

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

al promoției 2024 - 2026

Universitatea Transilvania din Brașov

**Programul de studii
universitare de masterat**

RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

Domeniul fundamental

Științe sociale

Domeniul de masterat

Economie și afaceri internaționale

Facultatea

**Facultatea de Științe economice și administrarea
afacerilor**

Durata studiilor:

2 ANI

Forma de învățământ:

cu frecvență

1. OBIECTIVE DE FORMARE ȘI COMPETENȚE

Programul se adresează celor care intenționează să aprofundeze cunoștințele de relații economice internaționale, a celor care își doresc o carieră de succes în domeniu și care vor să se familiarizeze tot mai mult cu multitudinea deciziilor strategice implicate de operarea în mediul de afaceri internațional și intenționează să-și dezvolte abilități în utilizarea unui întreg instrumentar analitic cu scopul de a lua astfel de decizii în condițiile economiei de piață.

Acest program se ocupă, în primul rând, cu analiza în profunzime a unei varietăți de concepte, teorii, studii de caz, instrumente, tehnici, tactici și modele de relații economice internaționale. Programul urmărește dezvoltarea abilităților manageriale în domeniul afacerilor internaționale, în vederea dezvoltării de noi afaceri de succes, identificării avantajului competitiv, diversificării gamei de produse și servicii, alocării resurselor firmei, identificării oportunităților de piață, a nevoilor consumatorilor și a dezvoltării strategiilor corespunzătoare.

Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii de către absolvenții programului de master:

Ocupația- Cod COR/ISCO-08

Consilier/ expert/ inspector/ referent/ economist în relații economice internaționale 263105

Cercetător economist în relații economice internaționale 263122

Asistent de cercetare economist în relații economice internaționale 263123

Obiectivele educaționale, formulate din perspectiva cadrului didactic și rezultate prin operaționalizarea competențelor de formare, sunt structurate pe următoarele dimensiuni:

Competențe profesionale și rezultate ale învățării

Cp.1 Utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, metodologiilor, instrumentelor de lucru și de cercetare în domeniul afacerilor internaționale

R.Î. 1.1 Absolventul cunoaște, înțelege și utilizează concepte, metode, tehnicile și instrumente specifice managementului firmelor în mediul internațional de afaceri.

R.Î. 1.2 Absolventul explică, aprofundează și interpretează conceptele, practicile cu valoare de principii și teoriile bazate pe practici cu valoare universală.

R.Î. 1.3 Absolventul utilizează integrat conceptele, teoriile, principiile și practicile moderne valoroase, pentru situații noi, prin dezvoltarea spiritului creativ și inovator. Absolventul analizează și elaborează strategiile dezvoltării portofoliului de afaceri, planifică noi afaceri.

R.Î. 1.4 Absolventul perfecționează sistemul de analiză și interpretare a unor studii de piață și a unor strategii de marketing în mediul internațional de afaceri.

R.Î. 1.5 Absolventul valorifică experiența personală și colectivă din organizație pentru a dezvolta capacitatea de creație și inovare, prin utilizarea celor mai importante concepte, teorii, principii și metodologii la nivel mondial.

Cp2 Realizarea de cercetări și studii aplicative în mediul internațional de afaceri.

R.Î. 2.1 Absolventul analizează și interpretează situațiile tranzacționale din mediul internațional de afaceri.

R.Î. 2.2 Absolventul analizează și interpretează informații diverse pentru explicarea unor procese manageriale în context internațional.

R.Î. 2.3 Absolventul analizează și interpretează rezultatele derulării unor contracte internaționale.

R.Î. 2.4. Absolventul adaptează metodele de măsurare și evaluare a performanțelor organizației în raport cu misiunea, scopul și obiectivele de marketing specifice.

R.Î. 2.5 Absolventul creează un sistem integrat de măsurare a performanțelor organizației care să se transforme într-un avantaj competitiv al acesteia pe piața țintă.

Cp3 Proiectarea sistemelor de marketing și de cercetări de marketing în domeniul afacerilor internaționale.

R.Î. 3.1 Absolventul identifică practicile valoroase la nivelul organizațiilor, proiectează, organizează și operaționalizează planurile strategice și programele de marketing specifice mediului internațional de afaceri.

R.Î. 3.2 Absolventul descrie în detaliu impactul factorilor de mediu asupra politicilor și strategiilor de piață precum și a strategiilor specifice mixului de marketing, realizează strategii de branding la nivel internațional.

R.Î. 3.3 Absolventul analizează structura pieței, alege strategiile de poziționare, fundamentează mixul de marketing adoptat de firme la nivel internațional.

R.Î. 3.4 Absolventul utilizează tehnici și proceduri integrate pentru coordonarea unor organizații multiculturale, realizează planuri de afaceri pentru accesarea fondurilor europene și învață să se implice în managementul afacerilor internaționale.

R.Î. 3.5 Absolventul generalizează experiența pozitivă, ca model de gândire strategică de marketing, în formarea unei culturi organizaționale într-un mediu competitiv, dar marcat și de responsabilități sociale.

Cp4 Realizarea de modele și sisteme de evaluare a performanțelor firmelor implicate în afacerile internaționale.

R.Î. 4.1 Absolventul identifică anumite tehnici de tranzacționare ținând cont de particularitățile mediului de afaceri internațional.

R.Î. 4.2 Absolventul formulează soluții pentru sisteme de afaceri complexe utilizând tehnici și proceduri integrate în context internațional.

R.Î. 4.3 Absolventul dezvoltă o viziune strategică argumentată în condițiile complexității mediului internațional de afaceri.

R.Î. 4.4 Absolventul utilizează strategii de marketing internațional adecvate specificului piețelor internaționale.,

R.Î. 4.5 Absolventul elaborează un studiu privind modul în care organizația își asumă responsabilități sociale, urmat de formularea unor criterii de evaluare permanentă a gradului de îndeplinire a standardelor asumate voluntar.

Cp5 Elaborarea de studii complexe privind mediul de marketing internațional, precum și a industriei din care face parte organizația, pentru cunoașterea și anticiparea permanentă a schimbărilor din piața țintă.

R.Î. 5.1 Absolventul identifică variabilele caracteristice pieței țintă a organizației (economice sau nonprofit) și a modelelor de previziune a variabilelor explicative și a modelelor de gestionare a relațiilor cu clienți.

R.Î. 5.2 Absolventul explică mecanismul de gestionare a relațiilor cu consumatorii, concurenții și ceilalți actori,, din piață.

R.Î. 5.3 Absolventul utilizează integrat metodele de analiza a calității relațiilor cu clienții într-un mediu puternic concurențial.

R.Î. 5.4 Absolventul proiectează un sistem decizional pentru o companie multinațională.

R.Î. 5.5 Absolventul elaborează un sistem de management al unei companii multinaționale și elaborează un plan de derulare a tranzacțiilor internaționale.

Cp6 Fundamentarea strategiilor de marketing, elaborarea planurilor de marketing la nivel internațional, managementul afacerilor internaționale.

R.Î. 6.1 Absolventul prezintă strategiile, planurile și programele de marketing.

R.Î. 6.2 Absolventul explică modului de fundamentare a deciziilor, efectelor și obiectivelor urmărite, pentru adoptarea și punerea lor în aplicare în mod efectiv și responsabil.

R.Î. 6.3 Absolventul alege variante optime de decizii în condițiile unor universuri probabilistice, dar într-un mediu profesional de estimare a riscurilor.

R.Î. 6.4 Absolventul argumentează deciziile luate în mediul internațional de afaceri și tehnicile folosite în derularea afacerilor internaționale.

R.Î. 6.5 Absolventul propune sisteme de management pentru companiile implicate în afacerile internaționale.

Competențe transversale și rezultate ale învățării

Ct1 Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini complexe la locul de muncă.

R.Î. 1.1 Absolventul este capabil să proiecteze o schemă de soluționare în timp real a unei probleme de la locul de muncă și să își asume implementarea acesteia, respectând normele deontologiei profesionale.

Ct2 Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau a unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale.

R.Î. 2.1. Absolventul este capabil să realizeze un portofoliu de conducere care să conțină organigrama, sistemul intern de informare/raportare, enumerarea bazelor de date pe programe de lucru, ghidul de metode și procedee de monitorizare, analiză și prognoză etc.

Ct3 Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic.

R.Î. 3.1. Absolventul este capabil să elaboreze și să prezinte un plan personal de formare continuă pentru a asigura dezvoltarea competențelor profesionale.

ACTIVITATEA DIDACTICĂ DE PREDARE

Cursuri. Cursurile sunt interactive, titularii prezentând cursanților la începutul cursului, temele care urmează să fie acoperite, note de curs, bibliografie. Pe parcursul cursului, cursanții rezolvă sarcini de lucru legate de tema prezentată.

Seminare. Cursanții fac aplicații pe temele prezentate la curs, primind feed-back de la profesori și colegi.

Proiecte. Cursanții pregătesc mini-proiecte, referate conform temelor acoperite, pe care la prezintă la seminar și le predau în formă scrisă la sfârșit de semestru.

EVALUAREA

- Participare la seminar
- Proiecte și referate
- Examenе orale sau scrise și colocvii

2. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNI A ANULUI UNIVERSITAR

Număr de semestre: 4 semestre.

Număr de credite pe semestru: 30 de credite

Număr de ore de activități didactice /săptămână: 14-20

Numărul de săptămâni:14

	Activități didactice		Sesiuni de examene			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	2	2	3	3	1	-

3. ASIGURAREA FLEXIBILIZĂRII INSTRUIRII. CONDIȚIONĂRI

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale și discipline facultative.

Disciplinele opționale sunt propuse pentru semestrele 2-3, prin pachete de discipline de specialitate.

Flexibilizarea programului de studiu este asigurată prin discipline opționale.

- Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse pentru semestrele S2 și S3 și sunt grupate în discipline opționale sau pachete opționale, care completează traseul de specializare a masterandului.
- Alegerea traseului se face de către masterand, înainte de începerea semestrului de studiu, traseul conține disciplinele sau pachetele de discipline opționale.
- Majoritatea decide traseul pentru toți studenții specializării. Se au în vedere și condiționări financiare, legate de eficiența economică a programului de studiu.
- Disciplinele opționale sunt astfel organizate/gândite pentru a defini exact traseul pe care masteranzii doresc să-l urmeze.
- Astfel, **TRASEUL A – ANTREPRENORIAL SI COMUNICARE PE PIETE INTERNAȚIONALE** - cuprinde în anul I, semestrul II, disciplina opțională „Antreprenoriat”, iar, în anul II, semestrul I, disciplinele opționale „Investiții financiare și gestiunea portofoliului” și „Comunicarea în afaceri internaționale”.
- **TRASEUL B – REGLEMENTAREA AFACERILOR IN MEDIUL EUROPEAN** – cuprinde în anul I, semestrul II, disciplina opțională „Drept comercial in UE”, iar, în anul II, semestrul I, disciplinele opționale „Dezvoltare și politici regionale europene” și „Euromarketing”.

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

Înscrierea în anul următor este condiționată de întrunirea condițiilor de promovare cuprinse în Regulamentul privind activitatea profesională a studenților.

5. CONDIȚII DE FRECVENTARE A DISCIPLINELOR FACULTATIVE

Prezentul Plan de învățământ cuprinde, pe lângă disciplinele obligatorii și la alegere (opționale) și discipline facultative.

6. CERINȚE PENTRU OBȚINEREA DIPLOMEI DE MASTERAT

Condițiile de susținere a examenului de disertație sunt prezentate în Metodologia de finalizare a studiilor, aprobată de Senatul Universității. Conform acestei metodologii, prezentarea la examenul de disertație este condiționată de promovarea tuturor disciplinelor prevăzute în planul de învățământ.

EXAMENUL DE DISERTAȚIE

- 1 Perioada de întocmire a disertației: semestrele 3 – 4;
- 2 Perioada de finalizare a disertației: ultimele 3 săptămâni din anul terminal;
- 3 Perioada de susținere a examenului de disertație: **în sesiunea iunie-iulie a ultimului an de studii;**
- 4 Numărul de credite pentru susținerea disertației: **10 credite.**

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	Marketing și afaceri globale	DCA	DI	2	2	0	0	94	0	E	6												
2	Statistică pentru afaceri internaționale	DAP	DI	2	0	1	0	83	0	E	5												
3	Etică și integritate academică	DSI	DI	1	0	0	1	97	0	C	5												
4	Managementul resurselor umane la nivel internațional	DCA	DI	2	1	0	0	83	0	E	5												
5	Marketing strategic	DAP	DI	2	1	0	0	83	0	E	5												
6	E-Business	DCA	DI	2	1	0	0	58	0	C	4												
7	Marketingul destinației turistice internaționale	DAP	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
8	Politici economice europene	DAP	DI									2	2	0	0	94	0	E	6				
9	Managementul afacerilor internaționale	DCA	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
10	Instituții comunitare	DAP	DI									2	1	0	0	83	0	E	5				
11	Managementul calitatii serviciilor	DSI	DI									2	1	0	0	58	0	E	4				
Total				11	5	1	1	498	0	E 4	C 2	V 0	30	10	6	0	0	401	0	E 5	C 0	V 0	25
Total ore didactice pe săptămână				18								16											

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	Antreprenoriat	DCA	DO									2	1	0	0	83	0	V		5			
1	Drept comercial în Uniunea Europeană	DCA	DO									2	1	0	0	83	0	V		5			
Total				0	0	0	0	0	0	E	C	V	0	2	1	0	0	83	0	E	C	V	5
										0	0	0								0	0	1	
Total ore didactice pe săptămână				0								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	Limba engleză și comunicare de	DCA	DFc	0	2	0	0	47	0	C	3								

	specialitate (avansat) 2																						
2	Limba franceză și comunicare de specialitate (avansat) 2	DCA	DFc	0	2	0	0	47	0	C	3												
3	Comunicare de afaceri în limba germană	DCA	DFc									0	2	0	0	47	0	C	3				
4	Comunicare de afaceri (spaniola)	DCA	DFc									0	2	0	0	47	0	C	3				
Total				0	4	0	0	94	0	E	C	V	6	0	4	0	0	94	0	E	C	V	6
										0	2	0								0	2	0	
Total ore didactice pe săptămână				4								4											

Legendă:

C_1^* = criteriul conținutului;

DAP – discipline de aprofundare

DSI – discipline de sinteză

DCA – discipline de cunoaștere avansată

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. DANA BOSCOR

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	Logistică internațională	DAP	DI	2	2	0	0	144	0	E	8												
2	Branding	DAP	DI	2	1	0	0	133	0	E	7												
3	Practică de specialitate	DSI	DI	0	0	0	6	150	0	C	3												
4	Metode cantitativ calitative de studiere a piețelor	DCA	DI									2	0	1	0	158	0	E	8				
5	Politici și strategii internaționale pentru dezvoltare durabilă	DAP	DI									2	1	0	0	158	0	E	8				
6	Activitate de cercetare științifică	DSI	DI									0	0	0	2	147	0	C	7				
7	Elaborarea lucrării de disertație	DSI	DI									0	0	0	5	105	0	C	7				
Total				4	3	0	6	427	0	E	C	V	18	4	1	1	7	568	0	E	C	V	30
										2	1	0								2	2	0	
Total ore didactice pe săptămână				13								13											

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	Investiții financiare și gestiunea portofoliului	DCA	DO	2	1	0	0	108	0	E	6												
1	Dezvoltare și politici regionale europene	DCA	DO	2	1	0	0	108	0	E	6												
2	Comunicare în afaceri internaționale	DAP	DO	2	2	0	0	94	0	C	6												
2	Euromarketing	DAP	DO	2	2	0	0	94	0	C	6												
Total				4	3	0	0	202	0	E	C	V	12	0	0	0	0	0	0	E	C	V	0
										1	1	0								0	0	0	
Total ore didactice pe săptămână				7								0											

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	Limba engleză și comunicare de specialitate (avansat) 2	DCA	DFc	0	2	0	0	47	0	C	3								
2	Limba franceză și comunicare de	DCA	DFc	0	2	0	0	47	0	C	3								

Ministerul Educației
 Universitatea Transilvania din Brașov
Facultatea de Științe economice și administrarea afacerilor
 Programul de studii universitare de masterat: **RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE**
 Domeniul fundamental: **Științe sociale**
 Domeniul de masterat: **Economie și afaceri internaționale**
 Durata studiilor: **2 ani**
 Forma de învățământ: **Cu frecvență**

BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Obligatoriu	476	364	840	85.71	
2	Optional	42	98	140	14.29	
	Total	518	462	980	100	
3	Facultativ	112	56	168		

BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Disciplină de aprofundare	224	196	420	42.86	
2	Disciplină de sinteză	70	182	252	25.71	
3	Disciplină de cunoaștere avansată	336	140	308	31.43	
	Total	518	462	980	100	

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
PROF. DR. GABRIEL BRATUCU

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. CRISTINEL PETRISOR CONSTANTIN

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. DANA BOSCOR