

**UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA**

**FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR**

**DEPARTAMENTUL DE MARKETING ȘI RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE**

Avizat,

Prorector Strategie Academică,

Conf. univ. dr. Mădălin BUNOIU

Se aprobă,

ÎN ȘEDINȚA DE SENAT

din data de 28.07.2015

Președinte Senat UVT,

Prof. univ. dr. Alexandru BUGLEA

Avizat DECIDFR,

Conf. univ. dr. Viorel NEGRUȚ

## **RAPORT DE AUTOEVALUARE**

**AL PROGRAMULUI POSTUNIVERSITAR DE FORMARE ȘI DEZVOLTARE PROFESIONALĂ**

**CONTINUĂ**

***„MARKETING, COMUNICARE ȘI STRATEGII DE BRAND”***

*Timișoara, 2015*

## RAPORT DE AUTOEVALUARE

### 1. EXPUNERE DE MOTIVE:

Îmbunătățirea sistemului educațional implică o colaborare strânsă între mediul academic și mediul de afaceri. Este tot mai evidentă o nevoie acută de integrare a filosofiei, culturii și competențelor de marketing în organizațiile din România, în condițiile în care aceste competențe sunt relativ noi pentru acestea.

În acest context și în conformitate cu prevederile legilor actuale, Centrul de Educație Continuă și Învățământ la Distanță (CECID) al FEAA își propune să ofere un program postuniversitar în domeniul Marketing. Acest program post-universitar, intitulat „*Marketing, Comunicare și Strategii de Brand*” oferă posibilitatea specialiștilor din diverse domenii să își completeze formarea de bază, să înțeleagă corect rolul marketingului în organizații și să cunoască în profunzime diversele discipline ale domeniului Marketing și aplicațiile acestora în practica afacerilor. Programul își propune să aibă o structură similară unui program de training profesional testat deja cu succes la nivel internațional.

În proiectarea acestui program s-a ținut cont de calificările și competențele de bază care sunt solicitate într-un număr mare de companii din zona de vest a României și de solicitările, din ce în ce mai numeroase, de personal specializat în domeniul Marketing.

Programul își propune să creeze competențe și expertiză care să acopere, în cea mai mare măsură, întreaga funcțiune de marketing a firmelor.

Programul propus va avea un pronunțat caracter aplicativ, propunându-și să transpună cunoștințele teoretice în practică, în acord cu tendințele actuale de pe piața educațională internațională. Menționăm că, în cadrul acestui program, se dorește atragerea unor parteneri care vor putea asigura stagii de practică obligatorii, precum și livrarea unor seminarii de către experți practicieni, angajați ai companiilor respective.

Programul educațional va fi operaționalizat printr-o strânsă colaborare între cadrele didactice din FEAA și experți practicieni din companii private prestigioase. Componenta practică a programului va fi completată și cu un stagiul de practică asigurat de partenerii din mediul de afaceri și de firmele din care provin cursanții.

Programul postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă se va intitula „*Marketing, Comunicare și Strategii de Brand*”, va avea durata unui an și se bazează pe

temeiul legal al organizării programelor postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă conferit de:

- Art. 133 alin. (3) și (4), art. 143, art. 171, art. 173, art. 328 – 334, art. 361 alin (6) din Legea Educației Naționale nr. 1 / 2011, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordinul MECTS nr. 5703 / 18.10.2011 privind implementarea Cadrului național al calificărilor din învățământul superior;
- Ordinul nr. 3163 / 01.02.2012 al Ministrului Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului privind aprobarea Metodologiei – cadru de organizare și funcționare a programelor postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă;
- Ordinul nr. 5370 / 2012 privind aprobarea modelului certificatului de atestare al competențelor profesionale și al suplimentului descriptiv;
- Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 49 / 2014 privind instituirea unor măsuri în domeniul educației, cercetării științifice și pentru modificarea unor acte normative, publicată în Monitorul Oficial, Partea I, nr. 486 din 30 iunie 2014.

## 2. DATE GENERALE:

<b>NUMELE PROGRAMULUI:</b>	<b>Marketing, Comunicare și Strategii de Brand</b>
<b>TIPUL PROGRAMULUI:</b>	Curs postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă
<b>PERIOADA DE IMPLEMENTARE:</b>	2 semestre
<b>LOCAȚIE DE DESFĂȘURARE:</b>	Sediul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor (FEAA) din cadrul Universității de Vest din Timișoara (UVT) (Timișoara, str. J.H. Pestalozzi, nr. 16) Sediul companiilor partenere
<b>CUI SE ADRESEAZĂ?</b>	Absolvenților de învățământ superior economic și de administrare a afacerilor, învățământ superior tehnic, farmacie, psihologie și altele

### 3. DESCRIEREA PROGRAMULUI:

Programul face parte din categoria programelor „hard skills” având o abordare intensivă, practică și concentrată, fiind, de asemenea, accesibil din punct de vedere financiar.

#### MISIUNEA ȘI OBIECTIVELE STRATEGICE

În spiritul ideii de „învățare pe tot parcursul vieții”, programul se adresează tuturor absolvenților din învățământul universitar economic, tehnic, farmaceutic etc. care doresc să se specializeze în domeniul marketingului, să cunoască abordările moderne ale problemelor de marketing pe care le întâmpină organizațiile din diverse sectoare industriale. Totodată, programul nu exclude participarea absolvenților de studii superioare cu alt profil interesați de dobândirea cunoștințelor de specialitate în domeniul abordat prin programul postuniversitar (antreprenori, persoane interesate de reconversia profesională etc.).

**MISIUNEA** programului se poate rezuma astfel: *facilitarea dobândirii de competențe în domeniul Marketing precum și înțelegerea modalităților de integrare a acestor competențe în activitățile derulate la nivelul organizațiilor*. Programul are următoarele dimensiuni formative:

- Cunoașterea mediului extern al organizațiilor și elaborarea strategiilor și tacticilor de marketing;
- Comunicarea Integrată de Marketing;
- Managementul categoriei de produse;
- Fundamentarea deciziilor strategice și operaționale care privesc brandul organizațional și brandul de produs;
- Procesul de vânzare și tehnicile de vânzare.

În cadrul acestui program sunt detaliate aspecte referitoare la dimensiunile formative precizate mai sus atât în mediul real (sau offline), cât și în mediul virtual (sau online) pentru a se adapta tendințelor moderne din practica de marketing.

Caracterul practic al acestui curs postuniversitar este dat de participarea unor experți practicieni care vor prezenta cursanților aplicații, cazuri specifice unor competențe ale departamentelor de marketing din organizații: managementul categoriei de produse, identitatea vizuală a brandului organizațional și a brandurilor de produse, marketing online și social media (Web design și Web Analytics), tehnici de vânzare.

Principalele **OBIECTIVE STRATEGICE** ale acestui program sunt:

- Dobândirea abilităților de utilizare a unor metode, tehnici și instrumente operaționale utile în practica de marketing;
- Dezvoltarea competențelor în subdomenii ale marketingului precum: managementul categoriei de produse, branding, comunicarea integrată de marketing, publicitate, marketing online, vânzări etc.;
- Dobândirea de abilități specifice diverselor funcții specifice marketingului: manager categorie de produse, brand manager, responsabil activități de comunicare integrată (markcom), responsabil activități de publicitate, specialist în marketing online, manager de vânzări;
- Dezvoltarea unei viziuni asupra culturii marketingului și a rolului activităților de marketing în organizații.

#### 4. BENEFICII:

- Interacțiunea studenților cu un număr important de experți practicieni din cadrul unor companii de prestigiu, de la nivel local și național;
- Stagiu de practică relevant desfășurat în companii de prestigiu.

#### 5. STRUCTURA ȘI MODUL DE ORGANIZARE:

Programul se va desfășura cu o grupă de cursanți formată din minim 20 de persoane. Admiterea la programul postuniversitar se face pe bază de **fișă de înscriere**, **dosar de înscriere** în limita locurilor anunțate și **examen de admitere sub formă de interviu**, iar durata standard a studiilor va fi de **două semestre**, în regim de taxă.

Programul în varianta standard se va desfășura în spațiile de învățământ ale Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, precum și în spațiile puse la dispoziție de către companiile partenere în cadrul programului, companii care vor asigura stagiile de internship.

Cuantumul taxei se va stabili la începutul fiecărui an universitar luând în considerare costurile de școlarizare estimate pe un cursant, precum și tarifele practicate pe piața pregătirii profesionale pentru programe cu durata și complexitatea similară. Veniturile din taxele de școlarizare se vor constitui în venituri proprii și vor fi folosite în conformitate cu dispozițiile

legale în vigoare pentru plata orelor de curs și de seminar susținute de cadrele didactice și de experții practicieni. Salarizarea cadrelor didactice care desfășoară activități în cadrul acestui curs se face în regim de plată cu ora pe baza unui stat de funcțiuni aprobat. Menționăm că la o taxă de școlarizare propusă de 2.700 lei și un număr minim de 20 studenți se acoperă cheltuielile cu salariile cadrelor didactice, precum și contribuția de 25% către Universitatea de Vest din Timișoara.

În ceea ce privește **BAZA MATERIALĂ**, activitățile didactice se vor desfășura în spațiile de învățământ ale Facultății de Economie și de Administrarea Afacerilor, precum și în spațiile puse la dispoziție de companiile partenere.

Mijloacele didactice utilizate sunt:

- computer portabil + videoproiector;
- materiale de curs în format electronic (se va utiliza o platformă on-line) și materiale în format tipărit;
- PC-uri din laboratoarele Facultății de Economie și de Administrarea Afacerilor, conectate la internet;
- Softuri de simulare (Simulatorul de Afaceri al Facultății de Economie și de Administrarea Afacerilor).

## 6. CONȚINUTUL PROCESULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT:

Planul de învățământ al programului postuniversitar răspunde misiunii și obiectivelor strategice stabilite, cuprinzând disciplinele care oferă cunoștințele de specialitate solicitate, fiind bine structurat și adaptat la cerințele cursanților potențiali.

**Planul de învățământ** al programului postuniversitar de specializare, precum și cadrele didactice care urmează să susțină cursurile, sunt prezentate în tabelul de mai jos.

**Planul de învățământ**

valabil începând cu anul universitar 2015 – 2016

<b>Nr. crt.</b>	<b>Denumirea disciplinei</b>	<b>Cadru didactic FEAA</b>	<b>Expert practician</b>	<b>Nr. credite</b>	<b>Nr. ore</b>
<b>1</b>	Branding	Prof. univ. dr. Marius BIZEREA	*	<b>4</b>	<b>42</b>
<b>2</b>	Metode de culegere a datelor de marketing	Conf. univ. dr. Remus NAGHI	*	<b>4</b>	<b>42</b>
<b>3</b>	Comportamentul clientului	Prof. univ. dr. Costinel DOBRE	*	<b>4</b>	<b>42</b>
<b>4</b>	Managementul categoriei de produse. Studii de caz	*	Expert practician	<b>3</b>	<b>28</b>
<b>5</b>	Comunicare integrată de marketing, publicitate și promovare	Asist. univ. dr. Anca MILOVAN	*	<b>4</b>	<b>42</b>
<b>6</b>	Tehnici de vânzare. Aplicații practice	*	Expert practician	<b>3</b>	<b>28</b>
<b>7</b>	Branding. Aplicații practice în crearea identității brandurilor	*	Expert practician	<b>3</b>	<b>28</b>
<b>8</b>	Marketing online și social media	Lector univ. dr. Ciprian ADAM	*	<b>4</b>	<b>42</b>
<b>9</b>	Strategii de marketing	Prof. univ. dr. Florin FOLTEAN Lector univ. dr. Gheorghe PREDA	*	<b>4</b>	<b>42</b>
<b>10</b>	Marketing online și social media. Design și Web Analytics. Aplicații practice	*	Expert practician	<b>3</b>	<b>28</b>
<b>11</b>	Marketing în retail	Conf. univ. dr. Sorin PRADA	*	<b>4</b>	<b>42</b>
<b>12</b>	Programe de loializare a clienților	Conf. univ. dr. Cristian DUȚU Asist. univ. dr. Simona TRIF	*	<b>3</b>	<b>28</b>
<b>13</b>	Business Game	Conf. univ. dr. Cristian DUȚU Lector univ. dr. Gheorghe PREDA	*	<b>2</b>	<b>28</b>
<b>14</b>	Internship (coordonare)	Conf. univ. dr. Sorin PRADA Lector univ. dr. Ciprian ADAM Asist. univ. dr. Simona TRIF	*	<b>4</b>	<b>42</b>

## **ANEXA 1 – Planul de Învățământ**

**UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA**

**FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR**

**Program postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă:**

**MARKETING, COMUNICARE ȘI STRATEGII DE BRAND**

**Forma de învățământ:** Învățământ cu frecvență (IF)

**Domeniul de licență pe care se fundamentează programul de studii:** MARKETING

**Calificarea universitară pe care se fundamentează programul de studii:** Marketing, cod RNCIS L40707008010

**Competențe:**

**Competențe profesionale:**

- Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing;
- Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing;
- Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său;
- Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing;
- Utilizarea tehnicilor de vânzare;
- Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației.

**Competențe transversale:**

- Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;
- Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei;
- Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

**Planul de învățământ**

valabil începând cu anul universitar 2015 – 2016

Nr. crt.	Disciplina	Activități didactice					Nr. credite	Forma de evaluare	
		C	S	L	P	AP			
1.	Branding	14	14	14			4	Examen	
2.	Metode de culegere a datelor de marketing	14	14		14		4	Examen	
3.	Comportamentul clientului	28	14				4	Examen	
4.	Managementul categoriei de produse.	14			14		3	Examen	
5.	Comunicare integrată de marketing, publicitate și promovare	28	14				4	Examen	
6.	Tehnici de vânzare. Aplicații practice		14		14		3	Colocviu	
7.	Branding. Aplicații practice în crearea identității brandurilor		14		14		3	Colocviu	
8.	Marketing online și social media	28	14				4	Examen	
9.	Strategii de marketing	14	14		14		4	Examen	
10.	Marketing online și social media. Design și Web Analytics. Aplicații practice	14			14		3	Colocviu	
11.	Marketing în retail	28	14				4	Examen	
12.	Managementul loializării clienților	14	14				3	Examen	
13.	Business Game (simulări cu softul existent pentru marketing)				28		2	Colocviu	
14.	Internship					42	4	Colocviu	
15.	Examen de certificare a competențelor					4	1	Examen	
<b>Total ore / credite</b>		<b>508</b>					<b>50</b>		

**Rector,**

Prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA

**Decan,**

Conf. univ. dr. Ovidiu Octavian MEGAN

**Director departament MREI,**

Prof. univ. dr. Costinel DOBRE

**Director de program,**

Conf. univ. dr. Remus Ionuț NAGHI

## 7. ÎNSCRIEREA CURSANȚILOR:

**Condiții** de înscriere a cursanților:

- Absolvent al studiilor de licență (indiferent de profil);
- Nivel mediu de cunoaștere al limbii engleze.

**Dosarul de înscriere** al candidaților va cuprinde următoarele documente:

- Fișă de înscriere eliberată de facultate;
- Copie legalizată după diploma de licență;
- Foaie matricolă;
- Copie legalizată după certificatul de naștere / cartea de identitate;
- Copie legalizată a certificatului de căsătorie sau a documentului care atestă schimbarea numelui inițial de familie;
- Adeverință medicală eliberată de medicul de familie;
- 2 fotografii color (3x4)
- Chitanță de achitare a taxei de înscriere.

**Examen de admitere:**

- Interviu pe baza unei tematici comunicate.

## 8. FINALIZAREA CURSULUI:

Verificarea finală a cunoștințelor se va realiza în cadrul unui **colocviu pentru susținerea unei lucrări de disertație**.

În urma absolvirii cursului se acordă un certificat de atestare a competențelor avizat de Ministerul Educației și Cercetării Științifice.

## 9. CONCLUZII:

În final, evidențiem faptul că, înființarea acestui program postuniversitar răspunde unei cereri reale a pieței pregătirii profesionale, este în spiritul ideii de „învățare pe tot

parcursul vieții” și va contribui la îmbunătățirea imaginii și a prestigiului de care se bucură Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor și Universitatea de Vest din Timișoara.

**Decan FEAA,**

Conf. univ. dr. Ovidiu Octavian MEGAN

**Coordonator CECID FEAA,**

Conf. univ. dr. Gabriel BÎZOI

**Director departament MREI,**

Prof. univ. dr. Costinel DOBRE

**Director de program,**

Conf. univ. dr. Remus Ionuț NAGHI

