro)

Achizitii calculatoare portabile (laptop): **10 bucăți**
Valoare estimată/bucată: 900 euro

Caracteristici solicitate pentru laptop-uri:

Laptop – marca: Sony Vaio, HP, Acer, Toshiba

- Intel Pentium Mobile M Processor 740, 745 sau 760 (Centrino) (minim, 2Ghz)
- Minim 15,4"- maxim 17"; TruBrite WXGA Widescreen Display
- Memorie (2x512Mb) 1024 Mb DDR2 SDRAM
- HDD: 120GB (5400 rpm -7000 rpm) SATA-100
- SuperMulti DVD Double Layer Drive
- 56k Modem; Mini-PCI Wireless Card, 802.11 b/g/ Wireless
- Windows XP Professional Edition
- Placa video separata, ATI X600 de 128 Ram sau ATI MOBILITY RADEON X700, 128MB dedicată
- Maxim 3,5 kg
- Porturi (3 USB 2.0 ports, IEEE 1394 (small firewire port), 6-in-1 Media Adapter, VGA out, Standard microphone and headphone jacks (plasate in fata), RJ-11 modem port, RJ-45 ethernet port, kensington security lock, PCMCIA slot for accessory expansion, S-Video out, Memory Stick,
- Baterie: 71W Li-Ion, 8 celule, 3.5 ore
- Mouse: Wireless Bluetooth optical mouse
- acumulator baterie
- Geanta transport laptop
- Software: Windows XP Professional, NORTON ANTIVIRUS

Brasov, 10.06.2007

RECTOR,
Prof. dr. ing. Ion VISA

DIRECTOR ECONOMIC,
Ec. Lucreția TODOR

DIRECTOR PLATFORMĂ,
Prof. dr. Liliana DUGULEANĂ

Anexa 10

Acorduri de colaborare și parteneriate în cadrul proiectelor de cercetare științifică

Wrocław, Jan. 30, 2008.



Dear Lady/Sir

The International Project Management Association (IPMA) is the world's oldest and one of two largest project management organization. It is an international network of national project management societies – about 60 000 members in almost 50 countries.

IPMA Research Management Board is a body, responsible for realization of IPMA research policy. One of the most important new products of IPMA Research Management Board is the International Academic Network (IAN). This is an informal organization, which objective is development and consolidation of the transnational research and education in project management area, in order to achieve a synergy effect and a real growth of this domain.

On behalf of IPMA RMB it is my privilege to invite your university/department to take part in IAN activities. Hereby the short declaration to fill in if appropriate. There are any duties for your university related to the participation in IAN.

By the end of March I will send you a detailed plan of IAN activities with deliverables.

At the same time, I kindly ask you to fill in the short questionnaire, concerning IPMA activities.

Best regards,

Dr Jan Betta,

IPMA RMB member,

The IAN Project Manager

DECLARATION

On behalf of the Rector of the *Transilvania University Brasov* I declare the interest of our establishment to participate in IPMA International Academic Network Activities.

Name: Professor Constantin Duguleana, PhD

Function: Vice-Rector

Place: Brasov

Date: February 20, 2008

ACORD DE PARTENERIAT

Număr înregistrare 3996/19.03.2008

Art. 1. Părțile

1. SC SAN SOFTWARE SRL, cu sediul în STR. VULCAN, NR.31, BRAȘOV, COD 500188, CIF RO 10770171, - **partener principal**,
2. UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV, cu sediul în STR. B-DUL EROILOR, NR.29, BRAȘOV, COD 500036, CIF RO 4317754 - **partener 1**,
3. SC ENNA CHER SRL, cu sediul în STR. PLEVNEI, NR.2A, CODLEA, BRAȘOV, COD 505100, CIF RO 7111391, - **partener 2**
4. SC ASCONT SRL, cu sediul în STR. LAMÂIȚEI, NR.66, BL.93, SC. B, AP18, BRAȘOV, COD 500371, CIF RO 11486314, - **partener 3**

au convenit următoarele:

Art. 2. Obiectul

Obiectul acestui parteneriat este de a implementa împreună proiectul: **TEHNOLOGIA INFORMAȚIEI ÎN VEDEREA FORMĂRII PROFESIONALE, A DEMARĂRII ȘI REORGANIZĂRII AFACERILOR**, numărul **1367**, care este depus în cadrul cererii de propuneri de proiecte: **9 Fii Întreprinzător**.

Din punctul de vedere al contractului de finanțare, parteneriatul nu este o relație de afaceri ci o relație între două sau mai multe organizații, care implică distribuirea responsabilităților apărute în timpul dezvoltării unui proiect.

Cererea de finanțare și anexele sale sunt parte integrantă acestui acord.

Art. 3. Roluri și responsabilități în implementarea proiectului

3.1. Rolurile și responsabilitățile sunt descrise în tabelul de mai jos și corespund prevederilor cererii de finanțare – care reprezintă documentul principal în stabilirea acestor aspecte ale parteneriatului:

Organizația	Roluri și responsabilități în proiect
Partener principal	Partenerul principal va participa la toate activitățile proiectului, cele mai importante fiind: - se va ocupa de implementarea unei infrastructuri tehnologice (ERP) prin care beneficiarii proiectului sa poată realiza gestiunea economică a afacerilor on-line; - va organiza cursuri pentru instruirea persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă și a celor care doresc să inițieze o afacere în ceea ce privește utilizarea unui pachet de sisteme informatice de tip ERP; - va organiza un seminar în vederea transmiterii unor exemple de bună practică de către specialiști din cadrul unor firme transnaționale;
Partener 1.	În cadrul proiectului Partenerul 1, prin platforma de cercetare ASPECKT, va realiza două cercetări de marketing cu scopul identificării nevoilor locale și regionale, pe piața muncii și privind oportunitățile antreprenoriale în activități noi, identificarea cererii de competențe necesare pentru creșterea competitivității, etc. Pentru realizarea acestei cercetări, împreună cu partenerul principal, Partenerul 1 va realiza chestionarele, va realiza recrutarea operatorilor de interviu, va stabili dimensiunea eșantionului și metodele de eșantionare, va supraveghea culegerea datelor și va realiza analiza și interpretarea rezultatelor. Tot partenerul 1 va redacta materialele pentru publicarea rezultatelor cercetării în cadrul unei reviste și va supraveghea tipărirea și difuzarea acesteia .

.....
Semnături

Partener principal	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze Ing. MUNTEAN NICOLAE ADMINISTRATOR	Semnătură	Data și locul 19.03,2008 BRAȘOV
Partener 1.	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze Prof. univ.dr.ing.ION VIȘA RECTOR	Semnătură	Data și locul 19.03,2008 BRAȘOV
	Prof. univ. dr. LILIANA DUGULEANA Director platformă ASPECKT	Semnătură	
Partener 2.	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze dr.ec TECĂU ALINA SIMONA ADMINISTRATOR	Semnătură	Data și locul 19.03,2008 BRAȘOV
Partener 3.	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze Ec. APREOTESEI DAN ADMINISTRATOR	Semnătură	Data și locul 19.03,2008 BRAȘOV



ACORD DE PARTENERIAT

Număr înregistrare 3997/19.03.2008

Art. 1. Părțile

1. SC SAN SOFTWARE SRL, cu sediul în STR. VULCAN, NR.31, BRAȘOV, COD 500188, CIF RO 10770171, - **partener principal**,
2. UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV, cu sediul în STR. B-DUL EROILOR, NR.29, BRAȘOV, COD 500036, CIF RO 4317754 - **partener 1**,
3. SC ENNA CHER SRL, cu sediul în STR. PLEVNEI, NR.2A, CODLEA, BRAȘOV, COD 505100, CIF RO 7111391, - **partener 2**
4. SC ASCONT SRL, cu sediul în STR. LAMÂIȚEI, NR.66, BL.93, SC. B, AP18, BRAȘOV, COD 500371, CIF RO 11486314, - **partener 3**

au convenit următoarele:

Art. 2. Obiectul

Obiectul acestui parteneriat este de a implementa împreună proiectul: **TEHNOLOGIA INFORMAȚIEI ÎN VEDEREA FORMĂRII PROFESIONALE, A DEMARĂRII ȘI REORGANIZĂRII AFACERILOR DE CĂTRE FEMEI**, numărul **1813**, care este depus în cadrul cererii de propuneri de proiecte: **16 Șanse egale și respect**.

Din punctul de vedere al contractului de finanțare, parteneriatul nu este o relație de afaceri ci o relație între două sau mai multe organizații, care implică distribuirea responsabilităților apărute în timpul dezvoltării unui proiect.

Cererea de finanțare și anexele sale sunt parte integrantă acestui acord.

Art. 3. Roluri și responsabilități în implementarea proiectului

3.1. Rolurile și responsabilitățile sunt descrise în tabelul de mai jos și corespund prevederilor cererii de finanțare – care reprezintă documentul principal în stabilirea acestor aspecte ale parteneriatului:

Organizația	Roluri și responsabilități în proiect
Partener principal	Partenerul principal va participa la toate activitățile proiectului, cele mai importante fiind: - se va ocupa de implementarea unei infrastructuri tehnologice (ERP) prin care beneficiarii proiectului sa poată realiza gestiunea economică a afacerilor on-line; - va organiza cursuri pentru instruirea persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă și a celor care doresc să inițieze o afacere în ceea ce privește utilizarea unui pachet de sisteme informatice de tip ERP; - va organiza un seminar în vederea transmiterii unor exemple de bună practică de către specialiști din cadrul unor firme transnaționale;
Partener 1.	În cadrul proiectului Partenerul 1, prin platforma de cercetare ASPECKT, va realiza două cercetări de marketing cu scopul identificării nevoilor locale și regionale, pe piața muncii și privind oportunitățile antreprenoriale în activități noi, identificarea cererii de competențe necesare pentru creșterea competitivității, etc. Pentru realizarea acestei cercetări, împreună cu partenerul principal, Partenerul 1 va realiza chestionarele, va realiza recrutarea operatorilor de interviu, va stabili dimensiunea eșantionului și metodele de eșantionare, va supraveghea culegerea datelor și va realiza analiza și interpretarea rezultatelor. Tot partenerul 1 va redacta materialele pentru publicarea rezultatelor cercetării în cadrul unei reviste și va supraveghea tipărirea și difuzarea acesteia .

.....

Semnături

Partener principal	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze Ing. MUNTEAN NICOLAE ADMINISTRATOR	Semnătură	Data și locul 19.03.2008 BRAȘOV
Partener 1.	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze Prof. univ.dr.ing.ION VIȘA RECTOR Prof. univ. dr. LILIANA DUGULEANA Director platforma ASPECKT	Semnătură Semnătură	Data și locul 19.03.2008 BRAȘOV
Partener 2.	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze Dr.ec.TECĂU ALINA SIMONA ADMINISTRATOR	Semnătură	Data și locul 19.03.2008 BRAȘOV
Partener 3.	Numele și funcția persoanelor autorizate să semneze Ec. APREOTESEI DAN ADMINISTRATOR	Semnătură	Data și locul 19.03.2008 BRAȘOV

