



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT valabil începând din anul universitar 2025-2026

UNIVERSITATEA "ALEXANDRU IOAN CUZA" din IAȘI

"Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi

FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION

DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT, MARKETING ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

MANAGEMENT, MARKETING AND BUSINESS ADMINISTRATION DEPARTMENT

Domeniul: Marketing

Area of study: Marketing

Specializarea/Programul de studiu: Marketing și comunicare în afaceri

Programme of study: Marketing and communication in business

Limba de predare: română

Teaching language: romanian

Durata studiilor: 4 semestre

Length of the programme of study: 4 semesters

Forma de învățământ: IF

Mode of study: full-time education

I. COMPETENȚE:

a. Profesionale

- Capacitatea de a identifica sursele de informații, de a analiza și interpreta date reale și din literatura de specialitate și lucrările științifice de marketing;
- Utilizarea adecvata a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de cercetare de marketing pentru rezolvarea de probleme economice, în mediile offline și online;
- Elaborarea de studii și rapoarte publicabile sau aplicabile profesional în domeniul Marketingului tradițional și online;
- Cunoașterea și aplicarea celor mai noi și avansate teorii și cunoștințe practice specializate, în domeniile studiate –marketing și comunicare organizațională- pe canale offline și online;
- Înțelegerea modului în care marketingul se articulează informațional și metodologic cu celelalte departamente și funcțiuni ale unei organizații;
- Capacitatea de fundamenta, planifica și implementa strategii de marketing valide aferente fiecărei componente majore a funcției de marketing (Piață, Promovare, Preț, Distribuție, Produs/Brand, Branding), adaptate nevoilor companiilor, B2B sau B2C pentru mediile online si offline;
- Capacitatea de a planifica și organiza activități de Comunicare și Relații publice (sponsorizare, atragere de fonduri si organizare de evenimente);
- Cunoașterea și aplicarea tehnicilor de planificarea și evaluare publicitară și a KPI în funcție de canalul digital utilizat într-o campanie de marketing;
- Capacitatea de a crea conținut publicitar/de promovare adaptat mediilor online si offline;
- Capacitatea de a întocmi și controla planurile și bugetele de marketing;
- Capacitatea de a organiza și de a conduce eficient munca în echipă, atât în relație cu alți specialiști de marketing, cât și cu specialiști din alte domenii economice;
- Capacitatea de comunicare la nivel profesionist, cu termeni de specialitate.

b. Transversale

- Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;
- Învățare autonomă și independentă, deschidere către formarea continuă si învățarea pe tot parcursul vieții, adaptarea propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic;

- Cunoașterea și promovarea valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor; gândire analitică, proactivă, orientată către găsirea de soluții și rezolvarea de probleme

II. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE MASTERAT;

120 credite din care:

101 credite la disciplinele obligatorii;

19 credite la disciplinele opționale;

Și

10 credite pentru promovarea examenului de finalizare a studiilor.

III. DESFĂȘURAREA STUDIILOR (în număr de săptămâni)

	Activități didactice		Sesiune			
	Sem I	Sem II	Sem I		Sem II	
			E ¹	R ²	E	R
Anul I	14	14	3	1	3	1
Anul II	14	14	3	1	3	1

¹ Sesiune de examene

² Sesiune de restanțe

IV. NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ

	Semestrul I				Semestrul II			
	C	S	L+Lp	Pondere ³	C	S	L+Lp	Pondere
Anul I	8	7	0	88%	10	6	0	60%
Anul II	8	8	0	100%	6	5	6	183%

³(S + L + Lp)/C

V. NUMĂRUL DE ORE DE ACTIVITATE ORGANIZATĂ PREVĂZUTĂ ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PENTRU ÎNTREGUL CICLU DE STUDII

Tip activitate	Nr. ore	Pondere
Curs	448	50%
Seminar	364	41%
Laborator + Lucrări practice	84	9%
Număr total ore	896	100%

VI. PONDEREA DISCIPLINELOR DE STUDIU DUPĂ CATEGORIA FORMATIVĂ

	Categorie formativă	
	Discipline de aprofundare	Discipline de sinteză
Semestrul I	0%	0%
Semestrul II	0%	0%
Semestrul III	0%	0%
Semestrul IV	0%	0%
ÎNTREGUL CICLU DE STUDII	0%	0%

VII. PONDEREA ORELOR DE ACTIVITATE DIDACTICĂ DUPĂ OPȚIONALITATEA DISCIPLINELOR

	Statut disciplină		
	Obligatorie	Opțională	Facultativă
Semestrul I	100%	0%	20%
Semestrul II	100%	0%	44%
Semestrul III	100%	0%	38%
Semestrul IV	29%	71%	18%
ÎNTREGUL CICLU DE STUDII	81%	19%	30%

Ponderea se raportează la numărul de ore obligatorii și opționale

VIII. NUMĂR ORE PE ÎNTREGUL CICLU DE STUDII PENTRU DISCIPLINE CU STATUT REGLEMENTAT

Activitate asimilată cu	Număr ore
Educație fizică	0
TIC	0
Etica și integritatea academică	14
Practica de specialitate	84
Proiect	0
Elaborare lucrare finalizare studii	0

IX. NUMĂR EVALUĂRI PE ÎNTREGUL CICLU DE STUDII

	Tipul evaluării		
	Examen	Colocviu	Verificare pe parcurs
Semestrul I	2	0	2
Semestrul II	3	0	3
Semestrul III	2	0	3
Semestrul IV	3	0	2
ÎNTREGUL CICLU DE STUDII	10	0	10

X. EXAMENUL DE FINALIZARE A STUDIILOR - perioada iunie-iulie

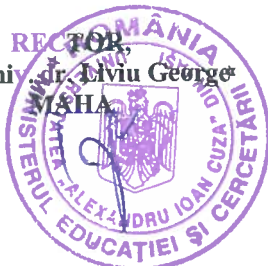
Numărul de credite alocate pentru promovarea examenului de finalizare a studiilor (în afara celor 120 de credite obligatorii): 10.

XI. MODUL DE ALEGERE A DISCIPLINELOR OPȚIONALE

- se alege câte o disciplină.

XII. OBIECTIVE DE DEZVOLTARE DURABILA

Simbol	Cod	Denumire
	SDG1	Fără sărăcie
	SDG3	Sănătate și bunăstare
	SDG5	Egalitatea de gen
	SDG8	Muncă decentă și creștere economică
	SDG9	Industrie, inovare și infrastructură
	SDG10	Reducerea inegalităților
	SDG11	Orașe și comunități durabile
	SDG12	Consum și producție responsabile
	SDG13	Schimbările Climatice
	SDG17	Parteneriate pentru realizarea obiectivelor

Prof. univ. dr. Diviu George


Prof. univ. dr. Cristina Teodora


DIRECTOR DEPARTAMENT,
 Prof. univ. dr. Ștefan Andrei
 NEȘTIAN


Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din Iași
 "Alexandru Ioan Cuza" University of Iași
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Faculty of Economics and Business Administration
 DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT, MARKETING ȘI
 ADMINISTRAREA AFACERILOR
 MANAGEMENT, MARKETING AND BUSINESS
 ADMINISTRATION DEPARTMENT

Domeniul: Marketing

Area of study: Marketing

Specializarea/Programul de studiu: Marketing și comunicare în afaceri

Programme of study: Marketing and communication in business

Limba de predare: română

Teaching language: romanian

Durata studiilor: 2 ani

Length of the programme of study: 2 years

Număr de credite: 120

Number of ECTS credits: 120

Forma de învățământ: IF

Mode of study: full-time education

Seria: 2025-2027

Obiective de dezvoltare durabilă: SDG1, SDG3, SDG5, SDG8, SDG9,
 SDG10, SDG11, SDG12, SDG13, SDG17

Anexa 1

APROBAT,

RECTOR,

Prof. univ. dr. Liviu George MAHA



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Anul de studiu I

Semestrul 1

Semestrul I														
Nr. crt.	Denumirea disciplinei	Codul disciplinei	Tipul disciplinei	Nr.ore/săpt. (fizic+online)				FV	Cr	Procent de ore desfășurate online/sem.				
				C	S	L	LP			C	S	L	LP	
Discipline obligatorii (Compulsory courses)														
1	Analiză calitativă de marketing Qualitative marketing analysis	AAK2101	DS	2	2	0	0	V	8	0	0	0	0	
2	Publicitate Advertising	AAK2105	DS	2	2	0	0	E	7	0	0	0	0	
3	Tehnici de negociere Negotiation techniques	AAK2110	DS	2	2	0	0	V	8	0	0	0	0	
4	Brand Management Brand Management	MCA 1.3	DS	2	1	0	0	E	7	0	0	0	0	
Total				8	7	0	0		30	0	0	0	0	
Discipline facultative (Supplementary courses)														
5	Managementul conflictelor Conflicts Management	AAM2205	DC	1	2	0	0	V	3	0	0	0	0	

Semestrul 2

Nr. crt.	Denumirea disciplinei	Codul disciplinei	Tipul disciplinei	Nr.ore/săpt. (fizic+online)				FV	Cr	Procent de ore desfășurate online/sem.				
				C	S	L	LP			C	S	L	LP	
Discipline obligatorii (Compulsory courses)														
1	Strategii de preț Price Strategies	AAK2205	DS	2	1	0	0	E	5	0	0	0	0	
2	Managementul vânzărilor Sales Management	AEE2228	DS	2	1	0	0	E	5	0	0	0	0	
3	Marketing digital Digital Marketing	MCA 2.1	DS	2	2	0	0	E	5	0	0	0	0	

4	Psihologia consumatorului Consumer Psychology	MCA 2.4	DS	2	1	0	0	V	5	0	0	0	0
5	Gandire creativa Creative Thinking	MCA1_GA	DS	1	1	0	0	V	5	0	0	0	0
6	Etică și integritate academică Ethics and academic integrity	Msl.eia	DF	1	0	0	0	V	5	0	0	0	0
Total				10	6	0	0		30	0	0	0	0
Discipline facultative (Supplementary courses)													
7	Managementul afacerilor imobiliare Real Estate Business Management	MAIAA	DC	2	2	0	0	V	3	0	0	0	0
8	Managementul recompenselor Rewards Management	MRAA	DC	2	1	0	0	E	3	0	0	0	0

Anul de studiu II

Semestrul 3

Semestrul 3

Nr. crt.	Denumirea disciplinei	Codul disciplinei	Tipul disciplinei	Nr.ore/săpt. (fizic+online)				FV	Cr	Procent de ore desfășurate online/sem.				
				C	S	L	LP			C	S	L	LP	
Discipline obligatorii (Compulsory courses)														
1	Distribuție Distribution	AAK2306	DS	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	
2	Limba engleză avansata pentru afaceri Advenced English for Business	AEE2350	DF	2	2	0	0	E	7	0	0	0	0	
3	Stagiu de cercetare-documentare și pregătirea disertație Research Stage / documentation and preparation of dissertation	AEE2428	DS	0	2	0	0	V	5	0	0	0	0	
4	Comunicare organizationala Organizational Communication	MCA2.CO	DS	2	1	0	0	V	6	0	0	0	0	
5	Promovare online Online promotion	MCA2.PO	DS	2	2	0	0	V	6	0	0	0	0	
Total				8	8	0	0		30	0	0	0	0	
Discipline facultative (Supplementary courses)														
6	Comunicare interculturală în limba Germană Intercultural Communication in German language	AAM2321	DC	2	1	0	0	V	3	0	0	0	0	
7	Comunicare interculturală în limba Franceză Intercultural Communication in French language	AEE2362	DC	2	1	0	0	V	3	0	0	0	0	

Semestrul 4

Semestrul 4														
Nr. crt.	Denumirea disciplinei	Codul disciplinei	Tipul disciplinei	Nr.ore/săpt. (fizic+online)				FV	Cr	Procent de ore desfășurate online/sem.				
				C	S	L	LP			C	S	L	LP	
Discipline obligatorii (Compulsory courses)														
1	Content Marketing Content Marketing	MCA2.CMK	DS	0	2	0	0	V	5	0	0	0	0	
2	Relatii publice Public Relations	MCA2.RP	DS	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	
Discipline opționale: 1 din 2 (Optional courses: 1 out of 2)														
3	Marketing experiențial Experiential marketing	AAK2413	DS	0	0	0	6	V	3	0	0	0	0	
	Stagiu organizațional Organizational internship	AAM2406								0	0	0	0	
Discipline opționale: 1 din 3 (Optional courses: 1 out of 3)														
4	Analiza financiara Financial Analysis	AAC2201	DC	2	1	0	0	E	9	0	0	0	0	

	Managementul proiectelor Project Management	AAI2105								0	0	0	0
	Comunicare interculturală Intercultural communication	AAM2411								0	0	0	0
Discipline opționale: 1 din 2 (Optional courses: 1 out of 2)													
5	Inteligență economică Economic intelligence	AAM2412	DC	2	1	0	0	E	7	0	0	0	0
	Marketing social Social marketing	MCA2.MKS								0	0	0	0
Total				6	5	0	6		30	0	0	0	0
Discipline facultative (Supplementary courses)													
6	Geopolitică și mediile de afaceri Geopolitics and business environments	GMAAA	DS	2	1	0	0	V	3	0	0	0	0
Sustinerea lucrării de finalizare a studiilor				0	0	0	0		10				

Legendă:

DA - Discipline de aprofundare; **DSI** - Discipline de sinteză
C - Curs; **S** - Seminar; **L** - Laborator; **LP** - Lucrări practice
Fv - Forma de verificare (**E** - Examen; **C** - Colocviu; **V** - Verificare)
Cr - Număr credite ECTS

DECAN,
Prof. univ. dr. Cristina Teodora ROMAN

DIRECTOR DEPARTAMENT,
Prof. univ. dr. Ștefan Andrei NEȘTIAN