

Prezentarea programului de studii universitare de licență

MARKETING

Programul de studii universitare de licență *Marketing* este acreditat și face parte din structura de funcționare a Facultății de Management-Marketing din cadrul Universității „ARTIFEX” din București, desfășurându-și activitatea în mod distinct, în regim de învățământ cu frecvență, în limba română, cu durata de 3 ani (6 semestre).

Misiunea programului constă în oferirea unui cadru adecvat pentru pregătirea, în plan științific și practic, specialiștilor în marketing, prin dobândirea cunoștințelor, abilităților, valorilor și atitudinilor necesare atingerii performanței profesionale în domeniul Marketing, în condițiile utilizării tehnologiei informației, astfel încât absolvenții să fie capabili să-și construiască o carieră de succes, indiferent de locul unde își desfășoară activitatea, în sectorul privat sau public, să poată ocupa o anumită funcție în ierarhia profesională, să urmeze o carieră în afaceri și să dobândească anumite cunoștințe și abilități de cercetare în domeniu.

Prin parcurgerea și absolvirea programului de studii *Marketing* se pun bazele teoretice, dar și practice necesare pentru dezvoltarea unei cariere în domeniul marketingului. Astfel, absolvenții vor fi pregătiți să lucreze în diverse organizații (firme, instituții și organizații nonprofit), în contextul particularităților societății cunoașterii, ale pieței românești, europene și mondiale, capabili să orienteze aceste organizații atât către resurse, cât și către nevoile pieței și clienților, să maximizeze performanțele de marketing, să obțină avantaj competitiv prin utilizarea tehnologiilor, să faciliteze comunicarea, interacțiunile și relațiile cu clienții și partenerii de afaceri, să îmbunătățească procesele de afaceri, comunicare și vânzare. De asemenea, prin parcurgerea acestui program de studii se urmărește crearea premiselor pentru ca viitorii absolvenți să poată realiza cercetări temeinice ale pieței și mediului economic și social, dar și să identifice și să valorifice oportunități ale pieței, să inițieze afaceri, să construiască echipe și organizații, să dezvolte și să promoveze noi produse și valori care să satisfacă nevoile indivizilor și societății.

Programul de studii universitare de licență *Marketing* țintește, prin curricula universitară, să asigure următoarele **obiective generale**:

- ✓ asimilarea standardelor occidentale de educație academică, ca fundament al formării unor profesioniști în marketing, capabili să răspundă provocărilor integrării europene și globalizării economice, ale europenizării și internaționalizării sistemului economic;

- ✓ să faciliteze procesele de învățare, cunoaștere și cercetare a marketingului ale studenților, absolvenților, membrilor comunității universitare și ale lucrătorilor din organizații publice și private;
- ✓ să realizeze și să dezvolte permanent o comunitate de indivizi și organizații din mediul economic și social, românesc și european, care doresc să își dezvolte cunoștințele și abilitățile de marketing;
- ✓ să dezvolte o bază de resurse de cunoaștere cuprinzând teorii, concepte, metode, tehnici, instrumente și modele de bune practici, rezultate ale cercetărilor piețelor și mediului de afaceri, să stimuleze cercetarea științifică în domeniul marketingului și a mediului economic și social românesc, european și mondial;
- ✓ să formeze absolvenți pregătiți să lucreze în diverse organizații (firme, instituții și organizații nonprofit), în contextul particularităților societății cunoașterii, ale pieței românești, europene și mondiale, capabili să orienteze aceste organizații atât către resurse, cât și către nevoile pieței și clienților, să maximizeze performanțele de marketing, să obțină avantaj competitiv prin utilizarea tehnologiilor, să faciliteze comunicarea, interacțiunile și relațiile cu clienții și partenerii de afaceri, să îmbunătățească procesele de afaceri, comunicare și vânzare;
- ✓ să formeze absolvenți înzestrați cu competențele necesare realizării de cercetări temeinice ale pieței și mediului economic și social, cu abilități antreprenoriale de valorificare a oportunităților pieței;
- ✓ să formeze antreprenori capabili să identifice și să valorifice oportunități ale pieței, să inițieze afaceri, să construiască echipe și organizații, să dezvolte și să promoveze noi produse și valori care să satisfacă nevoile indivizilor și societății.
- ✓ să contribuie la integrarea absolvenților pe piața muncii, în organizații și comunități, în societatea românească, europeană și în viitor;
- ✓ să promoveze principii, valori și bune practici ale marketingului, ca domeniul al cunoașterii și practicii economice și sociale, respectând cele mai înalte standarde de integritate, etică și conștiință socială.

Programul de studii universitare de licență *Marketing* urmărește, ca **obiective specifice**, să asigure absolvenților:

- ✓ participarea la identificarea activităților specifice de marketing din cadrul organizației, stabilirea succesiunii și duratei acestora;

- ✓ cunoașterea particularităților activităților de marketing din diverse domenii: industrie, servicii de turism, bănci, social și politic etc;
- ✓ desfășurarea activităților specifice relațiilor publice;
- ✓ participarea la elaborarea de pliante, cataloage, prospecte și broșuri publicitare;
- ✓ participarea la organizarea și desfășurarea activităților de marketing din cadrul târgurilor și expozițiilor;
- ✓ participarea la executarea și implementarea planurilor și programelor de marketing;
- ✓ participarea la executarea activităților de: merchandising, publicitate la locul vânzării și promovarea vânzărilor în calitate de: merchandiser, sampler, promoter etc.
- ✓ monitorizarea și gestionarea portofoliului de produse pe clienți, segmente de piață, zone geografice, în calitate de responsabil de produs;
- ✓ participarea la executarea unor activități specifice marketingului direct: alegerea mediilor de marketing direct, organizarea și realizarea campaniilor de marketing online, marketing prin corespondență;
- ✓ crearea și actualizarea bazelor de date de marketing; Capacitatea de a dezvolta și de a utiliza baze de date referitoare la clienți, furnizori, produse, concurenți și piețe în vederea fundamentării procesului decizional vizând mixul de marketing promovat de organizații;
- ✓ participarea la punerea în aplicare a unor activități de marketing online: alegerea tehnicilor de creare și dezvoltare a traficului pe site-urile online, măsurarea performanțelor marketingului online (web analytics), planificarea și realizarea designului site-urilor online, optimizarea prezenței site-urilor online pe motoarele de căutare, alegerea mijloacelor de comunicare online, dezvoltarea programelor de social media marketing;
- ✓ participarea la punerea în aplicare a studiilor de piață și la culegerea de informații privind mediul extern al organizațiilor - macromediu, concurenți, distribuitori, tendințele pieței.
- ✓ supravegherea evoluției prețurilor pe piață și asigurarea documentației necesare privind elaborarea politicii de preț în colaborare cu alte departamente ale organizației;
- ✓ dobândirea de competențe în vederea participării la activități de auditare a brandurilor de produse și servicii-măsurarea notorietății, imaginii, satisfacției loialității;
- ✓ dobândirea de competențe în vederea participării la planificarea, concepția și execuția activităților de creare a identității brandurilor organizaționale (corporate brand), de produse/servicii;

- ✓ executarea unor activități specifice în domeniul cumpărărilor în calitate de agent de cumpărare, comisionar;
- ✓ executarea unor activități specifice în domeniul vânzărilor în calitate de reprezentant de vânzări, agent de distribuție, comisionar, consultant în vânzări;
- ✓ intermedierea relațiilor dintre organizație și publicul său;
- ✓ executarea unor activități de marketing specifice agențiilor de publicitate: monitorizarea canalelor publicitare, gestionarea operativă a concepției, creației și producției publicitare etc.
- ✓ gestionarea portofoliului de clienți ai firmei (urmăriri contracte, stocuri);
- ✓ efectuarea unor analize și calcule specifice relațiilor cu partenerii.

Programul de studii de licență *Marketing* oferă posibilitatea dobândirii de către studenții absolvenți a unor **competențe profesionale și transversale** specifice, care corespund nivelului 6 atât din Cadrul național al calificărilor (CNC), cât și din Cadrul european al calificărilor (CEC/EQF).

Calificarea dobândită în urma parcurgerii ciclului universitar de licență este definită prin **rezultatele învățării**, exprimate în termeni de competențe profesionale și transversale, formate pe parcursul întregului ciclu de studii universitare. Competențele absolvenților programului de studii universitare de licență *Marketing* sunt următoarele:

✓ *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 mix-ului de marketing;

C5 - Utilizarea tehnicilor de vânzare;

C6 - Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației.

✓ *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.

Având în vedere competențele de mai sus, absolvirea programului de studii de licență *Marketing* oferă numeroase oportunități pentru construirea unei cariere și un spectru larg de posibilități de angajare în organizații diverse, publice și private, pornind de la firme mici și mijlocii până la companii multinaționale. Astfel, după finalizarea studiilor, absolvenții programului de studii de licență *Marketing* vor putea accesa locuri de muncă precum referent de specialitate marketing, organizator relații, brand manager, dar și alte ocupații în conformitate cu Clasificarea Ocupațiilor din România (COR) / ISCO 08 și cu solicitările angajatorilor pe piața muncii.

De asemenea, absolvenții programului de studii universitare de licență *Marketing* au posibilitatea să își continue studiile prin înscrierea la programul de studii universitare de master din domeniul *Marketing*, respectiv *Marketing și Comunicare în Afaceri*, dar și la programe de studii de master din alte domenii, organizate de Universitatea „ARTIFEX” din București.

Planul de învățământ al programului de studii *Marketing* din cadrul Facultății de Management-Marketing este compatibil cu cel al programelor similare din universitățile europene și astfel conceput încât să pună bazele teoretice și practice necesare pentru formarea oricărui economist, dar să asigure și specializarea viitorului absolvent în domeniul marketing. Astfel, planul de învățământ al programului de licență *Marketing* conține, în conformitate cu Standardele specifice ARACIS, următoarele pachete de discipline: discipline fundamentale care acoperă un număr minim de 60 credite de studii transferabile (ECTS), discipline de specialitate, discipline complementare și discipline relevante pentru pregătirea în domeniu a studenților. De asemenea, flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale și discipline facultative. Acestea sunt propuse începând cu anul al doilea de studii de licență și completează traseul de specializare a studentului. Alegerea traseului se face de către student în anul universitar anterior derulării disciplinelor opționale și facultative.

Stabilirea categoriilor de discipline din planul de învățământ s-a realizat în strânsă legătură cu competențele profesionale și transversale propuse, cu Standardele specifice ARACIS, dar și ținând seama de recomandările absolvenților, angajatorilor și ale mediului de afaceri.

Structura planului de învățământ al programului de studii universitare de licență **Marketing**, pe ani de studii, este următoarea:

Anul I	
<i>Semestrul I</i>	<i>Semestrul II</i>
Matematică aplicată în economie Microeconomie Dreptul afacerilor Informatică Management Istoria și doctrina cooperatistă Limba străină (engleză/franceză) Educație fizică I*	Macroeconomie Marketing Statistică economică Contabilitate Finanțe Baze de date pentru marketing Limba străină (engleză/franceză) Educație fizică II*
Anul II	
<i>Semestrul I</i>	<i>Semestrul II</i>
Cercetări de marketing Tehnici promoționale Marketing direct Comportamentul consumatorului Tehnici de vânzare Managementul produsului și al brandului Educație fizică III*	Econometrie Managementul vânzărilor Marketingul serviciilor Cybermarketing Marketing agroalimentar Practica de specialitate (3 săpt x 30 ore/săpt)
<i>Discipline opționale și facultative</i> Etică și integritate academică Doctrină economică contemporană	<i>Discipline opționale și facultative</i> Relații publice Protecția consumatorilor Sisteme informaționale de marketing
* Disciplina Educație fizică și sport este obligatorie, cu 3 puncte de credit atribuite în afara celor 180 de puncte de credit	
Anul III	
<i>Semestrul I</i>	<i>Semestrul II</i>
Marketing internațional Logistica mărfurilor Economia cooperăției Analiza informațiilor de marketing Proiecte de marketing Comunicare în afaceri în limba străină (engleză/franceză)	Marketing strategic Business to business marketing Management comercial Simulări de marketing Marketingul micilor afaceri Metodologia elaborării lucrării de licență (2 săpt.x35 ore)
<i>Discipline opționale și facultative</i> Programe aplicative de marketing Antreprenoriat Marketingul organizațiilor non-profit	<i>Discipline opționale și facultative</i> Tehnologii comerciale Marketing turistic Distribuție și merchandising

Practica de specialitate se desfășoară în al doilea semestru al anului al doilea de studii, în baza unui Ghid al activității de practică, pus la dispoziția studenților la <https://www.artifex.org.ro/graficul-activitatilor/practica-studentilor/>.

Studiile universitare de licență se finalizează cu elaborarea și susținerea lucrării de licență, iar pentru promovarea examenului de licență se acordă 10 puncte de credit peste cele aferente programului de studii (180 ECTS).

Admiterea la programul de studii universitare de licență *Marketing* se face în conformitate cu Metodologia privind organizarea și desfășurarea concursului de admitere la programele de studii universitare de licență și de master.

Înscrierea la concursul de admitere se face pe baza următoarelor documente:

- diploma de bacalaureat sau diplomă echivalentă cu aceasta, în original și copie conform cu originalul;
- foaia matricolă sau un document echivalent cu aceasta, din care să rezulte media anilor de studii, în original și copie conform cu originalul;
- certificatul de naștere, în original și copie conform cu originalul;
- certificatul de căsătorie, în original și copie conform cu originalul (dacă este cazul);
- documentul de identitate (copie conform cu originalul);
- adeverință medicală tip, eliberată de cabinetele medicale autorizate, din care să rezulte că solicitantii sunt apti pentru învățământ superior;
- trei fotografii de dimensiune 3/4;
- chitanța privind achitarea taxei de înscriere;
- contractul - cadru pentru întreaga perioadă de școlarizare;
- fișa de înscriere, completată electronic și semnată de candidat, la momentul înscrierii;
- dosar plic.

Taxele de studii pentru programul de studii universitare de licență *Marketing* se regăsesc în secțiunea: <https://www.artifex.org.ro/taxe-si-tarife/>.

Admiterea se face în limita capacității de școlarizare stabilită de ARACIS și publicată în H.G. din anul curent, cu respectarea standardelor ARACIS specifice programelor de licență. Pentru mai multe informații privind admiterea accesați: <https://www.artifex.org.ro/admitere/>.

Vă așteptăm să fiți studenții și partenerii noștri!