

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

1. Cerințe pentru obținerea diplomei / Verificarea normelor ARACIS

Tip ore	Nr. ore	%	Tip credit	Nr. credite	%
Discipline obligatorii (OB)	1658	89,43	Credite la discipline obligatorii	160	88,89
Discipline opționale (OP)	196	10,57	Credite la discipline opționale	20	11,11
TOTAL	1854	100%	TOTAL	180	100%
Practică (OB)	90	-	Credite pentru susținerea lucrării de finalizare a studiilor	10	-
Discipline facultative (FA)	518	-	Credite la discipline facultative	51	-
Ore de studiu individual (OSI)	2521	-			
Discipline fundamentale	1232	66,45	Credite la discipline fundamentale	119	66,11
Discipline de specializare	524	28,26	Credite la discipline de specialitate	50	27,78
Discipline complementare	98	5,29	Credite la discipline complementare	11	6,11
Raport ore curs / ore aplicare practică	798 / 1056 = 0,76		Raport OSI/ ore pregătire universitară	2521/1854 = 1,35	
			Raport Examen/Verificări	23 / 39 = 58,97%	

2. Structura anilor universitari (în săptămâni)

Anul de studiu	Activități didactice		Sesiuni examene			Practică	Vacanțe		
	Semestrul 1	Semestrul 2	Iarnă	Vară	Restanțe		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul 1	14	14	3	3	2	-	2	1	12
Anul 2	14	14	3	3	2	3	2	1	9
Anul 3	14	14	3	3	1	-	2	1	-

3. Numărul orelor pe săptămână

Anul	Semestrul I	Semestrul II
1	22	22
2	22	16+90 ore de practică
3	22	22



Prof. univ. dr. ing. habil. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

4. Modul de alegere a cursurilor opționale. Condiționări.

Studentul va alege o disciplină opțională din pachetele propuse la sfârșitul anului de studii precedent.

5. Condiții de înscriere în anul de studii următor. Condiții de promovare a unui an de studii. Condiții de revenire

Conform regulamentului privind activitatea profesională a studenților.

6. Examenul de licență/diplomă

1. Perioada de întocmire a lucrării de licență/diplomă: semestrele I și II din anul terminal;
2. Perioada de susținere a examenului de licență/diplomă: conform structurii anului universitar;
3. Nr. credite pentru examenul de licență/diplomă: 10 credite.

7. Programe în regim facultativ

În timpul studiilor de licență poate fi parcurs programul de formare psihopedagogică - Nivel I, conform planului de învățământ specific, aprobat prin ordin de ministru.

8. Rezultatele învățării

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
1.	Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență. Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar analizei	Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice. Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate. Studentul/Absolventul aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile economice la nivel micro/macroeconomic. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia. Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației. Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic. Studentul/Absolventul fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic. Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. hab. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.	macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitele) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.
2.	Studentul/Absolventul identifică funcționalitățile avansate ale aplicațiilor de birou și modul în care acestea sunt utilizate în domeniul economic (calcul tabelar complex prin funcții, validarea, interogarea, sintetizarea datelor și reprezentarea grafică a acestora). Studentul/Absolventul identifică principiile fundamentale ale securității informațiilor, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea datelor din domeniul economic. Studentul/Absolventul identifică și analizează conceptele și tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic. Studentul/Absolventul descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (IoT, AI, Cloud/Fog/Edge Computing, Blockchain etc.).	Studentul/Absolventul utilizează aplicațiile de birou în domeniul economic. Studentul/Absolventul recunoaște și evaluează riscurile de securitate asociate cu gestionarea informațiilor în domeniul economic. Studentul/Absolventul utilizează instrumente de automatizare, pentru a automatiza sarcinile repetitive în activitățile economice. Studentul/Absolventul identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate. Studentul/Absolventul utilizează instrumentele open source pentru exploatarea principalelor facilități oferite de tehnologiile emergente.	Studentul/Absolventul asigură acuratețea și claritatea informațiilor din documentele gestionate cu aplicații de birou. Studentul/Absolventul operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor. Studentul/Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate de mediul informațional în contextul smart development.
3.	Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. Studentul/Absolventul utilizează elemente de matematici financiare, optimizarea funcțiilor de mai multe variabile, prognoza evoluției în timp a indicatorilor economici, modelarea probabilistică a fenomenelor	Studentul/Absolventul modelează un proces economic și factorii determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile. Studentul/Absolventul utilizează algoritmi matematici pentru determinarea soluției optime a unei probleme de maximizare sau minimizare a unei funcții care modelează un indicator de rezultat.	Studentul/Absolventul utilizează autonom metodele de analiză cantitativă și tehnici avansate de calcul pentru evaluarea rezultatului și a impactului factorilor determinanți în problemele complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor. Studentul/Absolventul aplică cu responsabilitate metodele matematice de prognoză și a algoritmilor de optimizare a deciziilor privind funcționarea organizației.

Rector,

Prof. univ. dr.-ing. habilit. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	economice care se desfășoară în condiții de risc și incertitudine, evaluarea indicatorilor statistici care caracterizează un fenomen economic, estimarea parametrilor unui model. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și analizează coerent în privința definirii conceptelor, modelelor și metodelor cantitative necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	Studentul/Absolventul modelează probabilist scenariile de evoluție a unui fenomen economic, evaluează rezultatul asociat fiecărui scenariu și estimează a rezultatul așteptat pe baza scenariilor identificate, utilizând caracteristici numerice ale variabilelor aleatoare (valoare medie, dispersie, coeficient de corelație). Studentul/Absolventul analizează date, estimează parametrii unui model statistic și fundamentează decizia managerială pe baza acestora. Studentul/Absolventul cuantifică valoarea în timp a unui flux de capital, utilizând modele de matematici financiare.	Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale, pe baza utilizării instrumentelor de modelare probabilistă, analiză statistică, estimare a rezultatelor așteptate și optimizare a indicatorilor de rezultat.
4.	Studentul/Absolventul identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul identifică rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul clasifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul identifică tranzacțiile și evenimentele de bază ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea principiului partidei duble pentru înregistrarea tranzacțiilor și evenimentelor unei entități raportoare. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind întocmirea (pregătirea) situațiilor (rapoartelor) financiare ale unei entități raportoare.	Studentul/Absolventul calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. Studentul/Absolventul diferențiază utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale. Studentul/Absolventul comunică utilizatorilor informații din rapoartele financiare.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare. Studentul/Absolventul verifică corectitudinea analizei contabile. Studentul/Absolventul lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile.
5.	Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea	Studentul/Absolventul lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și	Studentul/Absolventul utilizează coerent conceptele în vederea: adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habil. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: **Marketing**
 Program de studii universitare de licență: **Marketing**
 Forma de învățământ: **cu frecvență**
 Durata studiilor: **3 ani**
 Numărul total de credite: **180**
 Valabil începând cu anul universitar: **2025 - 2026**

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	modulul în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale; înțelegerea impactului politicilor guvernamentale asupra mediului economic; abilitățile și strategiile de comunicare eficiente în cadrul organizațiilor; analiza modulului în care localizarea și resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.	emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri; transmite informații clar și concis, atât verbal cât și în scris; gestionează eficient resursele naturale pentru a asigura sustenabilitatea și creșterea economică; adaptează strategiile economice la schimbările și evoluțiile din mediul economic global.	situații complexe și imprevizibile; monitorizării și evaluării impactului politicilor implementate; asumării responsabilității pentru calitatea și acuratețea informațiilor comunicate, precum și pentru impactul deciziilor asupra mediului; adaptării strategiilor economice la evoluția mediului economic extern.
6.	Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse. Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.	Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe. Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex. Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.	Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere, etc). Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări/proiecte complexe în limba străină. Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.
7.	Studentul/Absolventul recunoaște cerințele fundamentale ale practicii sportive și principiile generale ale activităților de educație fizică aplicate în context universitar. Studentul/Absolventul cunoaște factorii determinanți ai capacității motrice (viteză, rezistență, forță, coordonare) și metodele de dezvoltare a acestora. Studentul/Absolventul înțelege importanța educației fizice în menținerea sănătății și echilibrului psihofizic în perioada studiilor universitare.	Studentul/Absolventul aplică procedee tehnico-tactice și respectă regulile de organizare și desfășurare a jocurilor. Studentul/Absolventul execută exerciții specifice pentru îmbunătățirea capacităților motrice, utilizând corect metode variate (lucru în circuit, antrenament variabil etc.). Studentul/Absolventul aplică în mod constant deprinderi motrice și participă la activități motrice de grup și individuale pentru menținerea tonusului fizic.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru participarea activă și conștientă la activitățile motrice, cu respectarea normelor de securitate și protecție. Studentul/Absolventul își gestionează progresul individual prin autoevaluare și implicare în activități cu efort adaptat propriului nivel funcțional. Studentul/Absolventul manifestă autonomie în alegerea activităților motrice potrivite și își asumă angajamentul pentru un stil de viață activ și echilibrat.
8.	Studentul/Absolventul identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice	Studentul/Absolventul recunoaște și aplică principalele metode statistice pentru analiza fenomenelor economice și sociale, aplică metode statistice în măsurarea și analiza proceselor economico-sociale la nivel macroeconomic,	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în asigurarea acurateței și integrității datelor statistice, aplicând tehnici de validare și verificare, lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor statistice,

Rector

Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale. Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea tehnicilor și instrumentelor economice pentru realizarea analizelor și predicțiilor economico-financiare, și privind aplicarea metodelor cantitative pentru analiza datelor prin testarea și interpretarea modelelor econometrice.	analizează conceptele, modelele și metodele de previziune a fenomenelor socio-economice, recunoaște conceptele, principiile, metodele și tehnicile de organizare a unei observări statistice parțiale, indică modul de asigurare al instrumentelor necesare analizei cantitative și calitative a fenomenelor economice/. Studentul/Absolventul utilizează eficient pachetele software pentru analiza datelor prin metode statistice și econometrice, aplicând concepte, teorii, principii și instrumente de investigare a fenomenelor și proceselor economice și sociale.	contribuind la luarea deciziilor informate în cadrul organizației, organizează, documentează și arhivează datele colectate, asigurând accesibilitatea și corectitudinea acestora pentru utilizări ulterioare, demonstrează autonomie în analizarea rolului statisticii în studierea fenomenelor economice și utilizarea acestora în deciziile micro și macroeconomice, aplică metode statistice la nivel macroeconomic, fiind capabil să aprofundeze și să aplice autonom concepte și analize relevante în economie, formulează corect probleme statistice și explică indicatorii cheie de resurse și rezultate la nivel macroeconomic, manifestând responsabilitate în analiză, își asumă responsabilitatea de a proiecta și a desfășura cercetări complexe, asigurându-se că rezultatele sunt relevante și corecte.
9.	Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe despre sectorul financiar bancar. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe privind politicile financiare la nivel de public și la nivel de entitate economică. Studentul/Absolventul deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.	Studentul/Absolventul recunoaște datele financiare relevante. Studentul/Absolventul utilizează instrumente de analiză financiară specifice domeniul financiar-bancar. Studentul/Absolventul analizează fenomenele și activitățile financiare complexe specifice domeniului financiar-bancar. Studentul/Absolventul formulează strategii eficiente specifice activităților financiar-bancare.	Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în luarea deciziilor și oferirea de consultanță în domeniul financiar-bancar. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor.
10.	Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.	Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a	Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habil. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva relațiilor economice internaționale.	fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale. Studentul/Absolventul identifică, analizează critic și interpretează implicarea actorilor locali, regionali și globali în relațiile economice internaționale și fundamentează și propune soluții eficiente și inovatoare pentru optimizarea afacerilor internaționale în contextul globalizării și digitalizării.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilități și roluri specifice în proiecte internaționale, privind identificarea și analiza critică de opțiuni strategice și luarea deciziilor etice legate de internaționalizare și operare pe piețele externe, în contextul digitalizării. Studentul/Absolventul are capacitatea de a lucra în echipe, inclusiv multiculturale, de a contribui activ la dezbateri și decizii, și de a oferi soluții fundamentate pentru probleme economice internaționale, inclusiv pentru crearea de planuri de afaceri, într-un context global volatil, complex și incert.
11.	Studentul/Absolventul identifică utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale. Studentul/Absolventul descrie rapoartele financiare ale entităților economice Studentul/Absolventul identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități economice. Studentul/Absolventul analizează tranzacțiile și evenimentele ce trebuie recunoscute în contabilitate. Studentul/Absolventul identifică opțiunile contabile permise de norme.	Studentul/Absolventul pregătește informațiile din rapoartele financiare pentru fundamentarea deciziilor economice. Studentul/Absolventul judecă situații specifice recunoașterii elementelor din rapoartele financiare pe baza reglementărilor contabile. Studentul/Absolventul interpretează rapoartele financiare ale entităților raportoare. Studentul/Absolventul raportează utilizatorilor informații financiare și nonfinanciare.	Studentul/Absolventul pregătește rapoarte financiare conform reglementărilor contabile naționale sau internaționale. Studentul/Absolventul demonstrează autonomie în evaluarea și recunoașterea tranzacțiilor și evenimentelor în contabilitate. Studentul/Absolventul gestionează aplicarea opțiunilor contabile.
12.	Studentul/Absolventul identifică noțiunile de bază privind aplicațiile pentru gestiunea activității de birou, principalele lor facilități precum și modul de utilizare a unor astfel de aplicații în rezolvarea problemelor din activitatea curentă a unei entități economice.	Studentul/Absolventul utilizează eficient aplicațiile pentru gestiunea activității de birou în vederea rezolvării problemelor din activitatea curentă a unei entități economice, identificând și aplicând cele mai potrivite tehnici și metode. Studentul/Absolventul propune soluții pentru gestiunea curentă a activității unei entități economice, utilizând	Studentul/Absolventul utilizează în mod autonom aplicații pentru gestiunea activității de birou pentru rezolvarea diferitelor probleme din activitatea curentă a unei entități economice. Studentul/Absolventul selectează și aplică într-un mod autonom instrumentele, metodele și tehnicile cele mai potrivite pentru rezolvarea unei probleme concrete din activitatea curentă a unei entități economice.



Prof. univ. dr. ing. Marius Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
		funcțiile specifice aplicațiilor pentru gestiunea activității de birou.	
13.	Studentul/Absolventul cunoaște și explică conceptele fundamentale legate de procesarea avansată a informației și utilizarea aplicațiilor pentru crearea și gestionarea de conținut digital. Studentul/Absolventul descrie funcțiile statistice și financiare avansate din Microsoft Excel și înțelege aplicabilitatea acestora în analiza datelor. Studentul/Absolventul cunoaște principiile comunicării digitale și descrie bune practici în realizarea conținutului online și în utilizarea platformelor colaborative.	Studentul/Absolventul utilizează instrumente digitale avansate și aplicații de creare multimedia pentru a genera, edita și prezenta conținut în format profesional. Studentul/Absolventul creează și publică conținut multimedia (ex. site-uri personale, prezentări video) folosind instrumente precum Google Sites și ProShow, adaptate scopului educațional sau profesional. Studentul/Absolventul aplică formule și funcții avansate (PV, FV, PMT, Forecast, Goal Seek) în realizarea de rapoarte și simulări financiare, utilizând scenarii și tabele pivot pentru luarea deciziilor.	Studentul/Absolventul demonstrează inițiativă și responsabilitate în utilizarea tehnologiilor digitale pentru comunicare și colaborare, respectând normele de ergonomie și securitate cibernetică. Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea utilizării corecte și etice a aplicațiilor digitale, respectând drepturile de autor și normele de securitate IT în mediul educațional sau profesional. Studentul/Absolventul interpretează corect rezultatele obținute și își asumă responsabilitatea pentru acuratețea analizelor realizate în contexte economice și organizaționale.
14.	Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.	Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de fundamenta decizii constructive în marketing.	Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funcțiilor de execuție în domeniul marketing. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.
15.	Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în coroborare cu mediul organizației.	Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de

Rector,

RECTORAT

Prof. univ. dr. ing. habil. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor. Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.	manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor. Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științifică. Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.
16.	Studentul/Absolventul utilizează constructe teoretice privind: conceptul de dezvoltare durabilă și dimensiunile acestuia; obiectivele de dezvoltare durabilă ale Agendei 2030; modalitățile de aplicare a obiectivelor de dezvoltare durabilă la nivel local, național și global, precum și la relațiile de interdependență dintre acestea; principalii indicatori utilizați pentru măsurarea dezvoltării durabile. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe referitoare la conceptul de securitate alimentară și nutrițională și la factorii care influențează starea securității alimentare și nutriționale, malnutriție, subalimentație și supraalimentație; deosebește și compară securitatea alimentară de/cu celelalte probleme globale: suprapopulare, sărăcie, poluare, schimbări climatice, crize economice etc.	Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizează indicatorii de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile. Studentul/Absolventul aplică metode de identificare a stării securității alimentare și nutriționale; de identificare a dimensiunii problemelor privind malnutriția, supraalimentația și subalimentația; de calcul a valorii energetice a alimentelor, metabolismului bazal și necesarului energetic.	Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă. Studentul/Absolventul propune soluții de asigurare a securității alimentare și nutriționale; realizează programe/campanii de informare și educare a populației privind alimentația sănătoasă și nutriția.
17.	Studentul/Absolventul utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii.	Studentul/Absolventul aplică metode de analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale studiate la

Rector,

Prof. univ. dr. ing. Hădăreanu Mădălin BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: **Marketing**
 Program de studii universitare de licență: **Marketing**
 Forma de învățământ: **cu frecvență**
 Durata studiilor: **3 ani**
 Numărul total de credite: **180**
 Valabil începând cu anul universitar: **2025 - 2026**

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța regulilor și principiilor de drept aplicabile în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța reglementărilor legale aplicabile participanților la raporturile juridice de drept al afacerilor, precum și în materia contractelor, ca principale instrumente în relațiile de afaceri.	Studentul/Absolventul aplică reglementări legale în materie pentru soluționarea unor problemele practice de natură juridică și economică cu care se confruntă participanții la raporturile juridice de drept al afacerilor. Studentul/Absolventul deține abilități avansate de înțelegere și analiză a clauzelor contractuale, a regulilor aplicabile în materia negocierii, încheierii și executării contractelor, inclusiv a aspectelor litigioase relevante în practica de afaceri.	soluționarea unor situații practice cu care se confruntă participanții în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic. Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri. Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește utilizarea reglementărilor legale studiate pentru evidențierea principalelor etape privind constituirea și funcționarea societăților, ca principali participanți la raporturile juridice de drept al afacerilor.
18.	Studentul/Absolventul descrie logic și articulat conceptele și teoriile asociate activităților de marketing în mediul online, inclusiv celor utilizate pentru marketingul prin canale de comunicare sociale (social media). Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și aplicațiilor informatice utilizate în marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele avansate legate de sistemele informatice de marketing și poate contribui la digitalizarea activităților de marketing ale organizației. Studentul/Absolventul folosește adecvat produse software pentru activitatea de marketing online, inclusiv pe cele bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe rigoare științifică cu privire la procesul de dezvoltare a instrumentelor de comunicare în mediul online (pagini web) bazate pe principii de marketing și realizarea de strategii de marketing online. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta analize și studii specifice în domeniul instrumentelor software de marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.
19.	Studentul/Absolventul enumeră factorii principali care influențează comportamentul consumatorului, cum ar fi factorii psihologici (motivație, percepție), sociali (familie, grupuri de referință), culturali și personali. Studentul/Absolventul explică modul în care procesul decizional al consumatorului (recunoașterea nevoii,	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele de specialitate pentru proiectarea și implementarea diferitelor tipuri de cercetări de marketing și aplică adecvat metodele și tehnicile de cercetare cantitativă și calitativă în funcție de contextul de marketing. Studentul/Absolventul analizează factorii care	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în analiza datelor despre comportamentul consumatorului, asigurându-se că interpretările și recomandările respectă principiile etice, cum ar fi confidențialitatea datelor și evitarea manipulării consumatorilor.

Prof. univ. dr. Ing. habil. Marian BARBU

Decan,
 Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	căutarea informațiilor, evaluarea alternativelor, decizia de cumpărare, comportamentul post-cumpărare) este influențat de factorii interni și externi. Studentul/Absolventul identifică tehnicile de marketing care pot fi utilizate pentru a influența comportamentul consumatorului, cum ar fi mesajele personalizate sau campaniile bazate pe valori culturale, în funcție de un segment specific de piață.	influențează deciziile de cumpărare ale unui segment de consumatori, identificând pattern-uri de comportament bazate pe date demografice, psihografice sau contextuale. Studentul/Absolventul evaluează eficacitatea strategiilor de marketing utilizate pentru a influența comportamentul consumatorului, comparând impactul diferitelor abordări (ex. apeluri emoționale vs. raționale) și justificând cea mai potrivită pentru un public-țintă specific. Studentul/Absolventul elaborează o campanie de marketing bazată pe comportamentul consumatorului, proiectând mesaje și tactici personalizate care să răspundă nevoilor și motivațiilor unui segment de piață, integrând cunoștințe despre procesul decizional al consumatorului.	Studentul/Absolventul dezvoltă independent o strategie de marketing bazată pe comportamentul consumatorului, identificând autonom nevoile și preferințele unui segment de piață și propunând soluții creative fără supraveghere constantă. Studentul/Absolventul coordonează proiecte de grup pentru analiza comportamentului consumatorului, gestionând resursele, asumându-și responsabilitatea pentru calitatea rezultatelor echipei și demonstrând inițiativă în adaptarea strategiilor la feedback-ul primit sau la schimbările din piață.
20.	Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la particularitățile piețelor internaționale, mediul de marketing internațional și mixul de marketing specific organizațiilor care activează pe piețe internaționale. Studentul/Absolventul identifică pertinent particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor care activează în domeniul serviciilor.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de operaționalizare a strategiilor de produs, preț, distribuție și comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în sectorul serviciilor sau în context internațional.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în procesul de culegere, analiză și interpretare a datelor provenite din mediul de marketing internațional, relevante pentru a elabora o strategie adecvată pentru o organizație care activează în context internațional. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii pertinente referitoare la strategia de
21.	Studentul/Absolventul recunoaște conceptele și strategiile de stabilire a prețurilor, în corelație cu variabilele mediului organizațional, comportamentul consumatorului și concurența. Studentul/Absolventul identifică metodele cantitative și calitative de cercetare utilizate în definirea strategiilor de	Studentul/Absolventul utilizează metode moderne de stabilire a prețului (pe baza costurilor, marjei, concurenței, maximizării profitului sau curbei experienței) pentru a rezolva probleme reale sau simulate din domeniul marketingului. Studentul/Absolventul elaborează strategii de preț diferențiate, în funcție de segmentarea pieței,	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a realiza analize detaliate privind mediul organizațional și identifică factorii relevanți care influențează deciziile de preț în context concurențial. Studentul/Absolventul manifestă responsabilitate și rigoare în utilizarea principiilor eticii profesionale,



Rector,
 Prof. univ. dr. ing. habil. Marian BARBU

Decan,
 Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: **Marketing**
 Program de studii universitare de licență: **Marketing**
 Forma de învățământ: **cu frecvență**
 Durata studiilor: **3 ani**
 Numărul total de credite: **180**
 Valabil începând cu anul universitar: **2025 - 2026**

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	preț și explică impactul variabilelor externe asupra politicilor de preț adoptate de organizații. Studentul/Absolventul interpretează modele economice și decizionale aplicate în contexte precum monopolul, concurența monopolistică sau oligopolul, adaptând strategiile de preț la specificul pieței.	comportamentul de cumpărare și ciclul de viață al produsului. Studentul/Absolventul realizează proiecte de analiză a pieței și formulează decizii coerente privind politicile de preț, fundamentate economic și orientate spre performanță.	asumându-și roluri în activitățile de analiză, cercetare și fundamentare a strategiilor de preț. Studentul/Absolventul demonstrează autonomie în aplicarea tehnicilor de segmentare și diferențiere a prețurilor, precum și în elaborarea deciziilor strategice în condiții de monopol, oligopol sau concurență monopolistică.
22.	Studentul/Absolventul recunoaște interdependențele dintre variabilele mixului de marketing și modul în care acestea influențează procesele decizionale în contexte simulate. Studentul/Absolventul identifică aplicațiile informatice relevante pentru marketing, precum SIMEXPERT sau Microsoft Project, și modul lor de utilizare pentru analiza și planificarea strategică. Studentul/Absolventul explică metodele de simulare și alocare eficientă a resurselor în contextul deciziilor de marketing.	Studentul/Absolventul utilizează software specializat pentru a construi scenarii de marketing și pentru a testa decizii strategice fără riscuri financiare. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing simulate pe baza interacțiunii variabilelor de marketing și a piețelor virtuale. Studentul/Absolventul dezvoltă proiecte de simulare și aplică soluții inovatoare pentru optimizarea mixului de marketing.	Studentul/Absolventul are capacitatea de realiza simulări complete și complexe în cadrul echipelor de lucru, demonstrând capacitate de leadership și implicare. Studentul/Absolventul manifestă inițiativă și gândire critică în interpretarea rezultatelor simulărilor și ajustarea deciziilor de marketing. Studentul/Absolventul se implică activ în învățarea prin practică și își asumă responsabilitatea în cadrul proiectelor de marketing simulate.
23.	Studentul/Absolventul descrie logic și articulat conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare identificării factorilor care influențează funcționarea organizației, analizei mediului de marketing, studierii pieței, înțelegerii comportamentului consumatorilor și analizei datelor semnificative pentru activitatea de marketing. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei științifice de cercetare pentru dezvoltarea de proiecte de marketing.	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele de specialitate pentru proiectarea și implementarea diferitelor tipuri de cercetări de marketing și aplică adecvat metodele și tehnicile de cercetare cantitativă și calitativă în funcție de contextul de marketing. Studentul/Absolventul analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing. Studentul/Absolventul elaborează rapoarte de cercetare complexe, care evidențiază relevanța rezultatelor din perspectiva scopului cercetării și comunică rezultatele către toate categoriile de stakeholderi.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe curiozitate intelectuală, în procesele de elaborare și implementare a activităților de cercetare de marketing. Studentul/Absolventul menține preocuparea constantă pentru rigoarea științifică în diferitele etape de realizare a proiectelor de cercetare în contexte de marketing. Studentul/Absolventul manifestă spirit de echipă și dorința de a lucra într-un mediu de încredere în relația cu persoanele implicate în proiectele de cercetare.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. Hăbili Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
			Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în realizarea bugetelor de cercetare și a rapoartelor de cercetare de marketing.
24.	Studentul/Absolventul identifică și descrie componentele de bază ale unei entități economice, precum structura organizațională, procesele interne și fluxurile informaționale. Studentul/Absolventul cunoaște și explică principalele etape și funcții implicate în desfășurarea activităților economice specifice domeniului, într-un cadru instituțional. Studentul/Absolventul recunoaște mecanismele generale ale luării deciziilor în mediul economic și factorii care influențează aceste procese. Studentul/Absolventul înțelege principiile etice și cadrul normativ care guvernează comportamentul profesional în contextul activităților economice.	Studentul/Absolventul analizează mediul intern și extern al unei entități economice și înțelege structura funcțională și relațiile dintre componentele acesteia, utilizând metode și instrumente specifice analizei organizaționale. Studentul/Absolventul explică modul de desfășurare a activităților economice la nivelul diferitelor compartimente ale unei entități, în corelare cu funcțiile generale ale activităților specifice domeniului din care face parte programul de studiu. Studentul/Absolventul colectează, organizează și interpretează informații relevante, redactând documente de sinteză și analiză în contextul activităților desfășurate.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în documentarea și raportarea activităților desfășurate. Studentul/Absolventul participă activ la îndeplinirea unor sarcini specifice mediului economic, asumându-și responsabilități în acord cu nivelul său de pregătire profesională. Studentul/Absolventul își exercită autonomia în redactarea de materiale analitice și propune sugestii de îmbunătățire a proceselor observate în contextul activităților derulate. Studentul/Absolventul dovedește profesionalism, rigoare și responsabilitate în realizarea sarcinilor primite, reflectând asupra propriei evoluții în cadrul experienței practice.
25.	Studentul/Absolventul recunoaște și definește conceptele de bază privind tehnicile de vânzare și comportamentul clientului în procesul de achiziție. Studentul/Absolventul identifică strategiile de comunicare și instrumentele de persuasiune folosite în procesul de vânzare. Studentul/Absolventul explică procesul decizional al clientului și etapele vânzării, de la prospectare la obținerea angajamentului final.	Studentul/Absolventul utilizează tehnici de vânzare adaptate diverselor contexte organizaționale, aplicând principii de ascultare activă, persuasiune și încheiere a vânzării. Studentul/Absolventul elaborează soluții de comunicare eficiente în cadrul întâlnirilor de vânzare și dezvoltă scenarii de relaționare cu clientul. Studentul/Absolventul implementează proiecte de vânzare și dezvoltă exerciții practice pentru antrenarea abilităților comerciale.	Studentul/Absolventul organizează și conduce în mod autonom întâlniri de vânzare, demonstrând responsabilitate, profesionalism și capacitatea de a gestiona eficient întregul proces comercial. Studentul/Absolventul manifestă responsabilitate în respectarea eticii și a regulilor de conduită profesională în vânzări. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a realiza studii și proiecte privind activitățile de vânzare și formulează soluții critice și constructive pentru îmbunătățirea performanței comerciale.
26.	Studentul/Absolventul recunoaște conceptele fundamentale de marketing și particularitățile aplicării	Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată pentru a rezolva situații de marketing în afaceri mici, aplicând	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a realiza analize relevante asupra activităților de

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	acestora în contextul micilor afaceri, incluzând analiza mediului intern și extern, mixul de marketing și planificarea strategică. Studentul/Absolventul identifică elemente specifice ale marketingului aplicat în firme mici, precum profilul consumatorului, strategii de poziționare, canale de distribuție și forme de comunicare eficientă. Studentul/Absolventul explică și aplică metode de analiză și previziune în marketingul micilor afaceri, utilizând instrumente precum SWOT, BCG și modelul Porter.	instrumente teoretice și practice într-un cadru real sau simulat. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific, adaptate la dimensiunea, resursele și oportunitățile unei afaceri mici. Studentul/Absolventul dezvoltă proiecte de marketing complet funcționale, demonstrând capacitatea de a genera soluții creative și eficiente pentru micile întreprinderi.	marketing ale micilor afaceri și formulează strategii sustenabile pentru dezvoltarea acestora. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și orientată spre rezultate în conceperea, aplicarea și optimizarea activităților de marketing ale firmelor mici. Studentul/Absolventul planifică și conduce activități de marketing, demonstrând responsabilitate și autonomie în luarea deciziilor.
27.	Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și metodele asociate proceselor de managementul vânzărilor, în corelație cu instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniilor de vânzări și marketing. Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele metodele și indicatorii asociați abordării procesuale în managementul vânzărilor.	Studentul/Absolventul analizează, interpretează și selectează factorii de mediu intern și extern ai organizației, cu influență critică asupra capacității decizionale în managementul vânzărilor. Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme emergente ale comunității de practică în vânzări. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de selectare și utilizare inovativă a unui pachet de instrumente de marketing pentru revizuirea sistemului de raportare în managementul vânzărilor.	Studentul/Absolventul demonstrează dobândirea competențelor de elaborare a strategiilor de vânzări și de valorificare creativă a tehnicilor specifice de interacțiune cu clienții, prin fructificarea avantajelor tehnologiei digitale. Studentul/Absolventul are capacitatea de a proiecta, implementa și monitoriza programe de comunicare a valorii prin raportare la dinamica schimbărilor exigențelor consumatorilor și a altor stakeholderi relevanți. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a asigura utilizarea avansată a metodelor și instrumentelor de coordonare procesuală a expertizei de marketing și vânzări, în beneficiul reușitei strategiei de comunicare integrată de marketing.
28.	Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe avansate de revizuire a politicilor mix-ului de marketing prin înțelegerea preferințelor și exigențelor consumatorilor, identificarea și utilizarea unor tehnologii	Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini/ abilități de aplicare a metodelor de cercetare directă și indirectă a piețelor; privind organizarea și gestionarea lanțurilor de aprovizionare/desfacere a produselor agroalimentare.	Studentul/Absolventul dovedește capacitatea de a realiza studii de piață; de a fundamenta și aplica un management performant al lanțurilor de aprovizionare/desfacere a produselor agroalimentare; de a promova practicile de marketing și logistică care

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	suport de promovare a obiectivelor marketingului sustenabil. Studentul/Absolventul utilizează conceptele avansate de tranziție ecologică, specifică filierei agroalimentare, prin abordarea unui demers colaborativ de calibrare a efortului de marketing, pentru a asigura sustenabilitatea lanțurilor de aprovizionare/ desfacere a produselor agroalimentare. Studentul/Absolventul dovedește capacitate avansată de integrare a indicatorilor cheie de performanță și a metodelor de identificare și minimizare a riscurilor economice și de mediu.	Studentul/Absolventul analizează decalajele de percepție cu privire la consecințele asupra mediului a activităților filierelor agroalimentare, proiectează și testează campanii de marketing sustenabil. Studentul/Absolventul dezvoltă capacitatea de planificare și optimizare a fluxurilor logistice, inclusiv transportul, depozitarea și distribuția produselor agroalimentare, în contextul raportării la bunele practici promovate de economia circulară.	susțin dezvoltarea durabilă; de a crea și gestiona strategii de marketing și logistică pentru organizațiile agroalimentare. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a-și îmbunătăți constant propriile cunoștințe pentru a rămâne competitiv în domeniile agromarketingului, marketingului sustenabil și logisticii. Studentul/Absolventul promovează necesitatea dezvoltării expertizei de marketing prin valorificarea oportunităților economiei circulare: crearea unor soluții circulare scalabile, parteneriate de afaceri durabile, integrarea indicatorilor de performanță axați pe valoare.
29.	Studentul/Absolventul definește conceptele fundamentale de etică, integritate academică și deontologie profesională, precum și cadrul legislativ și instituțional național relevant. Studentul/Absolventul descrie principiile care reglementează integritatea în activitatea de predare, evaluare și cercetare științifică în învățământul superior. Studentul/Absolventul recunoaște formele de fraudă academică și explică mecanismele de prevenire și combatere a acestora în contextul universitar. Studentul/Absolventul explică rolul eticii academice în formarea gândirii critice și dezvoltarea profesională durabilă în mediul universitar și post-universitar.	Studentul/Absolventul identifică corect încălcările normelor de etică academică și diferențiază tipurile de comportamente neetice, utilizând criterii juridice și morale. Studentul/Absolventul aplică norme de redactare științifică, inclusiv elaborarea titlurilor, rezumatelor, bibliografiilor și utilizarea corectă a surselor academice. Studentul/Absolventul analizează cazuri de încălcare a integrității și aplică metode de evitare a plagiatului și de validare a surselor bibliografice în activități practice. Studentul/Absolventul aplică gândirea critică în evaluarea propriului comportament și în adoptarea de decizii morale în situații complexe întâlnite în viața academică.	Studentul/Absolventul manifestă responsabilitate personală în aplicarea codurilor etice, asumându-și respectarea standardelor de integritate în activitățile didactice și academice. Studentul/Absolventul se angajează să redacteze lucrări originale, respectând cerințele etice și tehnice ale scrierii academice, demonstrând autonomie și integritate în activitatea sa. Studentul/Absolventul acționează etic și cu discernământ în situații academice ambigue sau riscante, contribuind activ la promovarea unei culturi a integrității în cadrul comunității universitare. Studentul/Absolventul își asumă rolul de agent al schimbării în promovarea valorilor etice, contribuind activ și conștient la menținerea reputației instituționale și personale.
30.	Studentul/Absolventul enumeră principalele mijloace moderne de comunicare, cum ar fi platformele de social media, aplicațiile de mesagerie instant,	Studentul/Absolventul analizează eficiența diferitelor mijloace moderne de comunicare într-un context specific, identificând punctele forte și slabe ale platformelor (ex.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în utilizarea mijloacelor moderne de comunicare, asigurându-se că mesajele transmise prin platforme digitale respectă normele etice, legale și de

Rector,

Prof. univ. dr. ing. Habi Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	videoconferințele și instrumentele de colaborare online (ex. Zoom, MT, WhatsApp). Studentul/Absolventul explică modul în care mijloacele moderne de comunicare influențează interacțiunile profesionale și personale, evidențiind avantajele (ex. rapiditate, accesibilitate) și provocările (ex. supraîncărcare informațională, probleme de confidențialitate). Studentul/Absolventul identifică mijloacele moderne de comunicare potrivite pentru un context specific, cum ar fi organizarea unei reuniuni de afaceri virtuale sau gestionarea comunicării într-o campanie de marketing digital, explicând raționamentul alegerii.	social media vs. videoconferințe) în funcție de obiectivele comunicării și de publicul țintă. Studentul/Absolventul evaluează adecvarea instrumentelor de comunicare digitală pentru o situație dată, comparând alternative (ex. email vs. aplicații de mesagerie instant) și justificând cea mai potrivită alegere în funcție de rapiditate, securitate și impact. Studentul/Absolventul elaborează un plan de comunicare integrat utilizând mijloace moderne, proiectând o strategie care combină platforme precum social media, aplicații de colaborare și videoconferințe pentru a optimiza interacțiunea într-un proiect profesional sau o campanie de marketing.	confidențialitate, protejând astfel datele și reputația părților implicate. Studentul/Absolventul selectează și gestionează independent mijloacele moderne de comunicare pentru un proiect specific, cum ar fi organizarea unei campanii digitale sau a unei reuniuni virtuale, adaptând autonom platformele și strategiile la nevoile publicului țintă. Studentul/Absolventul coordonează activități de grup utilizând mijloace moderne de comunicare, asumându-și responsabilitatea pentru buna funcționare a comunicării în echipă, gestionând eficient instrumente precum aplicațiile de colaborare și videoconferințele, și demonstrând inițiativă în rezolvarea problemelor tehnice sau de comunicare.
31.	Studentul/Absolventul identifică conceptele și tehnologiile de gestiune a bazelor de date relaționale specifice domeniilor contabilitate și audit.	Studentul/Absolventul utilizează instrumente informatice de gestiune a bazelor de date relaționale, pentru a automatiza procesele de gestiune și sarcinile repetitive în contabilitate și audit.	Studentul/Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor financiar-contabile automatizate prin sisteme informatice cu baze de date, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare.
32.	Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la analiza și interpretarea factorilor de influență asupra deciziei strategice de marketing. Studentul/Absolventul se focalizează pe utilizarea avansată a modelelor, tehnicilor și metodelor specifice de valorificare a informațiilor relevante din interacțiunea firmei cu mediul intern și extern. Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele dobândite cu scopul formulării, implementării și controlului deciziilor strategice de marketing.	Studentul/Absolventul proiectează anvergura de reacție a firmei la dinamismul și imprevizibilitatea piețelor, cu scopul adresării diferențiate a publicului țintă, prin cea mai buna oferta de valoare din arena competițională. Studentul/Absolventul elaborează, testează și revizuieste opțiunile strategice adecvate valorificării ofertei de valoare proiectate. Studentul/Absolventul concepe tipare de poziționare strategică prin intermediul afirmării gradului superior de satisfacere a exigențelor consumatorilor și stakeholderilor relevanți.	Studentul/Absolventul demonstrează dobândirea competențelor de elaborare a strategiilor de marketing aplicabile pentru rezolvarea problemelor cheie semnalate din mediul de afaceri. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a proiecta soluții de integrare și valorificare a avantajelor tehnologiei digitale pentru creșterea valorii informative a deciziei strategice de marketing. Studentul/Absolventul dovedește capacitatea de a testa și selecta soluții combinate, aplicabile problemelor complexe din mediul de afaceri.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
33.	Studentul/Absolventul identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană. Studentul/Absolventul diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).	Studentul/Absolventul evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a aplica principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand). Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a redacta comunicate de presă și de a produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).
34.	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	Studentul/Absolventul manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing. Studentul/Absolventul dovedește spirit de echipă, fiind capabil să stabilească relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu partenerii implicați în diferite etape ale procesului de comunicare.
35.	Studentul/Absolventul identifică și clasifică principalele tipuri de strategii digitale aplicate în mediul organizațional: strategii de accesibilitate, conectare, colaborare, personalizare și implicare. Studentul/Absolventul recunoaște conceptele, instrumentele și canalele digitale utilizate pentru implementarea strategiilor digitale în contexte comerciale și sociale.	Studentul/Absolventul aplică în mod practic strategiile digitale pentru creșterea vizibilității și interacțiunii cu consumatorii. Studentul/Absolventul utilizează platforme și instrumente digitale pentru a îmbunătăți accesibilitatea conținutului, a facilita colaborarea online, a personaliza experiențele utilizatorilor și a stimula implicarea acestora.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a elabora și implementa autonom strategii digitale adaptate obiectivelor de marketing și comunicare ale unei organizații. Studentul/Absolventul manifestă responsabilitate în alegerea canalelor și tehnologiilor digitale utilizate și în evaluarea impactului strategiilor asupra publicurilor țintă.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habil. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
		Studentul/Absolventul proiectează campanii și inițiative bazate pe strategiile digitale analizate.	Studentul/Absolventul integrează coerent conceptele de accesibilitate, conectare, colaborare, personalizare și implicare în planuri strategice digitale.
36.	Studentul/Absolventul recunoaște conceptele fundamentale ale analizei cantitative aplicate în cercetarea de marketing, inclusiv rolul modelelor conceptuale, formularea ipotezelor și aplicarea testelor statistice bazate pe corelații. Studentul/Absolventul identifică principalele funcționalități ale software-ului SPSS utilizat în analiza datelor.	Studentul/Absolventul utilizează SPSS pentru a proiecta modele conceptuale și a testa ipoteze în cercetările de marketing. Studentul/Absolventul aplică metode statistice de analiză a corelațiilor, regresii simple și multiple, și alte tehnici avansate, în funcție de obiectivele cercetării. Studentul/Absolventul interpretează rezultatele generate de SPSS și formulează concluzii relevante pentru deciziile de marketing.	Studentul/Absolventul lucrează autonom în proiectarea, derularea și analizarea unor cercetări de marketing bazate pe date cantitative. Studentul/Absolventul manifestă responsabilitate în formularea ipotezelor, alegerea metodelor de analiză și interpretarea rezultatelor în contextul obiectivelor de cercetare. Studentul/Absolventul asigură calitatea și integritatea datelor și a analizelor.
37.	Studentul/Absolventul analizează și interpretează particularitățile marketingului turistic, inclusiv caracteristicile unice ale produsului turistic (intangibilitate, sezonabilitate, dependență de experiență) și mixul de marketing extins (7P: produs, preț, comunicare, distribuție, oameni, procese, dovezi fizice), demonstrând o înțelegere critică a teoriilor și modelelor care guvernează promovarea destinațiilor și serviciilor turistice. Studentul/Absolventul identifică și clasifică factorii care influențează comportamentul turiștilor, cum ar fi motivațiile de călătorie, preferințele culturale și tendințele de consum, și examinează relațiile dintre variabilele de piață prin instrumente precum analiza SWOT și cercetarea de piață, pentru a fundamenta strategii adaptate diverselor tipuri de turism, cum ar fi ecoturismul sau turismul cultural.	Studentul/Absolventul elaborează și implementează strategii de marketing inovatoare pentru destinații și servicii turistice, aplicând mixul de marketing extins pentru a proiecta oferte personalizate care răspund nevoilor specifice ale segmentelor de turiști identificate, cum ar fi familiile, turiștii de aventură sau pasionații de patrimoniu cultural. Studentul/Absolventul dezvoltă soluții creative pentru provocări complexe, cum ar fi gestionarea sezonality și diferențierea destinațiilor competitive, integrând rezultatele cercetării de piață și analizele de atractivitate, și demonstrează capacitatea de a adapta strategiile la contexte dinamice, utilizând tehnici precum brandingul destinațiilor și optimizarea canalelor de distribuție, inclusiv platformele de rezervare online. Studentul/Absolventul creează și evaluează planuri de comunicare și promovare pentru turism, combinând instrumente digitale și tradiționale, cum ar fi campanii pe	Studentul/Absolventul gestionează proiecte complexe de marketing turistic, asumându-și responsabilitatea pentru luarea deciziilor etice și sustenabile în contexte imprevizibile, și evaluează impactul strategiilor de marketing asupra comunităților locale, mediului natural și patrimoniului cultural. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a coordona echipe multidisciplinare, de a prioritiza obiectivele strategice, cum ar fi promovarea turismului sustenabil sau conservarea resurselor locale, și de a contribui la promovarea practicilor de marketing responsabile, bazate pe transparență, respectarea diversității culturale și minimizarea efectelor negative ale turismului de masă. Studentul/Absolventul realizează analize și planuri de marketing privind activitățile de marketing ale organizației din domeniul turistic.

Rector

Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
		rețelele de socializare, parteneriate cu influenceri și materiale promoționale fizice, pentru a maximiza atractivitatea destinațiilor și a consolida imaginea de brand turistic. Studentul/Absolventul formulează mesaje persuasive adaptate publicului țintă, testează eficiența campaniilor și propune soluții inovatoare pentru a optimiza impactul promovării, demonstrând flexibilitate în abordarea provocărilor legate de intangibilitatea și variabilitatea experienței turistice.	
38.	Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele metodele și indicatorii asociați marketingului B2B. Studentul/Absolventul recunoaște și analizează modul de utilizare integrată a a conceptelor de mediu de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în contextul specific al piețelor B2B. Studentul/Absolventul interpretează și valorifică analiza comparativă a modelelor de afaceri B2B vs B2C.	Studentul/Absolventul extrage cunoaștere nouă din valorificarea analizei comparative a modelelor de afaceri B2B vs B2C. Studentul/Absolventul demonstrează capacitate de selectare și utilizare inovativă a unui pachet de instrumente de AI marketing pentru recunoașterea anticipată a macrotrendurilor pe piețele B2B. Studentul/Absolventul dezvoltă instrumente de analiză a feedback-ului din comunitatea de practică, cu scopul creșterii relevanței soluțiilor de B2B Marketing, asociate unor probleme cheie semnalate.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea aplicării expertizei în marketing B2B prin fundamentarea deciziilor pe baza dovezilor și analizelor relevante. Studentul/Absolventul valorifică metodele și instrumentele de marketing digital pentru îmbunătățirea experienței clienților, demonstrând autonomie în adaptarea acestora la contextul organizațional. Studentul/Absolventul utilizează în mod autonom competențele de Marketing Analytics pentru generarea și interpretarea indicatorilor cheie de performanță în cadrul modelelor de afaceri B2B.
39.	Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând: analiza mediului intern și extern al firmei, cercetarea pieței, definirea mixului de marketing (produs, preț, promovare, distribuție), precum și utilizarea modelelor analitice (SWOT, Porter, BCG) în context organizațional. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detașate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing, cum ar fi	Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic de marketing pentru a analiza mediul intern și extern al organizației și pentru a rezolva probleme teoretice și practice privind poziționarea strategică, lansarea de produse noi și optimizarea mixului de marketing. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific, prin utilizarea analizelor SWOT, Porter și BCG, coroborate cu cercetări de piață și	Studentul/Absolventul valorifică resursele și datele organizației pentru elaborarea de studii, proiecte și lucrări practice de marketing, demonstrând capacitatea de a propune soluții creative și eficiente, atât în mod autonom, cât și în echipă, în cadrul proceselor de planificare și implementare a campaniilor. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică a deciziilor, aplicând metodele de cercetare a pieței, selecția

Rector,

Prof. univ. dr. ing. hab. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	analiza profilului clientului, stabilirea prețului, alegerea canalului de distribuție, construirea strategiei de comunicare și utilizarea metodelor creative pentru lansarea unui produs pe piață. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat conceptele și metodele specifice domeniului marketing, prin elaborarea de planuri de marketing, folosirea unor instrumente de analiză strategică și decizională, integrarea aspectelor de identitate vizuală și comunicare, cu aplicabilitate directă în contexte reale organizaționale.	interpretarea profilului consumatorilor, în scopul maximizării eficienței strategice. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/sau de cercetare, folosind într-un mod inovativ instrumente de marketing precum: chestionare, analize de comunicare (ATL/BTL), metode de stabilire a prețului și evaluarea canalelor de distribuție. De asemenea, formulează judecăți critice privind strategia globală a firmei și propune direcții constructive de dezvoltare a acesteia.	instrumentelor potrivite și evaluarea alternativelor strategice în domeniul marketingului. Studentul/Absolventul aplică metode avansate de analiză a mediului organizațional (SWOT, modelul Porter, analiza BCG) pentru formularea de strategii de marketing adecvate, asumându-și responsabilitatea deciziilor și acțiunilor în contextul activităților de marketing aplicat.
40.	Studentul/Absolventul cunoaște etapele de realizare a unei lucrări de licență, metodele de documentare, tehnicile de cercetare și standardele academice de redactare. Studentul/Absolventul recunoaște și explică principiile redactării academice, normele de citare și exigențele etice în cercetare. Studentul/Absolventul înțelege structura unei lucrări de finalizare a studiilor în domeniul economic. Studentul/Absolventul cunoaște cerințele de prezentare a lucrării de licență în cadrul susținerii publice.	Studentul/Absolventul identifică și selectează literatura științifică relevantă, formulează întrebări de cercetare și utilizează corect metodele calitative sau cantitative în funcție de temă. Studentul/Absolventul redactează coerent și clar capitolele lucrării de licență, respectând normele academice, utilizând în mod corect sursele și realizând trimiteri bibliografice corespunzătoare. Studentul/Absolventul aplică conceptele teoretice în analiza unui studiu de caz, prelucrează date empirice și formulează concluzii și recomandări relevante. Studentul/Absolventul structurează și prezintă clar conținutul lucrării în format vizual și oral, susținând o argumentație riguroasă și logică în fața comisiei	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea organizării procesului de cercetare și planificării etapelor de elaborare a lucrării de licență, demonstrând autonomie în selectarea surselor bibliografice și a metodelor de analiză. Studentul/Absolventul respectă normele de etică academică și își asumă răspunderea pentru originalitatea și corectitudinea conținutului propriei lucrări. Studentul/Absolventul elaborează și finalizează lucrarea de licență în mod autonom, asumându-și responsabilitatea pentru deciziile metodologice și analitice adoptate. Studentul/Absolventul gestionează în mod responsabil pregătirea prezentării publice a lucrării de licență și răspunde adecvat întrebărilor formulate de comisie.
41.	Studentul/Absolventul recunoaște conceptele fundamentale ale marketingului social și politic, precum și rolul relațiilor publice în comunicarea instituțională și politică.	Studentul/Absolventul utilizează tehnici moderne de segmentare, poziționare și comunicare politică și socială, în acord cu specificul campaniilor și valorilor organizaționale.	Studentul/Absolventul realizează analize de piață politică și socială, construind campanii coerente și asumându-și responsabilitatea procesului decizional în comunicare și promovare.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul identifică instrumentele specifice de comunicare, tehnicile de vânzare politică și metodele de cercetare utilizate în promovarea ideilor, candidaților sau cauzelor sociale. Studentul/Absolventul explică diferențele dintre produsele politice, sociale și culturale și interpretează modul în care imaginea publică și reputația influențează comportamentul alegătorilor și al publicului țintă.	Studentul/Absolventul elaborează programe de comunicare integrată, propunând oferte politice sau sociale adaptate diverselor segmente de public și coordonând activități de relații publice interne și externe. Studentul/Absolventul dezvoltă proiecte de marketing politic și social, prin cercetare aplicată, analiză comportamentală și creație de conținut specific (reclame, materiale de campanie, mesaje publice).	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine etică și profesionistă în proiectele de comunicare politică, respectând principiile transparenței, echilibrului și responsabilității sociale. Studentul/Absolventul cooperează eficient în echipe multidisciplinare, contribuie la crearea și gestionarea imaginii organizației și folosește instrumente digitale și informaționale moderne în fundamentarea deciziilor.
42.	Studentul/Absolventul recunoaște structura pieței politice și relevanța segmentării în marketingul electoral, precum și tehnicile și strategiile de comunicare utilizate în campaniile electorale. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elemente cheie precum cercetarea de marketing electoral, comportamentul electoratului, oferta electorală și mixul de marketing aplicat în context politic. Studentul/Absolventul explică modul în care instrumentele de marketing (inclusiv tehnicile de comunicare și persuasiune) pot fi adaptate pentru promovarea ofertei politice și pentru atingerea obiectivelor electorale.	Studentul/Absolventul utilizează metode și tehnici de marketing adaptate pieței electorale, aplicând o abordare integrată în analiză, cercetare și comunicare politică. Studentul/Absolventul elaborează strategii de comunicare electorală și propune soluții inovatoare pentru formularea și promovarea unei oferte politice, bazate pe analiza segmentelor țintă și comportamentul electoratului. Studentul/Absolventul dezvoltă proiecte de marketing electoral și demonstrează capacitatea de a formula judecăți critice și decizii argumentate în cadrul campaniilor electorale.	Studentul/Absolventul realizează analize de piață electorală și cercetări aplicate, demonstrând capacitatea de a construi strategii de poziționare și comunicare electorală în contexte reale sau simulate. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine etică, responsabilă și proactivă în fundamentarea deciziilor electorale și în utilizarea canalelor de comunicare, respectând valorile profesionale și sociale. Studentul/Absolventul coordonează sau contribuie activ la proiecte de campanie electorală, asumându-și roluri în echipe multidisciplinare și dovedind autonomie în formularea soluțiilor strategice.
43.	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor privind utilizarea proceselor de vânzare, de management al relațiilor cu clienții și de aprovizionare, managementul lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii și distribuitorii. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la nevoile clienților, strategiile de fidelizare, previziunea cererii și proiectarea rețelelor de distribuție.	Studentul/Absolventul folosește adecvat tehnici de negociere și de monitorizare a proceselor de vânzări, pentru a gestiona eficient interacțiunile cu clienții. Studentul/Absolventul aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiune a stocurilor, de planificare a necesarului de resurse materiale și a vânzărilor, ca și abilități avansate de negociere și finalizare a proceselor de vânzare.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii riguroase științific cu privire la tehnicile de vânzare și planul de vânzări pentru un produs sau serviciu specific, cu accent pe abordarea clientului și tehnicile de închidere. Studentul/Absolventul promovează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelelor logistice și de management al canalelor de distribuție.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul înțelege relevanța conceptelor și principiilor de sustenabilitate aplicabile în marketing, inclusiv integrarea raportărilor de sustenabilitate în strategiile de promovare și distribuție.	Studentul/Absolventul dezvoltă capacitatea de înțelegere a consecințelor deciziilor prin reconsiderarea importanței logisticii inverse în raportarea la exigențele de sustenabilitate.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a descoperi noi oportunități de afaceri din provocările logisticii sustenabile.
44.	Studentul/Absolventul explică noțiunile fundamentale ale proprietății intelectuale și distinge între formele de protecție existente în domeniul industrial și al dreptului de autor. Studentul/Absolventul descrie mecanismele de protecție a invențiilor, mărcilor, desenelor industriale și indicațiilor geografice. Studentul/Absolventul recunoaște semnificația și implicațiile contrafacerii în economie și legislație. Studentul/Absolventul explică modalitățile de valorificare economică a drepturilor de proprietate intelectuală în context antreprenorial și corporativ.	Studentul/Absolventul clasifică și exemplifică tipurile de creații protejate prin drepturi de proprietate intelectuală și aplică noțiunile teoretice în contexte economice concrete. Studentul/Absolventul simulează pașii unui proces de înregistrare și protecție a unui obiect de proprietate industrială, folosind exemple reale sau ipotetice. Studentul/Absolventul identifică riscurile asociate cu contrafacerea și analizează studii de caz pentru a formula măsuri preventive și corective Studentul/Absolventul elaborează propuneri de utilizare strategică a proprietății intelectuale pentru consolidarea avantajului competitiv al unei organizații.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea utilizării corecte a legislației privind proprietatea intelectuală în cadrul activităților economice și antreprenoriale. Studentul/Absolventul manifestă inițiativă și autonomie în pregătirea documentației necesare înregistrării și protejării drepturilor de proprietate intelectuală în cadrul unei organizații. Studentul/Absolventul își asumă un comportament etic și responsabil în utilizarea și promovarea inovației originale, contribuind la prevenirea încălcării drepturilor de proprietate intelectuală Studentul/Absolventul gestionează în mod responsabil procese de inovare și valorificare a proprietății intelectuale în echipe sau proiecte interdisciplinare.
45.	Studentul/Absolventul definește și explică conceptele fundamentale ale managementului deșeurilor în afacerile de comerț, inclusiv principiile economiei circulare și cerințele legislației de mediu (naționale și internaționale). Studentul/Absolventul înțelege rolul standardelor de mediu, cum ar fi ISO 14001, în gestionarea sustenabilă a deșeurilor. Studentul/Absolventul descrie tehnologiile de reciclare și reutilizare a deșeurilor utilizate în afacerile de comerț, înțelegând procesele și echipamentele implicate.	Studentul/Absolventul analizează conformitatea unei afaceri comerciale cu legislația de mediu, identificând cerințele legale și aplicând principiile de economie circulară pentru a dezvolta strategii de reducere, reutilizare și reciclare a deșeurilor. Studentul/Absolventul elaborează un plan de reducere a deșeurilor, integrând soluții practice bazate pe standardele de mediu. Studentul/Absolventul simulează un proces de reciclare, aplicând tehnologii specifice pentru a optimiza gestionarea deșeurilor într-o afacere comercială.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în promovarea practicilor sustenabile, asigurându-se că strategiile de management al deșeurilor respectă normele etice și contribuie la reducerea amprentei ecologice. Studentul/Absolventul acționează autonom în gestionarea unui proiect de conformitate ambientală, colaborând eficient cu echipe multidisciplinare pentru implementarea soluțiilor.

Rector,

Prof. univ. dr. ing. habilitat. Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
	Studentul/Absolventul cunoaște metodele de monitorizare a fluxurilor de deșeuri prin aplicații software specializate și indicatorii relevanți pentru evaluarea performanței.	Studentul/Absolventul utilizează software dedicat pentru monitorizarea și gestionarea fluxurilor de deșeuri, interpretând datele pentru a propune îmbunătățiri operaționale.	
46.	Studentul/Absolventul identifică noțiunile fundamentale ale antreprenoriatului și înțelege rolul inovației și creativității în demararea și dezvoltarea unei afaceri. Studentul/Absolventul descrie componentele unui plan de afaceri și înțelege implicațiile financiare, contabile și juridice ale funcționării unei firme. Studentul/Absolventul cunoaște aspectele juridice fundamentale privind înființarea și funcționarea unei afaceri, inclusiv formele legale și drepturile de proprietate intelectuală. Studentul/Absolventul recunoaște problemele etice și provocările morale ce pot apărea în mediul antreprenorial.	Studentul/Absolventul analizează legătura dintre inovație, creativitate și antreprenoriat și formulează idei de afaceri pornind de la oportunități identificate. Studentul/Absolventul elaborează un plan de afaceri fezabil, incluzând analiza costurilor, strategiile de marketing și de finanțare, precum și estimarea fluxului de numerar Studentul/Absolventul aplică legislația relevantă în simulări de decizii antreprenoriale și identifică riscurile legale asociate cu activitatea economică. Studentul/Absolventul formulează soluții etice la dileme profesionale specifice afacerilor, integrând perspective asupra responsabilității sociale și sustenabilității.	Studentul/Absolventul își asumă inițiativa dezvoltării unei idei antreprenoriale și manifestă autonomie în evaluarea potențialului său inovativ. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în gestionarea etapelor de înființare a unei afaceri și în fundamentarea deciziilor antreprenoriale. Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea respectării cadrului normativ în activitatea antreprenorială. Studentul/Absolventul își asumă o conduită etică în luarea deciziilor și promovează valori profesionale și civice în activitățile antreprenoriale.



Rector,
 Prof. univ. dr. ing. habil. Marian BARBU

Decan,
 Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

9. Disciplinele de studiu pe ani:

Anul de studiu 1																
Nr. crt.	Disciplina	Tip	Cod	Semestrul I (14 săpt.)						Semestrul II (14 săpt.)						OSI
				C	S	L	P	E/V/C/P	Credite	C	S	L	P	E/V/C/P	Credite	
1	Microeconomie	Obligatorie	1109.1OB01F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
2	Informatică	Obligatorie	1109.1OB02F	2	-	2	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
3	Matematică aplicată în economie	Obligatorie	1109.1OB03F	2	2	-	-	V	5	-	-	-	-	-	-	69
4	Contabilitate	Obligatorie	1109.1OB04F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
5	Geografie	Obligatorie	1109.1OB05F	2	1	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	83
6	Limbă străină A I, II	Obligatorie	1109.1OB06C	-	2	-	-	V	3	-	2	-	-	V	3	94
7	Educație fizică I, II	Obligatorie	1109.1OB07C	-	1	-	-	V	2	-	2	-	-	V	3	83
10	Macroeconomie	Obligatorie	1109.1OB08F	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	E	5	69
11	Statistică	Obligatorie	1109.1OB09F	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	E	5	69
12	Finanțe	Obligatorie	1109.1OB10F	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	E	5	69
13	Economie europeană	Obligatorie	1109.1OB11F	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	V	4	58
14	Contabilitate financiară	Obligatorie	1109.1OB12F	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	E	5	83
15	Limbă străină B I, II	Facultativă	1109.1FA13C	-	2	-	-	V	3	-	2	-	-	V	3	94
16	Birotică	Facultativă	1109.1FA14C	-	2	-	-	V	3	-	-	-	-	-	-	47
17	Competențe digitale avansate	Facultativă	1109.1FA15C	1	-	1	-	V	3	-	-	-	-	-	-	47
18	Relații economice internaționale	Facultativă	1109.1FA16S	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	V	4	58
TOTAL				10	10	2	-	4E + 3V	30	9	13	-	-	4E + 3V	30	884 (ore/an)
				22						22						
				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(ore/an)
				10	10	2	-	4E + 3V	30	9	13	-	-	4E + 3V	30	884 (ore/an)
				22						22						



Prof. univ. dr. ing. Gabriel Marian BARBU

Decan,

Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: **Marketing**
 Program de studii universitare de licență: **Marketing**
 Forma de învățământ: **cu frecvență**
 Durata studiilor: **3 ani**
 Numărul total de credite: **180**
 Valabil începând cu anul universitar: **2025 - 2026**

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Anul de studiu 2																
Nr. crt.	Disciplina	Tip	Cod	Semestrul I (14 săpt)						Semestrul II (14 săpt.)						OSI
				C	S	L	P	E/V/C/P	Credite	C	S	L	P	E/V/C/P	Credite	
1	Marketing	Obligatorie	1109.2OB01F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
2	Management	Obligatorie	1109.2OB02F	2	1	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	83
3	Politici de preț	Obligatorie	1109.2OB03F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
4	Dreptul afacerilor	Obligatorie	1109.2OB04F	1	1	-	-	V	3	-	-	-	-	-	-	47
5	Sisteme informatice de marketing	Obligatorie	1109.2OB05F	1	-	2	-	V	4	-	-	-	-	-	-	58
6	Statistica afacerilor	Obligatorie	1109.2OB06F	1	1	-	-	E	3	-	-	-	-	-	-	47
7	Comportamentul consumatorului	Obligatorie	1109.2OB07F	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	E	5	83
8	Marketingul serviciilor	Obligatorie	1109.2OB08F	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	E	5	83
9	Programe aplicative de marketing	Obligatorie	1109.2OB09S	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	E	5	69
10	Cercetări de marketing	Obligatorie	1109.2OB10F	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	V	5	83
11	Practică	Obligatorie	1109.2OB11S	-	-	-	-	-	-	3 săptămâni x 30 ore				C	5	-
12 (1/2)	Tehnici de vânzare	Opțională	1109.2OP12S	2	2	-	-	V	5	-	-	-	-	-	-	69
	Marketingul micilor afaceri		1109.2OP13S													
13 (1/2)	Managementul vânzărilor	Opțională	1109.2OP14S	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	V	5	83
	Marketing agroalimentar		1109.2OP15S													
14	Limbă străină B III, IV	Facultativă	1109.2FA16C	-	2	-	-	V	3	-	2	-	-	V	3	94
15	Mijloace moderne de comunicare	Facultativă	1109.2FA17C	2	-	2	-	V	5	-	-	-	-	-	-	69
16	Baze de date	Facultativă	1109.2FA18C	-	-	-	-	-	-	2	-	2	-	V	5	69
17	Dezvoltare durabilă	Facultativă	1109.2FA19S	1	1	-	-	V	3	-	-	-	-	-	-	47
TOTAL		Discipline obligatorii (ore fizice pe săptămână)	9 7 2 -				4E + 2V	25	7 6 - -				3E + 1V + 1C	25	601 (ore/an)	
			18						13 + 90 de ore de practică							
		Discipline opționale (ore fizice pe săptămână)	2 2 - -				1V	5	2 1 - -				1V	5	152 (ore/an)	
			4						3							
		TOTAL (ore fizice pe săptămână)	11 9 2 -				4E + 3V	30	9 7 - -				3E + 2V + 1C	30	753 (ore/an)	
			22						16 + 90 de ore de practică							



Rector,
 Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

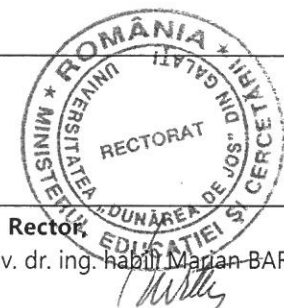
Decan,
 Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
 Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Program de studii universitare de licență: Marketing
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Durata studiilor: 3 ani
 Numărul total de credite: 180
 Valabil începând cu anul universitar: 2025 - 2026

Ministerul Educației și Cercetării

Aprobat prin Hotărârea Senatului nr. 207
 din data de 5.08.2025

Anul de studiu 3																
Nr. crt.	Disciplina	Tip	Cod	Semestrul I (14 săpt.)						Semestrul II (14 săpt.)						OSI
				C	S	L	P	E/V/C/P	Credite	C	S	L	P	E/V/C/P	Credite	
1	Marketing strategic	Obligatorie	1109.3OB01F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
2	Tehnici promoționale	Obligatorie	1109.3OB02F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
3	Relații publice	Obligatorie	1109.3OB03F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
4	Marketing direct	Obligatorie	1109.3OB04S	2	1	-	-	V	5	-	-	-	-	-	-	83
5	Marketing internațional	Obligatorie	1109.3OB05F	2	2	-	-	E	5	-	-	-	-	-	-	69
6	Strategii digitale	Obligatorie	1109.3OB06S	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	E	4	72
7	Analiza informațiilor utilizând SPSS	Obligatorie	1109.3OB07S	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	V	3	47
8	Marketing turistic	Obligatorie	1109.3OB08F	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	E	5	69
9	Business to business marketing	Obligatorie	1109.3OB09F	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	E	5	69
10	Proiecte de marketing	Obligatorie	1109.3OB10S	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	V	3	47
11	Definitivarea lucrării de licență	Obligatorie	1109.3OB11S	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	V	5	69
12	Marketing social politic	Opțională	1109.3OP12S	1	2	-	-	V	5	-	-	-	-	-	-	83
(1/2)	Marketing electoral		1109.3OP13S													
13	Logistica mărfurilor	Opțională	1109.3OP14S	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	E	5	69
(1/2)	etică și integritate academică		1109.3OP15S													
14	Limbă străină B V	Facultativă	1109.3FA16C	-	2	-	-	V	3	-	-	-	-	-	-	47
15	Elemente de proprietate intelectuală aplicate în economie	Facultativă	1109.3FA17C	2	2	-	-	V	5	-	-	-	-	-	-	69
16	Antreprenoriat inovativ	Facultativă	1109.3FA18S	2	1	-	-	V	4	-	-	-	-	-	-	58
17	Administrarea afacerilor de comerț specializate în managementul deșeurilor	Facultativă	1109.3FA19S	1	2	-	-	V	4	-	-	-	-	-	-	58
TOTAL		Discipline obligatorii (ore fizice pe săptămână)		10	9	-	-	4E + 1V	25	5	5	2	6	3E + 3V	25	732 (ore/an)
		Discipline opționale (ore fizice pe săptămână)		1	2	-	-	1V	5	2	2	-	-	1E	5	152 (ore/an)
		TOTAL		11	11	-	-	4E + 2V	30	7	7	2	6	4E + 3V	30	884 (ore/an)
				22				22				22				



Rector,
 Prof. univ. dr. ing. habilit. Marian BARBU

Decan,
 Prof. univ. dr. Mihaela-Carmen MUNTEAN