

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

al promoției 2024 - 2027

Universitatea Transilvania din Brașov

**Programul de studii
universitare de licență**

MARKETING

Domeniul fundamental

Științe sociale

Domeniul de licență

Marketing

Facultatea

**Facultatea de Științe economice și administrarea
afacerilor**

Durata studiilor:

3 ANI

Forma de învățământ:

cu frecvență

1. OBIECTIVE DE FORMARE ȘI COMPETENȚE

Obiectivul general al programului de studii: formarea unor specialiști în domeniul marketingului, capabili să-și asume un rol activ în viața organizațiilor, prin rezolvarea unor probleme specifice ale acestora în relația cu piața.

Competențele profesionale și transversale obținute de absolvenți le permite angajarea pe piața muncii, în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor, în calificarea "Licențiat în științe economice - Marketing", ocupațiile de bază: Specialist marketing (cod COR 243103); Manager de produs (Cod COR 243104)

Profilul de competențe dezvoltat în concordanță cu nevoile identificate pe piața muncii și cu cadrul național al calificărilor, precum și rezultatele învățării asociate acestor competențe sunt prezentate sintetic mai jos.

Prezentarea detaliată a acestora se regăsește în fișele disciplinelor din planul de învățământ.

Competențe profesionale și rezultate ale învățării

Cp.1 Aplică strategii de marketing aferent platformelor de comunicare socială

R.Î. 1.1 Absolventul definește corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele de comunicare de marketing

R.Î. 1.3 Absolventul aplică metodele, tehnicile și instrumentele specifice activității de marketing pe platformele de comunicare socială

Cp.2 Aplică gândire strategică

R.Î. 2.1. Absolventul realizează studii comparative și evaluează critic metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în activitatea de marketing a organizației

R.Î. 2.2 Absolventul este capabil să proiecteze strategii de marketing

Cp.3 Desfașoară strategii de creare de nume de marcă

R.Î. 3.1 Absolventul este capabil să propună strategii de creare și impunere a mărcii

Cp.4 Realizează analiza vânzărilor

R.Î. 4.1 Absolventul este capabil să descrie și să explice tehnicile de vânzare și instrumentele specifice de comunicare

Cp.5 Înțelege terminologia financiar-bancară

R.Î. 5.1 Absolventul este capabil să descrie și să explice principalele concepte financiar-bancare

Cp.6 Coordonează campanii publicitare

R.Î. 6.1 Absolventul aplică diferite instrumente pentru conceperea politicilor și strategiilor de promovare

R.Î. 6.2 Absolventul este capabil să coordoneze campaniile promoționale ale organizației

Cp.7 Absolventul creează un buget anual de marketing

R.Î. 7.1 Absolventul este capabil să propună un buget de marketing bazat pe resurse și cheltuieli

Cp.8 Elaborează orientări specifice brandului

R.Î. 8.1 Absolventul este capabil să stabilească strategii de marketing specifice brandului

Cp.9 Definește identitatea mărcii

R.Î. 9.1 Absolventul este capabil să identifice elementele distinctive ale unui brand de succes

Cp.10 Elaborează planul de comunicare online al mărcii

R.Î. 10.1 Absolventul este capabil să propună un plan de promovare a mărcii în mediul online

Cp.11 Planifică activitatea de marketing

R.Î. 11.1 Absolventul proiectează programe de marketing specifice fiecărei componente a mix-ului de marketing

Cp.12 Deține competențe informatice

R.Î. 12.1 Absolventul folosește sisteme informatice în activități de marketing

Cp.13 Identifică noi oportunități de afaceri

R.Î. 13.1 Absolventul analizează și evaluează piața produsului de referință și piața organizației

Cp.14 Implementează strategii de marketing

R.Î. 14.1 Absolventul aplică diferite instrumente pentru conceperea politicilor și strategiilor de produs, preț, distribuție și promovare

Cp.15 Implementează strategii de vânzări

R.Î. 15.1 Absolventul analizează și evaluează tehnicile de vânzare și stabilește strategiile de vânzări în concordanță cu obiectivele organizației

Cp.16 Administrează procesul de planificare strategică al mărcii

R.Î. 16.1 Absolventul stabilește și coordonează planul de promovare a mărcii

Cp.17 Păstrează înregistrări financiare

R.Î. 17.1 Absolventul este capabil să monitorizeze și să analizeze bugetul anual de marketing

Cp.18 Administrează bunurile de marcă

R.Î. 18.1 Absolventul este capabil să gestioneze elementele care dau valoare mărcii

Cp.19 Gestionează personal

R.Î. 19.1 Absolventul este capabil să conducă echipe de implementare a activităților de marketing

Cp.20 Realizează analiza mărcii

R.Î. 20.1 Absolventul este capabil să conducă cercetări de marketing cu privire la aprecierile consumatorilor cu privire la marca produselor

Cp.21 Realizează analiza nevoilor consumatorilor

R.Î. 21.1 Absolventul este capabil să analizeze comportamentul consumatorilor și să identifice nevoile acestora

Cp.22 Efectuează cercetare de piață

R.Î. 22.1 Absolventul culege, evaluează și prelucrează date privind piața-țintă și clienții pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiile de fezabilitate. Identifică tendințele pieței.

Cp.23 Elaborează campanii de marketing

R.Î. 23.1 Absolventul analizează, evaluează și propune campanii specifice de marketing în concordanță cu obiectivele organizației

Cp.24 Selectează canalele de distribuție optime

R.Î. 24.1 Absolventul definește și descrie elementele specifice canalele de distribuție

R.Î. 24.2 Absolventul este capabil să selecteze cele mai bune canale de distribuție pentru produsele organizației

Cp.25 Stabilește poziționarea pe piață a mărcii

R.Î. 25.1 Absolventul realizează cercetări de marketing privind poziția mărcii pe piață

Cp.26 Stimulează creativitatea la nivelul echipei

R.Î. 26.1 Absolventul aplică tehnici de motivare a echipei și de încurajare a creativității

Cp.27 Organizează sesiuni de brainstorming

R.Î. 27.1 Absolventul este capabil să organizeze sesiuni de brainstorming pentru identificarea unor idei noi pentru dezvoltarea activității de marketing

Cp.28 Dezvoltă idei creative

R.Î. 28.1 Absolventul este capabil să selecteze cele mai bune idei rezultate din sesiunile de brainstorming

Cp.29 Dezvoltă rețele profesionale

R.Î. 29.1 Absolventul asigură comunicarea și cooperarea cu toate entitățile și echipele din cadrul organizației și din afara acesteia

Cp.30 Face prezentări în direct

R.Î. 30.1 Absolventul este capabil să prezinte produsele firmei și avantajele oferite de acestea pentru clienți

Cp.31 Identifică nevoile clienților

R.Î. 31.1 Absolventul este capabil să realizeze cercetări de marketing în rândul clienților

Cp.32 Asigură legătura cu agențiile de publicitate

R.Î. 32.1 Absolventul este capabil să comunice și să stabilească toate detaliile colaborării cu agențiile de publicitate

Cp.33 Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime

R.Î. 33.1 Absolventul este capabil să prezinte produsele firmei și să ajute clienții în alegerea produselor care satisfac nevoile acestora

Competențe transversale și rezultate ale învățării

Ct1.Efectuează calcule

R.Î.1.1. Absolventul elaborează calcule pentru diferite situații alternative (variante decizionale) în alocarea de resurselor;

Ct2. Respectă reglementările

R.Î.2.1. Absolventul este capabil să îndeplinească sarcinile specifice domeniului de activitate respectând deontologia profesională

Ct3. Dă dovadă de dorință de învățare

R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să identifice oportunitățile de formare continuă pentru dezvoltarea carierei profesionale.

R.Î. 3.2 Absolventul utilizează eficient resursele și tehnicile de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.

Ct4. Lucrează în echipe

R.Î. 4.1. Absolventul aplică tehnici de relaționare și muncă eficiente pentru îndeplinirea sarcinilor specifice.

R.Î. 4.2. Absolventul este capabil să își asume responsabilitatea unor sarcini într-o echipă plurispecializată.

Ct5. Demonstrează spirit antreprenorial

R.Î.5.1. Absolventul acordă consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților

R.Î.5.2. Absolventul rezolvă probleme simple, bine definite, asociate vânzării produselor, prin consilierea clientului în luarea deciziei de cumpărare

Ct6. Aplică cunoștințe în domeniul științelor sociale și umaniste

R.Î. 6.1. Absolventul dispune de cunoștințe socio-umane care îl pot ajuta în realizarea sarcinilor profesionale

2. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNI A ANULUI UNIVERSITAR

Număr de semestre: 2

Număr de credite pe semestru: 30*

Număr de ore de activități didactice /săptămână: 23-27

Numărul de săptămâni pe ani de studii:

	Activități didactice		Sesiuni de examene			Practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Restanțe		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	14	14	3	4	3		3	1	10
Anul II	14	14	3	4	3	84 ore (6 ore/ săptămână)	3	1	10
Anul III	14	14	2	2	1		3	1	-

*La disciplina Educație fizică și sport se acordă un credit pe semestru, suplimentar față de cele 30 de credite.

3. ASIGURAREA FLEXIBILIZĂRII INSTRUIRII. CONDIȚIONĂRI

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale și discipline facultative. Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse începând cu semestrul al doilea și sunt grupate în discipline opționale sau pachete opționale, care completează traseul de specializare a studentului. Alegerea traseului se face de către student în anul universitar anterior derulării disciplinelor sau pachetelor de discipline opționale (cu excepția opțiunilor pentru semestrul al II-lea, care se exprimă în semestrul I).

Disciplinele opționale reprezintă 10 % din totalul orelor Planului de învățământ. Aceste discipline opționale sunt prevăzute în semestrele III, IV, V și VI fiind incluse în Planul de învățământ sub forma a două pachete opționale, P1 și P2, care definesc traseul studentului. Alegerea traseului (respectiv a pachetului P1 sau P2) se face de către student înainte de începerea semestrului III.

- Pachetul P1 este format din următorul traseu care conține disciplinele: Marketing agroalimentar (semestrul III), Simulări de marketing (semestrul IV), Analiza informațiilor de marketing (semestrul V), Gestiunea forțelor de vânzare (semestrul VI).

- Pachetul P2 este format din următorul traseu care conține disciplinele: Business to business marketing (semestrul III), Marketing direct (semestrul IV), Sisteme informatice de marketing (semestrul V), Cybermarketing (semestrul VI).

Organizarea cursurilor la disciplinele facultative se face în două moduri:

1. studentul alege una sau două discipline facultative oferite de facultatea care organizează programul de studii; denumirea disciplinei este înscrisă în planul de învățământ al programului.

2. studentul alege:

(i) o disciplină din planul de învățământ al altui program de studii din universitate;

(ii) o disciplină din lista oferită de una dintre universitățile membre ale alianței UNITA;

În cazul (i), cererile se înregistrează la Centrul de formare continuă (CFC), în cazul (ii), la UNITA office.

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

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

Condițiile de înscriere în anul următor, condițiile de a urma module de curs în avans, condițiile de promovare sunt cuprinse în Regulamentul privind activitatea profesională a studenților.

5. EXAMENUL DE FINALIZARE A STUDIILOR

Perioada de întocmire a lucrării de licență: începând cu penultimul semestru de studii.

Definitivarea lucrării de licență: în ultimul semestru de studii.

Perioada de susținere a lucrării de licență: în sesiunea iunie-iulie a ultimului an de studii.

Numărul de credite pentru susținerea proiectului de licență: 10 credite (în plus față de cele 180).

6. DISCIPLINELE DE STUDII PE ANI

Ministerul Educației
 Universitatea Transilvania din Brașov
Facultatea de Științe economice și administrarea afacerilor
 Programul de studii universitare de licență: **MARKETING**
 Domeniul fundamental: **Științe sociale**
 Domeniul de licență: **Marketing**
 Durata studiilor: **3 ani**
 Forma de învățământ: **Cu frecvență**

Plan de învățământ valabil în an universitar 2024-2025

ANUL I

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Obligatoriu	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr				
1	Microeconomie	DF	DI	2	2	0	0	94	0	E	6												
2	Matematică aplicată în economie	DF	DI	2	2	0	0	69	0	E	5												
3	Bazele informaticii economice	DF	DI	2	0	2	0	69	0	E	5												
4	Mărfuri nealimentare și securitatea utilizatorilor	DC	DI	2	1	0	0	58	0	E	4												
5	Economie europeană	DF	DI	2	1	0	0	83	0	E	5												
6	Etică în afaceri	DF	DI	1	1	0	0	47	0	E	3												
7	Limba engleză 1	DF	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
7	Limba franceză 1	DF	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
7	Limba germană 1	DF	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
7	Limba spaniolă 1	DF	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
8	Educație fizică și sport 1	DC	DI	0	1	0	0	0	0	A/R	1												
9	Macroeconomie	DF	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
10	Statistică economică	DF	DI									2	2	0	0	69	0	E	5				
11	Mărfuri alimentare și securitatea consumatorilor	DC	DI									2	1	0	0	33	0	E	3				
12	Management	DF	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
13	Bazele contabilității	DF	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
14	Baze de date pentru marketing	DD	DI									2	0	2	0	44	0	E	4				
15	Scriere academică	DAU	DI									1	0	0	0	11	0	C	1				
16	Limba engleză 2	DC	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
16	Limba franceză 2	DC	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
16	Limba germană 2	DC	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
16	Limba spaniolă 2	DC	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
17	Educație fizică și sport 2	DC	DI									0	1	0	0	0	0	A/R	1				
Total				12	9	2	0	442	0	E 6	C 1	V 0	31	14	8	2	0	428	0	E 6	C 2	V 0	31
Total ore didactice pe săptămână				23								24											

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Facultativ	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr		
1	Economia întreprinderii	DC	DFc	2	1	0	0	33	0	C		3											
2	Voluntariat	DC	DFc	0	0	0	4	19	0	C		3											
3	Comportament organizațional	DC	DFc										2	2	0	0	19	0	C		3		
4	Voluntariat	DC	DFc										0	0	0	4	19	0	C		3		
Total				2	1	0	4	52	0	E	C	V	6	2	2	0	4	38	0	E	C	V	6
										0	2	0								0	2	0	
Total ore didactice pe săptămână				7									8										

Legendă:

C₁* = *criteriul conținutului*

DF – discipline fundamentale

DD – discipline în domeniu (unde este cazul)

DS – discipline de specialitate

DC – discipline complementare

C₂** = *criteriul obligativității*

DI – discipline obligatorii (impuse)

DO – discipline opționale

DFc – discipline facultative

SI = ore de studiu individual

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN

DECAN,
PROF. DR. GABRIEL BRATUCU

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN

Ministerul Educației
 Universitatea Transilvania din Brașov
Facultatea de Științe economice și administrarea afacerilor
 Programul de studii universitare de licență: **MARKETING**
 Domeniul fundamental: **Științe sociale**
 Domeniul de licență: **Marketing**
 Durata studiilor: **3 ani**
 Forma de învățământ: **Cu frecvență**

Plan de învățământ valabil în an universitar 2025-2026

ANUL II

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Obligatoriu	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr				
1	Protecția consumatorilor	DD	DI	2	1	0	0	58	0	E	4												
2	Marketingul micilor afaceri	DD	DI	2	1	0	0	83	0	E	5												
3	Management comercial	DD	DI	2	2	0	0	69	0	E	5												
4	Dreptul afacerilor	DF	DI	2	1	0	0	83	0	E	5												
5	Marketing	DF	DI	2	2	0	0	69	0	E	5												
6	Limba engleză 3	DAU	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
6	Limba franceză 3	DAU	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
6	Limba germană 3	DAU	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
6	Limba spaniolă 3	DAU	DI	1	1	0	0	22	0	C	2												
7	Educație fizică și sport 3	DC	DI	0	1	0	0	11	0	A/R	1												
8	Finanțe generale	DF	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
9	Comportamentul consumatorului	DD	DI									2	2	0	0	94	0	E	6				
10	Managementul produsului și al brandului	DD	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
11	Marketing internațional	DD	DI									2	2	0	0	69	0	E	5				
12	Limba engleză 4	DAU	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
12	Limba franceză 4	DAU	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
12	Limba germană 4	DAU	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
12	Limba spaniolă 4	DAU	DI									1	1	0	0	22	0	C	2				
13	Educație fizică și sport 4	DC	DI									0	1	0	0	11	0	A/R	1				
14	Practică	DD	DI									0	0	0	6	0	0	C	3				
Total				11	9	0	0	395	0	E 5	C 1	V 0	27	9	8	0	6	362	0	E 4	C 2	V 0	27
Total ore didactice pe săptămână				20								23											

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Optional	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr				
1	Marketing agroalimentar	DD	DO	2	2	0	0	44	0	E	4												
1	Business to business marketing	DD	DO	2	2	0	0	44	0	E	4												
2	Simulări de marketing	DD	DO									2	2	0	0	44	0	E	4				
2	Marketing direct	DD	DO									2	2	0	0	44	0	E	4				
Total				2	2	0	0	44	0	E	C	V	4	2	2	0	0	44	0	E	C	V	4
										1	0	0								1	0	0	
Total ore didactice pe săptămână				4								4											

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Facultativ	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II							
				C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr
1	Contabilitate managerială	DC	DFc	2	1	0	0	33	0	C	3								
2	Voluntariat	DC	DFc	0	0	0	4	19	0	C	3								
3	Tehnologie hotelieră și de restaurant	DC	DFc									2	2	0	0	19	0	C	3
4	Voluntariat	DC	DFc									0	0	0	4	19	0	C	3

Total	2	1	0	4	52	0	E	C	V	6	2	2	0	4	38	0	E	C	V	6
							0	2	0								0	2	0	
Total ore didactice pe săptămână	7										8									

Legendă:

C_1^* = *criteriul conținutului*

DF – discipline fundamentale

DD – discipline în domeniu (unde este cazul)

DS – discipline de specialitate **DC** – discipline complementare

C_2^{**} = *criteriul obligativității* **DI** – discipline obligatorii (impuse)

DO – discipline opționale

DFc – discipline facultative

SI = ore de studiu individual

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
PROF. DR. GABRIEL BRATUCU

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN

ANUL III

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Obligatoriu	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr		
1	Cercetări de marketing	DD	DI	2	2	0	2	69	0	E		6											
2	Relații publice	DD	DI	2	2	0	0	69	0	E		5											
3	Tehnici promoționale	DD	DI	2	2	0	0	69	0	E		5											
4	Tehnici de vânzare	DD	DI	2	2	0	0	69	0	E		5											
5	Marketingul serviciilor	DD	DI	2	2	0	0	69	0	E		5											
6	Logistica mărfurilor	DD	DI										2	2	0	0	69	0	E		5		
7	Marketing turistic	DD	DI										2	2	0	0	69	0	E		5		
8	Marketing social politic	DD	DI										2	2	0	0	69	0	E		5		
9	Proiecte de marketing	DD	DI										2	2	0	0	69	0	E		5		
10	Cercetări pentru elaborarea lucrării de licență	DD	DI										0	0	0	5	55	0	C		5		
Total				10	10	0	2	345	0	E	C	V	26	8	8	0	5	331	0	E	C	V	25
										5	0	0								4	1	0	
Total ore didactice pe săptămână				22								21											

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Optional	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr		
1	Analiza informațiilor de marketing	DD	DO	2	2	0	0	44	0	E		4											
1	Sisteme informatice de marketing	DD	DO	2	2	0	0	44	0	E		4											
2	Gestiunea forțelor de vânzare	DD	DO										2	1	0	0	83	0	E		5		
2	Cybermarketing	DD	DO										2	1	0	0	83	0	E		5		
Total				2	2	0	0	44	0	E	C	V	4	2	1	0	0	83	0	E	C	V	5
										1	0	0								1	0	0	
Total ore didactice pe săptămână				4								3											

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Facultativ	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V		Cr		
1	Negociere comercială	DC	DFc	2	1	0	0	33	0	C		3											
2	Voluntariat	DC	DFc	0	0	0	4	19	0	C		3											
3	Analiza economica financiara	DC	DFc										2	1	0	0	33	0	C		3		
4	Voluntariat	DC	DFc										0	0	0	4	19	0	C		3		
Total				2	1	0	4	52	0	E	C	V	6	2	1	0	4	52	0	E	C	V	6
										0	2	0								0	2	0	
Total ore didactice pe săptămână				7								7											

Legendă:

C₁* = *criteriul conținutului*

DF – discipline fundamentale

DD – discipline în domeniu (unde este cazul)

DS – discipline de specialitate DC – discipline complementare

C₂** = *criteriul obligativității* DI – discipline obligatorii (impuse)

DO – discipline opționale

DFc – discipline facultative

SI = ore de studiu individual

**RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN**

**DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN**

**DECAN,
PROF. DR. GABRIEL BRATUCU**

**COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN**

Ministerul Educației
 Universitatea Transilvania din Brașov
Facultatea de Științe economice și administrarea afacerilor
 Programul de studii universitare de licență: **MARKETING**
 Domeniul fundamental: **Științe sociale**
 Domeniul de licență: **Marketing**
 Durata studiilor: **3 ani**
 Forma de învățământ: **Cu frecvență**

BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	An III	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Obligatoriu	658	602	602	1862	89.86	
2	Optional	0	112	98	210	10.14	
	Total	658	714	700	2072	100	
3	Facultativ	210	210	196	616		

BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	An III	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Discipline fundamentale	448	140	0	588	28.38	
2	Discipline de domeniu	56	490	700	1246	60.14	
3	Discipline complementare	350	238	196	168	8.11	
4	Discipline la alegerea universității	14	56	0	70	3.38	
	Total	658	714	700	2072	100	

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
PROF. DR. GABRIEL BRATUCU

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN