



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT valabil începând din anul universitar 2026-2027

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: Administrarea afacerilor

Area of study: Business Administration

Specializarea/Programul de studiu: Management în turism

Programme of study: Tourism Management

Extensia: Bălți

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. REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII:

a. Cunoștințe

- Studentul/Absolventul definește conceptele și principiile esențiale ale planificării și elaborării strategiilor organizaționale, incluzând tehnici de creare a piețelor noi, modernizarea echipamentelor și implementarea strategiilor de stabilire a prețurilor.
- Studentul/Absolventul înțelege principiile managementului strategic, procedurile și tehnicile necesare mobilizării resurselor pentru implementarea strategiilor organizaționale, precum și modul în care acestea sunt aliniate cu obiectivele strategice ale organizației.
- Studentul/Absolventul înțelege principiile dezvoltării durabile și ale creșterii economice în context organizațional.
- Studentul/Absolventul definește conceptele și principiile îmbunătățirii proceselor organizaționale, precum și tehnicile de analiză a productivității și eficienței, incluzând metode de optimizare a procedurilor în cadrul organizațiilor.
- Studentul/Absolventul definește conceptele și tehnicile de analiză a performanței operaționale și financiare, incluzând indicatorii cheie de performanță și instrumentele utilizate pentru evaluarea acestora.
- Studentul/Absolventul definește conceptele și principiile indicatorilor de performanță și metodele de măsurare a performanței organizaționale și sectoriale, explicând modul în care aceștia sunt utilizați pentru a compara realizările cu obiectivele operaționale și strategice.
- Studentul/Absolventul definește conceptele și tehnicile de poziționare a brandului și a produsului pe piață, explicând importanța identificării publicului țintă și strategii de marketing pentru a obține un avantaj concurențial.
- Studentul/Absolventul definește conceptele și strategiile de marketing aplicabile pentru promovarea unui produs sau serviciu, explicând metodele de creare și implementare a campaniilor de marketing eficiente.
- Studentul/Absolventul definește conceptele esențiale ale dezvoltării și gestionării unei întreprinderi proprii, inclusiv tehnici de identificare a oportunităților de afaceri, mobilizarea resurselor și strategii pentru asigurarea rentabilității.
- Studentul/Absolventul definește conceptele și principiile serviciilor orientate către client, explicând importanța înțelegerii nevoilor clienților și a abordării acestora într-un mod empatic și profesionist.

b. Aptitudini

- Studentul/Absolventul este capabil să planifice și să elaboreze strategii eficiente pentru organizații, aplicând cunoștințele teoretice și practice în contextul dezvoltării piețelor și îmbunătățirii infrastructurii întreprinderilor.
- Studentul/Absolventul aplică metodele de mobilizare a resurselor și coordonare a echipelor pentru implementarea strategiilor stabilite, având capacitatea de a monitoriza progresul și de a ajusta procedurile pentru atingerea obiectivelor strategice.
- Studentul/Absolventul analizează și monitorizează factorii economici relevanți pentru menținerea unei dezvoltări sustenabile.
- Studentul/Absolventul aplică metodele de evaluare a proceselor și propune soluții pentru îmbunătățirea acestora, având capacitatea de a implementa tehnici specifice pentru creșterea productivității și eficienței operaționale.
- Studentul/Absolventul aplică metodele de evaluare a performanței operaționale și financiare pentru a identifica zonele care necesită îmbunătățiri, utilizând tehnici analitice și instrumente financiare pentru a propune soluții de îmbunătățire.
- Studentul/Absolventul aplică tehnici de identificare și utilizare a indicatorilor de performanță pentru a evalua gradul de îndeplinire a obiectivelor operaționale și strategice ale unei întreprinderi sau sector, fiind capabil să interpreteze rezultatele și să propună măsuri de îmbunătățire.
- Studentul/Absolventul aplică metodele de dezvoltare a unei strategii de poziționare eficientă a brandului sau produsului, având capacitatea de a segmenta piața și de a direcționa eforturile de marketing către publicul țintă pentru a maximiza impactul și vânzările.
- Studentul/Absolventul aplică strategii de marketing pentru promovarea unui produs sau serviciu, utilizând instrumente și tehnici de publicitate, promovare și vânzare, pentru a crește vizibilitatea și atractivitatea acestora pe piață.
- Studentul/Absolventul aplică metodele de dezvoltare și organizare a unei întreprinderi proprii, fiind capabil să identifice oportunități de afaceri și să mobilizeze resursele necesare pentru implementarea acestora, urmărind în permanență îmbunătățirea rentabilității.
- Studentul/Absolventul aplică tehnici de comunicare eficientă pentru a înțelege dorințele și nevoile clienților, având capacitatea de a oferi consiliere personalizată și de a menține o atitudine pozitivă în interacțiunile cu aceștia.

c. Responsabilitate și autonomie

- Studentul/Absolventul demonstrează abilitatea de a propune și implementa strategii de dezvoltare organizațională, având capacitatea de a coordona procesul decizional în cadrul unei organizații și de a evalua impactul acestora asupra performanței economice și operaționale.
- Studentul/Absolventul demonstrează abilitatea de a lua măsuri proactive pentru implementarea strategiei, având capacitatea de a gestiona resursele într-un mod eficient și de a asigura alinierea acestora cu obiectivele organizaționale pe termen lung.
- Studentul/Absolventul propune măsuri strategice care asigură dezvoltarea economică a societății.
- Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a identifica zonele ce necesită îmbunătățiri și de a implementa schimbări în procesele organizaționale, având o abordare autonomă și responsabilă în vederea optimizării acestora, pentru a maximiza performanța organizației.
- Studentul/Absolventul demonstrează abilitatea de a identifica posibile îmbunătățiri ale performanței în cadrul organizației, propunând acțiuni concrete pentru optimizarea proceselor operaționale și financiare, asumându-și responsabilitatea pentru implementarea acestora într-un mod eficient.
- Studentul/Absolventul demonstrează abilitatea de a selecta și utiliza măsuri cuantificabile pentru evaluarea performanței organizației, având responsabilitatea de a analiza și interpreta indicatorii de performanță și de a propune soluții strategice pentru îmbunătățirea acestora.
- Studentul/Absolventul demonstrează abilitatea de a pune în aplicare un plan strategic de poziționare a brandului sau produsului, având responsabilitatea de a coordona echipele implicate și de a ajusta strategiile de marketing pentru a asigura atingerea obiectivelor de vânzări și de creștere a avantajului concurențial pe piață.
- Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a implementa strategii de marketing pentru promovarea produselor sau serviciilor, având responsabilitatea de a coordona activitățile de marketing și de a ajusta strategiile pentru a maximiza impactul asupra publicului țintă și a atinge obiectivele de vânzări.
- Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a dezvolta și gestiona o afacere proprie, având responsabilitatea de a lua decizii strategice pentru alinierea resurselor și obiectivelor organizaționale, și de a evalua performanța financiară și operațională pentru a asigura succesul pe termen lung.
- Studentul/Absolventul demonstrează abilitatea de a interacționa cu clienții într-un mod responsabil, oferind soluții adaptate nevoilor acestora și contribuind la construirea unei relații de încredere pe termen lung, în concordanță cu valorile organizației.

II. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE MASTERAT;

120 credite din care:

114 credite la disciplinele obligatorii;

6 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 examene² 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	10	5	0	50%	9	4	0	44%
Anul II	6	9	0	150%	3	5	6	367%

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	392	49%
Seminar	322	40%
Laborator + Lucrări practice	84	11%
Număr total ore	798	100%

VI. PONDAREA DISCIPLINELOR DE STUDIU DUPĂ CATEGORIA FORMATIVĂ

	Categorie formativă		
	DF	DS	DC
Semestrul I	60%	20%	20%
Semestrul II	0%	92%	8%
Semestrul III	0%	100%	0%
Semestrul IV	0%	79%	21%
ÎNTREGUL CICLU DE STUDII	16%	72%	12%

DF - Discipline fundamentale / DS - Discipline de specialitate / DC - Discipline complementare

VII. PONDAREA ORELOR DE ACTIVITATE DIDACTICĂ DUPĂ OPȚIONALITATEA DISCIPLINELOR

	Statut disciplină		
	Obligatorie	Opțională	Facultativă
Semestrul I	80%	20%	0%
Semestrul II	100%	0%	69%
Semestrul III	100%	0%	0%
Semestrul IV	100%	0%	21%
ÎNTREGUL CICLU DE STUDII	95%	5%	21%

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	56
Practica de specialitate	84
Proiect	0
Elaborare lucrare finalizare studii	70

IX. NUMĂR EVALUĂRI PE ÎNTREGUL CICLU DE STUDII

	Tipul evaluării		
	Examen	Colocviu	Verificare pe parcurs
Semestrul I	3	0	2
Semestrul II	3	0	2
Semestrul III	3	0	2
Semestrul IV	1	1	2
ÎNTREGUL CICLU DE STUDII	10	1	8

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
☐	SDG6	Consumul responsabil de apă
☐	SDG7	Consumul responsabil de energie
☐	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

RECTOR,
Prof. univ. dr. Liviu George MAHA



DECAN,
Prof. univ. dr. Cristina Teodora ROMAN

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: Administrarea afacerilor
 Area of study: Business Administration
 Specializarea/Programul de studiu: Management în turism
 Programme of study: Tourism Management
 Extensia: Bălți
 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: 2026-2028
 Obiective de dezvoltare durabilă: SDG1, SDG3, SDG5, SDG6, SDG7,
 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	Management strategic Strategic Management	AAM2104	DF	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	
2	Managementul organizațiilor Management of organisations	AAM2151	DF	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	
3	Statistica pentru afaceri Business Statistics	AES2251	DF	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	
4	Inițierea afacerilor în turism Small business in tourism	AM7399	DS	2	1	0	0	V	6	0	0	0	0	
Discipline opționale: 1 din 2 (Optional courses: 1 out of 2)														
5	Comunicare de afaceri în limba engleza Business Communication in English Language	AEE2175	DC	2	1	0	0	V	6	0	0	0	0	
	Comunicare de afaceri în limba franceza Business Communication in French Language	AEE2176								0	0	0	0	
Total				10	5	0	0		30	0	0	0	0	

Semestrul 2

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 marketing si cercetari de piata in turism	AAK2206	DS	2	1	0	0	V	6	0	0	0	0

	Marketing strategies and tourism market research													
2	Industria ospitalității Hospitality Industry	AAM2203	DS	2	1	0	0	E	7	0	0	0	0	0
3	Turism și dezvoltare regională și locală Tourism and regional and local development	AAT2104	DS	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	0
4	Managementul proiectelor Projects Management	AM7398	DS	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	0
5	Etică și integritate academică Ethics and academic integrity	Ms1.eia	DC	1	0	0	0	V	5	0	0	0	0	0
Total				9	4	0	0		30	0	0	0	0	0
Discipline facultative (Supplementary courses)														
6	Comunicare interculturală în limbă străină 2 Intercultural communication in a foreign language 2	CIAA1	DC	2	1	0	0	V	3	0	0	0	0	0
7	Managementul conflictelor Conflicts Management	MCAA	DC	1	2	0	0	V	3	0	0	0	0	0
8	Managementul recompenselor Rewards Management	MRAA	DC	2	1	0	0	E	3	0	0	0	0	0

Anul de studiu II

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	Recrutarea, selectia si dezvoltarea resurselor umane Recruiting, selection and development Human Resources	AAM2381	DS	2	1	0	0	E	6	0	0	0	0	
2	Managementul evenimentelor in turism Events Management in Tourism	AAM2435	DS	1	2	0	0	E	6	0	0	0	0	
3	Geografia si managementul destinatiei turistice Geography and Management of Tourist Destination	AAT2381	DS	1	2	0	0	V	6	0	0	0	0	
4	Turism international International Tourism	AEE2363	DS	1	2	0	0	E	6	0	0	0	0	
5	Interpretarea mostenirii culturale in turism Interpretation of cultural heritage in tourism	MTB5	DS	1	2	0	0	V	6	0	0	0	0	
Total				6	9	0	0		30	0	0	0	0	

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	Practica Internship	AAM2406	DS	0	0	0	6	C	3	0	0	0	0	
2	Etica afacerilor si protectia consumatorului Business Ethics and Consumer protection	AAM2434	DC	2	1	0	0	E	9	0	0	0	0	
3	Crearea si comercializarea produselor turistice Tourist Product Development and Sale	AAM2436	DS	1	2	0	0	V	9	0	0	0	0	
4	Stagiu de cercetare/documentare si pregatirea disertatiei Research stage/ documentation and preparation of dissertation	AEE2428	DS	0	2	0	0	V	9	0	0	0	0	
Total				3	5	0	6		30	0	0	0	0	

Discipline facultative (Supplementary courses)												
5	Geopolitică și mediile de afaceri Geopolitics and business environments	GMAAA	DS	2	1	0	0	V	3	0	0	0
Susținerea lucrării de finalizare a studiilor				0	0	0	0		10			

Legendă:

DF - Discipline fundamentale; **DS** - Discipline de specialitate; **DC** - Discipline complementare

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