

UNIVERSITATEA DIN CRAIOVA
 FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
 Departamentul Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
 Domeniul de licență: Marketing
 Programul de studii universitare de licență (locația geografică de desfășurare și limba de predare): Marketing, Craiova, limba română
 Durata studiilor: 3 ani
 Forma de învățământ: IF

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
 Aprobare începând cu anul universitar 2025-2026

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE LICENȚĂ

- 180 credite la disciplinele obligatorii și opționale;
- 10 credite la examenul de licență;

II. STRUCTURA ANULUI UNIVERSITAR (ÎN SĂPTĂMÂNI)

An	Activități didactice		Sesiunea de examene			Practică (ore/săptămână)/ (durata în săptămâni)	Vacanțe			
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Restanțe		Iarnă	Intersemestrială	Primăvară	Vară
I	14	14	3	3	2	-	2	1	1	10
II	14	11	3	3	2	30 ore/ săptămână (3 săptămâni)	2	1	1	10
III	14	12	3	2	2	30 ore/ săptămână (2 săptămâni)	2	1	1	-

III. NUMĂRUL DE ORE PE SĂPTĂMÂNĂ

ANUL	SEMESTRUL I	SEMESTRUL II
I	23	23
II	22	25,29
III	22	23,15

*) nu sunt incluse orele de la disciplina Educație Fizică

**) sunt incluse orele de la disciplinele Practica de specialitate și Practica pentru elaborarea lucrării de licență

IV. EXAMENUL DE LICENȚĂ

1. Perioada de întocmire a lucrării de licență: semestrele V și VI
2. Perioada de definitivare a lucrării de licență: semestrul VI
3. Perioada de susținere a examenului de licență: iunie-iulie, septembrie
4. Probele examenului de licență:
 - a. Proba de *Evaluare a cunoștințelor fundamentale și de specialitate*: 5 credite
 - b. Proba de *Prezentare și susținere publică a lucrării de licență*: 5 credite

V. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDII

Programul de licență în Marketing are ca misiune fundamentală formarea unor profesioniști creativi, adaptabili și orientați spre rezultate, capabili să înțeleagă și să anticipateze nevoile complexe ale pieței într-un mediu economic dinamic. Prin abordări teoretice solide și aplicații practice, programul urmărește dezvoltarea competențelor esențiale în analiza, planificarea și implementarea strategiilor de marketing, cu accent pe inovație și responsabilitate etică. Studenții sunt încurajați să exploreze tendințele contemporane, să utilizeze instrumente digitale avansate și să cultive o gândire critică pentru a construi relații valoroase între organizații și consumatori. Misiunea sa se completează prin promovarea unui spirit antreprenorial și a unei viziuni globale, pregătind absolvenții pentru provocările unei lumi competitive și a schimbărilor accelerate. Astfel, programul nu doar răspunde cerințelor actuale ale mediului de afaceri, ci și contribuie la dezvoltarea durabilă a societății prin marketingul responsabil.

VI. COMPETENȚELE ASIGURATE PRIN PROGRAMUL DE STUDII

Competențele asigurate prin programul de studii conform RNCIS:

- a. Competențe profesionale. C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing. C2. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing. C3 Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său. C4 Fundamentarea și elaborarea mixului de marketing. C5 Utilizarea tehnicilor de vânzare. C6 Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
- b. Competențe transversale. CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

VII. REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII

Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	Discipline care contribuie la atingerea rezultatelor învățării
1.	Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. 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	Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale. Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine pro-activă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor. Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a	Management

	necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.	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.	
2.	Studentul/Absolventul identifică și explică conceptele fundamentale ale contabilității și aplicațiile acestora în mediul economic. 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 dobândește abilități privind înregistrarea corectă a tranzacțiilor economice în conturi contabile, utilizând principiul dublei înregistrări. Studentul/Absolventul dobândește abilități privind utilizarea planului de conturi și a corespondenței conturilor în diverse operațiuni (vânzări, cumpărări, salarii, TVA etc.). Studentul/Absolventul dobândește abilități privind analiza logică a tranzacțiilor economice și determinarea impactului acestora asupra situației financiare. Studentul/Absolventul dobândește abilități privind interpretarea relațiilor dintre elementele bilanțului (activ-pasiv) și a structurii veniturilor și cheltuielilor. Studentul/Absolventul dobândește abilități privind compararea și evaluarea rezultatelor economico-financiare simple.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru corectitudinea înregistrărilor contabile de bază Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a aplica, în mod autonom, conceptele fundamentale ale contabilității în contexte concrete, respectând principiile etice și reglementările în vigoare	Bazele contabilității

3.	Studentul/Absolventul explică conceptele și reglementările contabile aplicabile în contabilitatea financiară a unei entități economice. Studentul/Absolventul aplică metode contabile pentru înregistrarea tranzacțiilor specifice ciclului de exploatare și al activităților financiare. Studentul/Absolventul analizează impactul operațiunilor economico-financiare asupra poziției financiare și performanței entității. 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 întocmește și interpretează situațiile financiare anuale în conformitate cu reglementările contabile în vigoare.	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 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 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 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.	Contabilitate financiară
4.	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 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 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.	Informatică economică

5.	Studentul/Absolventul descrie conceptele fundamentale ale tehnologiei informației, incluzând hardware, software, rețele și securitate informatică. Studentul/Absolventul explică arhitectura calculatoarelor și modul de interacțiune al componentelor (CPU, memorie, dispozitive de stocare, periferice). Studentul/Absolventul clasifică tipurile de software: sistem de operare, aplicații și software de programare. Studentul/Absolventul explică rolul și funcțiile principale ale unui sistem de operare (gestionarea resurselor, interfața cu utilizatorul, securitatea). Studentul/Absolventul descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (Internet, IoT, AI, Cloud/ Fog / Edge Computing, Blockchain etc.).	Studentul/Absolventul aplică noțiunile legate de teoria informației, identifică și descrie elementele hardware și software ale unui sistem de calcul. Studentul/Absolventul operează cu diferite tipuri de software pentru a instala și configura sisteme de operare și aplicații esențiale. Studentul/Absolventul rezolvă probleme tehnice simple legate de hardware și software prin diagnosticare și depanare. Studentul/Absolventul administrează drepturile de acces și securitatea fișierelor pentru protecția datelor; Studentul/Absolventul utilizează instrumentele open source pentru exploatarea principalelor facilități oferite de tehnologiile emergente.	Studentul/Absolventul gestionează sistemul de fișiere și resursele hardware și software ale unui sistem de calcul, monitorizează procesele din sistem, rezolvă problemele de securitate referitoare la un sistem de calcul. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate de mediul informațional în contextul smart development.	Bazele tehnologiei informației
6.	Studentul/Absolventul expune cunoștințe privind conceptele și tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și a bazelor de date specifice domeniului economic	Studentul/Absolventul utilizează instrumente de automatizare, pentru a automatiza sarcinile repetitive în activitățile economice; Studentul/Absolventul creează și administrează baze de date economice pentru stocarea și analiza informațiilor; Studentul/Absolventul identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate.	Studentul/Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare	Baze de date
7.	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	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 a 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	Marketing

	și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing		studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.	
8.	Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei, 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, 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 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 microeconomic.	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 acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.	Microeconomie
9.	Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată. 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 formelor de manifestare a	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 macroeconomic. Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice. 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	Macroeconomie

	dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.	și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia. Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitele) și evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.	fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice. 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.	
10.	Studentul/Absolventul identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale. Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode statistice în vederea analizei proceselor 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, 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.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în asigurarea acurateții și integrității datelor statistice, aplicând tehnici de validare și verificare, lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor statistice, 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 acesteia 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	Statistică
11.	Studentul/Absolventul identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice și sociale, aplică metode statistice în analiza	Studentul/Absolventul recunoaște și aplică principalele metode statistice pentru analiza fenomenelor economice și sociale, aplică metode statistice în măsurarea și analiza proceselor	Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile pe baza utilizării instrumentelor de modelare econometrică, de estimare a rezultatelor	Econometrie

	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.	economico-sociale la nivel macroeconomic, 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.	așteptate și optimizare a indicatorilor de rezultat. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în asigurarea acurateții și integrității datelor statistice, aplicând tehnici de validare și verificare, lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor statistice, 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	
12.	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 domeniului 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	Finanțe

			consultanță în domeniul financiar-bancar. Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor	
13.	Studentul/Absolventul descrie condițiile de piață, reglementările guvernamentale, situația financiară, precum și obiectivele și nevoile clienților întreprinderii. Studentul/Absolventul identifică sursele de date financiare pentru evaluarea performanței financiare a întreprinderilor și pentru fundamentarea deciziilor financiare;. Studentul/Absolventul distinge formele cash flow-urilor, indicatorii în mărime absolută și relativă ai rentabilității, costurile capitalului și sintetizarea informațiilor financiare.	Studentul/Absolventul evaluează fundamentul strategic în activitatea curentă a companiei, ajutând deciziile operaționale. Studentul/Absolventul calculează și interpretează liniile și indicatorii-cheie din situațiile financiare, respectiv bilanțul contabil, contul de rezultate și situația cash flow-ului, oferind analize detaliate.	Studentul/Absolventul construiește scenarii financiare și propune măsuri de îmbunătățire a eficienței economice a întreprinderii sau a unui proiect de investiții. Studentul/Absolventul evaluează nivelul actual al îndeplinirii obiectivelor economice și financiare ale întreprinderii, identifică și propune măsuri de creștere a eficienței utilizării resurselor materiale și umane, având în vedere oportunitățile economice. Studentul/Absolventul evaluează profitabilitatea potențială a unei noi achiziții sau a unui proiect de investiții și propune acțiuni concrete de creștere a eficienței economice. Studentul/Absolventul inițiază soluții privind optimizarea gestiunii financiare a activelor curente și non-curente, inclusiv prin realizarea de noi investiții/dezinvestiri.	Gestiunea financiară a întreprinderii
14.	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 probabilistă a fenomenelor 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	Studentul/Absolventul modelează un proces economic și a factorilor 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 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	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. Studentul/Absolventul fundamentează științific a deciziile manageriale, pe baza utilizării instrumentelor de modelare probabilistă, analizează statistică	Matematici aplicate în economie

	cantitative necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor	(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.	estimare a rezultatelor așteptate și optimizare a indicatorilor de rezultat.	
15.	Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale. Studentul/Absolventul identifică, analizează contextul desfășurării afacerilor din perspectiva 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 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 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. 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.	Relații economice internaționale
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 analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor 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	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	Dezvoltare durabilă

	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.	și nutriționale; de identificare a dimensiunii problemelor privind malnutriția, supraalimentația și subalimentația; de calcul a valorii energetice a alimentelor, metabolismului bazal și necesarului energetic.	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 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 metode analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri. Studentul/Absolventul aplică reglementări legale în materie pentru soluționarea unor probleme 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.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale studiate la 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.	Dreptul afacerilor
18.	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 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	Limba străină 1 Limba străină 2 Limba străină 3

		Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.	implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.	
19.	Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind: înțelegerea relațiilor interpersonale și culturii organizaționale; înțelegerea modului 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 modului în care resursele naturale influențează activitățile economice; înțelegerea evoluției sistemelor economice și a impactului evenimentelor istorice asupra dezvoltării economice.	Studentul/Absolventul lucrează eficient în echipe diverse promovează un mediu de colaborare; adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și 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.	Studentul/Absolventul utilizează coerent conceptele în vederea: adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în 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.	Etica în afaceri
20.	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. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în realizarea bugetelor de cercetare și a rapoartelor de cercetare de marketing.	Cercetări de marketing Comportamentul consumatorilor Analiza datelor de marketing Tehnici avansate pentru cercetări de marketing
21.	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice,	Studentul/Absolventul manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte	Comunicare integrată de marketing Marketing direct

	publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	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.	
22.	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 produs, de preț, de distribuție și de comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în domeniul serviciilor.	Marketing internațional Marketingul serviciilor
23.	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 gestionare a proceselor de vânzări, pentru a gestiona eficient interacțiunile cu clienții. Studentul/Absolventul aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiunea 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 științifice 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 demonstrează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelelor logistice și de management al canalelor de distribuție.	Logistică Managementul vânzărilor
24.	Studentul/Absolventul descrie logic și articulat conceptele și teoriile asociate activităților de marketing în mediul online,	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele avansate legate de sistemelor informatice de marketing și	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe rigoare științifică cu privire la procesul de	Marketing online Proiecte de

	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.	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.	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.	marketing Comerț electronic
25.	Studentul/Absolventul cunoaște tipologiile și etapele procesului strategic de marketing. Studentul/Absolventul înțelege politicile de marketing în raport cu dinamica pieței și comportamentul consumatorului.	Studentul/Absolventul elaborează strategii integrate de marketing adaptate contextului economic. Studentul/Absolventul analizează critic alternative strategice și formulează politici eficiente de marketing.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea implementării deciziilor strategice în marketing. Studentul/Absolventul evaluează impactul pe termen lung al politicilor de marketing asupra organizației.	Strategii și politici de marketing
26.	Studentul/Absolventul cunoaște particularitățile pieței organizaționale și comportamentul de cumpărare B2B. Studentul/Absolventul înțelege relațiile și procesele specifice mediului B2B.	Studentul/Absolventul aplică tehnici de analiză a nevoilor clienților organizaționali. Studentul/Absolventul dezvoltă campanii de marketing și soluții personalizate pentru clienți business.	Studentul/Absolventul manifestă inițiativă în gestionarea relațiilor de parteneriat B2B. Studentul/Absolventul respectă principiile etice în comunicarea și negocierea cu clienții organizaționali.	Marketing B to B
27.	Studentul/Absolventul înțelege caracteristicile marketingului în IMM-uri. Studentul/Absolventul cunoaște strategiile de poziționare și diferențiere adaptate afacerilor de dimensiuni reduse.	Studentul/Absolventul elaborează planuri de marketing eficiente cu bugete limitate. Studentul/Absolventul identifică oportunități de piață și dezvoltă idei de produse/servicii inovatoare pentru IMM-uri.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru deciziile de marketing într-un context antreprenorial. Studentul/Absolventul promovează adaptabilitatea și gândirea strategică în mediul concurențial.	Managementul marketingului micilor afaceri
28.	Studentul/Absolventul cunoaște specificul marketingului în sectorul non-profit. Studentul/Absolventul înțelege rolul valorilor, misiunii și stakeholderilor în strategiile de marketing ale ONG-urilor.	Studentul/Absolventul proiectează campanii de promovare pentru cauze sociale. Studentul/Absolventul utilizează instrumente de marketing relațional și digital pentru atragerea susținătorilor și donatorilor.	Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate socială în aplicarea marketingului. Studentul/Absolventul asigură coerența între valorile organizației și comunicarea publică.	Managementul marketingului organizațiilor non-profit
29.	Studentul/Absolventul cunoaște particularitățile pieței turistice și comportamentul consumatorului de servicii turistice.	Studentul/Absolventul planifică și implementează strategii de promovare a destinațiilor.	Studentul/Absolventul se implică activ în promovarea durabilă a destinațiilor turistice.	Marketing turistic

	Studentul/Absolventul înțelege rolul imaginii și experienței în marketingul turistic.	Studentul/Absolventul aplică instrumente moderne de marketing digital în turism.	Studentul/Absolventul respectă diversitatea culturală și sustenabilitatea în comunicarea de marketing turistic.	
30.	Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe aprofundate privind conceptele, funcțiile și particularitățile marketingului aplicat în sectorul public și în sfera socială.	Studentul/Absolventul aplică strategii de influențare a opiniei publice și comportamentului social prin campanii de marketing axate pe cauze, politici și inițiative sociale.	Studentul/Absolventul acționează cu responsabilitate în construirea mesajelor de interes public și social, respectând etica și interesele comunității și grupurilor țintă.	Marketing social-politic
31.	Studentul/Absolventul înțelege rolul marketingului în procesul electoral, în formarea imaginii politicienilor și partidelor, precum și în susținerea proiectelor civice.	Studentul/Absolventul utilizează instrumente de cercetare de piață, segmentare și poziționare pentru campanii sociale și politice.	Studentul/Absolventul își asumă deciziile privind comunicarea social-politică și evaluează impactul asupra opiniei publice și comportamentului civic al cetățenilor.	Tehnici de negociere în afaceri
32.	Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe avansate privind conceptele, teoriile și modelele fundamentale ale antreprenoriatului și administrării afacerilor. Studentul/Absolventul cunoaște etapele procesului antreprenorial, de la identificarea oportunităților până la dezvoltarea și scalarea unei afaceri. Studentul/Absolventul înțelege mecanismele economice, juridice și instituționale care influențează mediul antreprenorial și deciziile de business.	Studentul/Absolventul dezvoltă planuri de afaceri viabile și sustenabile, utilizând instrumente de analiză economică, financiară și de marketing. Studentul/Absolventul identifică surse de finanțare (tradiționale și alternative) și elaborează propuneri pentru atragerea investițiilor. Studentul/Absolventul utilizează tehnici moderne de leadership, negociere și luare a deciziilor pentru a coordona echipe și resurse într-un context antreprenorial.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a iniția și dezvolta afaceri inovatoare, asumându-și riscuri calculate și decizii strategice. Studentul/Absolventul acționează cu autonomie în formularea și implementarea deciziilor manageriale într-un mediu competitiv și incert. Studentul/Absolventul manifestă spirit antreprenorial și inițiativă în rezolvarea problemelor complexe de afaceri, demonstrând capacitate de adaptare și învățare continuă.	Antreprenoriat Administrarea afacerilor
33.	Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe fundamentale privind conceptele, principiile și standardele managementului calității în organizații. Studentul/Absolventul cunoaște modelele internaționale de asigurare și îmbunătățire a calității (ISO 9001, TQM, EFQM), precum și metodologia auditului calității. Studentul/Absolventul explică procesele, documentația și cerințele sistemelor de management al calității și relația acestora cu performanța organizațională.	Studentul/Absolventul aplică metode și instrumente de bază pentru evaluarea, monitorizarea și controlul calității produselor, serviciilor și proceselor. Studentul/Absolventul utilizează tehnici de analiză a datelor și indicatori de performanță pentru îmbunătățirea continuă a calității. Studentul/Absolventul elaborează și implementează proceduri specifice sistemelor de management al calității în conformitate cu cerințele standardelor în vigoare.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a contribui activ la proiectarea, documentarea și îmbunătățirea sistemului de management al calității într-o organizație. Studentul/Absolventul participă la echipe de audit și evaluare a calității, asumându-și roluri și responsabilități specifice proceselor de control intern. Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru respectarea reglementărilor legale și standardelor profesionale în domeniul calității.	Planificarea și optimizarea calității
34.	Studentul/Absolventul clasifică costurile din contabilitatea managerială.	Studentul/Absolventul aplică metodele și procedeele specifice contabilității manageriale.	Studentul/Absolventul aplică metodele de calcul și colectare a costurilor pentru realizarea	Contabilitate de gestiune

	Studentul/Absolventul alege procedeele de repartizare a costurilor. Studentul/Absolventul explică diversele tipuri de costuri (ex. cost de producție, cost complet, cost al perioadei, etc). Studentul/Absolventul alege modul adecvat de aplicare în contabilitatea entităților a aspectelor legate de costurile identificate.	Studentul/Absolventul determină costurile în contabilitatea managerială Studentul/Absolventul interpretează variația costurilor.	de rapoarte specifice contabilității manageriale. Studentul/Absolventul pregătește rapoarte despre costuri. Studentul/Absolventul interpretează comportamentul costurilor pentru a crea suport în luarea deciziilor legate de costuri și pentru managementul eficient al costurilor.	Calculația și managementul costurilor
35.	Studentul/Absolventul identifică sursele de date financiare pentru evaluarea performanței financiare a întreprinderilor Studentul/Absolventul indică factorii de influență ai organizației Studentul/Absolventul distinge indicatorii în mărime absolută și relativă ai rentabilității, costurile capitalului și sintetizarea informațiilor financiare	Studentul/Absolventul calculează și interpretează liniile și indicatorii-cheie din situațiile financiare, respectiv bilanțul contabil, contul de rezultate, oferind analize detaliate Studentul/Absolventul pregătește rapoarte pentru evaluarea riscurilor și oportunităților financiare	Studentul/Absolventul construiește scenarii financiare și propune măsuri de îmbunătățire a eficienței economice a întreprinderii sau a unui proiect de investiții. Studentul/Absolventul evaluează nivelul actual al îndeplinirii obiectivelor economice și financiare ale întreprinderii, identifică și propune măsuri de creștere a eficienței utilizării resurselor materiale și umane, având în vedere oportunitățile economice Studentul/Absolventul proiectează soluții pentru creșterea veniturilor, precum și pentru generarea unui rezultat operațional pozitiv	Analiză economico-financiară
36.	Studentul/Absolventul definește principiile și funcțiile finanțelor publice. Studentul/Absolventul clasifică riscurile financiare și modalitățile de gestionare a acestora. Studentul/Absolventul identifică datele financiare ce pot fi utilizate pentru scopuri fiscale. Studentul/Absolventul identifica tipurile de impozite si taxe	Studentul/Absolventul interpretează reglementările specifice sistemului fiscal Studentul/Absolventul aplică politicile fiscale, în conformitate cu legislația aplicabilă. Studentul/Absolventul face diferența între impozite si taxe. Studentul/Absolventul determina nivelul de impozitare pe tipuri de bunuri impozabile si venituri. Studentul/Absolventul selectează surse de informare relevante pentru dezvoltarea cunoștințelor financiare și fiscale.	Studentul/Absolventul calculează diferite tipuri de impozite cum ar fi: impozitul pe venit, impozitul pe construcții, mașini etc. Studentul/Absolventul îmbunătățește gestiunea financiară a activelor curente și non-curente, inclusiv realizarea de noi investiții/dezinvestiri și optimizarea nivelului impozitelor și taxelor plătite. Studentul/Absolventul poate realiza optimizarea fiscală.	Fiscalitate

37.	Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe privind terminologia, expresiile și structurile lingvistice specifice comunicării comerciale în limba străină. Studentul/Absolventul cunoaște normele și convențiile internaționale privind redactarea documentelor oficiale, comerciale și profesionale (scrisori, e-mailuri, facturi, comenzi, oferte etc.). Studentul/Absolventul înțelege diferențele culturale și stilistice care influențează comunicarea în mediile economice internaționale și impactul acestora asupra relațiilor comerciale și profesionale.	Studentul/Absolventul redactează corect, coerent și profesionist documente de corespondență comercială și comunicare de afaceri, adaptând limbajul și tonul în funcție de contextul profesional. Studentul/Absolventul comunică eficient, oral și în scris, în cadrul întâlnirilor, negocierilor și interacțiunilor comerciale, demonstrând stăpânirea limbajului specializat. Studentul/Absolventul interpretează și elaborează răspunsuri adecvate la mesaje comerciale și solicitări profesionale venite din medii interculturale, aplicând principii de comunicare eficientă și diplomată.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru calitatea comunicării în limba străină în cadrul organizației, contribuind la menținerea unei imagini profesionale coerente. Studentul/Absolventul adoptă o atitudine proactivă și autonomă în elaborarea documentelor de afaceri și în participarea la procesele de comunicare internațională, gestionând eficient situații complexe sau neprevăzute. Studentul/Absolventul evaluează critic și îmbunătățește propria comunicare profesională în limba străină, ținând cont de bunele practici și de feedback-ul primit din partea partenerilor de afaceri sau superiorilor.	Comunicare comercială în limbi străine
38.	Studentul/Absolventul cunoaște și înțelege conceptele fundamentale ale eticii academice, inclusiv onestitatea, responsabilitatea, echitatea și respectul pentru drepturile intelectuale. Studentul/Absolventul identifică și explică normele, codurile de conduită și politicile instituționale privind integritatea academică, cu accent pe prevenirea plagiatului, falsificării datelor și altor forme de fraudă intelectuală. Studentul/Absolventul înțelege implicațiile etice ale cercetării științifice și educației academice, inclusiv respectarea drepturilor de autor și a regulilor de citare.	Studentul/Absolventul aplică principii de etică academică în redactarea lucrărilor științifice, proiectelor de seminar și a documentelor universitare, utilizând corect sursele și referințele bibliografice. Studentul/Absolventul recunoaște și analizează comportamentele neetice în mediul academic, oferind soluții constructive pentru promovarea integrității. Studentul/Absolventul utilizează metode de autoevaluare și autocontrol pentru a evita comportamentele neconforme cu standardele etice universitare.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea pentru conduita academică proprie și contribuie activ la menținerea unui climat bazat pe încredere, respect și transparență în cadrul comunității universitare. Studentul/Absolventul demonstrează un comportament etic constant în procesul de învățare, evaluare și cercetare, acționând cu integritate chiar și în condiții de presiune sau incertitudine. Studentul/Absolventul promovează și susține valorile etice în cadrul activităților academice și profesionale, devenind un model de bune practici pentru colegi și colaboratori.	Etică și integritate academică
39.	Studentul/Absolventul cunoaște beneficiile activității fizice asupra sănătății fizice și psihice. Studentul/Absolventul înțelege principiile antrenamentului fizic și ale mișcării corecte.	Studentul/Absolventul aplică exerciții fizice specifice pentru dezvoltarea rezistenței, forței și flexibilității. Studentul/Absolventul participă activ și corect la activitățile sportive propuse. Studentul/Absolventul își adaptează efortul fizic în funcție de capacitățile proprii.	Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea menținerii unui stil de viață activ și sănătos. Studentul/Absolventul respectă regulile de joc și spiritul de fair-play. Studentul/Absolventul colaborează eficient în activități de echipă și manifestă autonomie în organizarea activităților fizice personale.	Educație fizică 1 Educație fizică 3 Educație fizică 3 Educație fizică 4

40.	Studentul/Absolventul cunoaște structura activităților specifice domeniului marketing. Studentul/Absolventul înțelege funcționarea proceselor de promovare și vânzare. Studentul/Absolventul cunoaște instrumentele de cercetare de piață și comunicare de marketing.	Studentul/Absolventul aplică tehnici de marketing în cadrul activităților desfășurate în organizație. Studentul/Absolventul realizează materiale de promovare și conținut de marketing. Studentul/Absolventul colectează și interpretează date de piață relevante pentru luarea deciziilor.	Studentul/Absolventul manifestă autonomie în rezolvarea sarcinilor de marketing. Studentul/Absolventul își asumă responsabilitatea contribuției la campanii și activități promoționale. Studentul/Absolventul colaborează activ în echipe de marketing și contribuie la obiectivele comune.	Practică de specialitate
-----	---	---	---	--------------------------

VIII. OCUPAȚIA/OCUPAȚIILE VIZATE DE PROGRAMUL DE STUDII

Ocupația/ocupațiile vizate de programul de studii, din COR/ISCO-08/ESCO, conform RNCIS:

Cod COR: 243102 / Denumire COR: organizator activitate turism (studii superioare) /

Cod COR: 243103 / Denumire COR: specialist marketing /

Cod COR: 243104 / Denumire COR: manager de produs

RECTOR,
Prof.univ.dr. Cezar Ionuț SPÎNU

DECAN,
Conf.univ.dr. Anca BĂNDROI

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
Prof.univ.dr. Claudiu George BOCEAN