

Universitatea "Vasile Alecsandri" din Bacău

Facultatea de Științe Economice

Descrierea programului de studii de master MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

Programul de studii *Marketing și comunicare în afaceri* reprezintă o structură de master din domeniul de studii *Marketing*.

Programul de studii *Marketing și comunicare în afaceri* se adresează absolvenților de studii de licență și, în mod deosebit, celor care au studii de licență în domeniul *Marketing*. Programul de studii *Marketing și comunicare în afaceri*, formează specialiști cu competențe necesare conducerii activității de marketing de la nivelul organizațiilor.

ISTORICUL PROGRAMULUI DE STUDII:

Programul de studii universitare de master *Marketing și comunicare în afaceri* a fost organizat începând cu anul universitar 2008-2009, în cadrul Facultății de Științe Economice din Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău, Departamentul de *Marketing și Management*.

Programul de studii *Marketing și comunicare în afaceri* a fost acreditat prin OMECT nr. 5538/2008, în baza Avizului Consiliului ARACIS nr. 5467 din 28 iulie 2008. Conform acestor documente, programul de studii de master *Marketing și comunicare în afaceri* se organizează la forma de învățământ ZI, cu un număr de 50 de studenți. La acea dată, în cadrul Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău, Facultatea de Științe Economice, funcționa programul de studii universitare de licență *Marketing*, forma de învățământ ZI, acreditată prin H.G. nr. 535/1999 care funcționează și în prezent.

Programul de studii de master *Marketing și comunicare în afaceri* este nominalizat în H.G. nr. 385/31.03.2021, privind domeniile și programele de studii universitare de master acreditate și numărul maxim de studenți ce pot fi școlarizați în anul universitar 2021-2022.

MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDII:

Misiunea programului de studii *Marketing și comunicare în afaceri* constă în formarea de specialiști cu competențe manageriale adecvate, cu o solidă pregătire teoretică și practică în domeniul marketingului și al comunicării în afaceri, care să fie în măsură să răspundă noilor cerințe impuse de economia de piață, asigurând astfel creșterea rolului marketingului la nivel organizațional.

Misiunea programului de studii *Marketing și comunicare în afaceri* este în concordanță cu misiunea Facultății de Științe Economice a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău, care se regăsește în *Planul strategic al Facultății*.

Programul de studii *Marketing și comunicare în afaceri*, își îndeplinește această misiune, îndeosebi, prin:

- consolidarea cunoștințelor teoretice dobândite la studiile de licență și dezvoltarea capacității de aplicare a lor în practică;

- dezvoltarea capacității de sinteză a informațiilor științifice din domeniul economic, în general, de marketing, în special;
- instruirea în concordanță cu cerințele economiei de piață; dezvoltarea capacității de a găsi soluții la problemele concrete întâmpinate la nivelul mediului de marketing al organizației;
- formarea competențelor necesare luării deciziilor de marketing și formării și dezvoltării de echipe de specialiști în domeniu.

Procesul de învățământ aferent programului de studii universitare de master *Marketing și comunicare în afaceri* are în vedere respectarea Standardelor Specifice de Evaluare Academică elaborate de către ARACIS și a cerințelor normative obligatorii din Metodologia de evaluare externă și se desfășoară pe durata a 4 semestre, având ca prioritate asigurarea pregătirii profesionale a absolvenților, prin cunoștințe teoretice și competențe practice, făcând astfel posibilă dezvoltarea carierei absolvenților. Programul de studii universitare de master *Marketing și comunicare în afaceri* are caracter dinamic prin continua armonizare cu programele de învățământ la nivel național și European.

Consistența și varietatea cunoștințelor dobândite prin programul de studii de master *Marketing și comunicare în afaceri* oferă absolvenților capacitatea de adaptare și flexibilitate, ceea ce le permite să abordeze și ocupe posturi diferite, foarte importante în economie și societate. Prin misiunea asumată, obiectivele propuse și competențele profesionale și transversale ce urmează a fi dobândite de către absolvenți, programul de studii de master *Marketing și comunicare în afaceri* asigură concordanța cu Cadrul național al calificărilor definit prin Clasificarea Ocupațiilor din România (COR), pregătind specialiști pentru ocupații precum: specialist marketing (243103); consilier administrația publică (242201), expert administrația publică (242202), inspector de specialitate în administrația publică (242203), referent de specialitate în administrația publică (242204), manager de produs (243104), referent de specialitate marketing (243203), brand manager (243207), organizator protocol (243208), organizator relații (243209), organizator târguri și expoziții (243210), prezentator expoziții (243211) ș.a.

Planul de învățământ este astfel conceput, încât să asigure: respectarea criteriilor, standardelor specifice de evaluare academică în domeniu și indicatorilor de performanță stabiliți în metodologia ARACIS; aprofundarea în domeniul studiilor de master, obținerea de competențe complementare în alte domenii, precum și dezvoltarea capacităților de cercetare științifică; respectarea principiului de utilizare a creditelor transferabile specificat prin prevederile legale; realizarea de activități practice și de proiect la toate disciplinele; finalizarea studiilor prin lucrarea de disertație, care trebuie să demonstreze cunoașterea științifică avansată a temei abordate.

OBIECTIVE DE FORMARE ȘI COMPETENȚE

Programul de studii universitare de master *Marketing și comunicare în afaceri* are ca obiective de formare:

- Dezvoltarea și consolidarea cunoștințelor și abilităților în domeniul marketingului și al comunicării de marketing, dobândite de candidați în cadrul studiilor de licență;
- Formarea de specialiști în marketing, pregătiți să își asume roluri manageriale și să ia decizii în organizații (firme, instituții și organizații nonprofit), în contextul dinamicii pieței românești, europene și mondiale, înzestrați cu competențele necesare conducerii marketingului organizațiilor, comunicării de marketing a acestora, apti să poată integra și contribui la dezvoltarea de echipe de specialiști în organizații;
- Formarea de antreprenori care să valorifice oportunitățile piețelor, transformandu-le în afaceri care să promoveze noi elemente de plus-valoare prin care să satisfacă nevoile indivizilor și societății;
- Formarea de specialiști apti sa promoveze principii, valori și bune practici ale marketingului și comunicării de marketing, susținând marketingul ca domeniu al cunoașterii și practicii

economice și sociale, care să conducă la crearea unui nivel de cercetare de excelență în domeniu;

- Integrarea absolvenților pe piața muncii, în organizații și comunități, în societatea românească și europeană prin crearea competențelor transversale necesare.

Realizarea acestor obiective are ca finalitate dobândirea următoarelor competențe profesionale și competențe transversale:

COMPETENȚE PROFESIONALE:

Competențele profesionale dezvoltate de programului de studii se referă la: utilizarea cunoștințelor teoretice economice și a metodelor moderne specifice domeniului, analiza datelor economice, fundamentarea și propunerea de soluții pentru probleme economice, implementarea normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică, comunicarea profesională în domeniul economic, relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri. Competențele profesionale, precum și descriptorii acestora (cunoștințe și abilități) se prezintă detaliat mai jos:

C1. Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale și avansate de teorie economică și a metodelor moderne specifice domeniului

- C1.1 Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor la nivel micro și macroeconomic;
- C1.2 Explicarea și interpretarea conceptelor fundamentale și avansate economice la nivel micro și macroeconomic;
- C1.3 Aplicarea conceptelor și teoriilor economice la nivel micro și macro-economic pentru formularea de explicații și ipoteze privind comportamentul agentului economic;
- C1.4 Analiza comparativă a conceptelor și teoriilor domeniului, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii;
- C1.5 Elaborarea de proiecte economice cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu;

C2. Analiza datelor economice în întreprinderi și în alte organizații

- C2.1 Definirea conceptelor și teoriilor economice folosite în comunicarea din cadrul organizațiilor;
- C2.2 Explicarea conceptelor utilizate pentru prezentarea și interpretarea lor în situații economice concrete;
- C2.3 Formularea de ipoteze și explicații privind comportamentul economic al firmei;
- C2.4 Alegerea celor mai eficiente metode de analiză a datelor economice pe baza unor evaluări obiective și calitative;
- C2.5 Elaborarea de rapoarte economice și de comunicare în organizații pe baza prelucrării informațiilor existente;

C3. Fundamentarea și propunerea de soluții pentru problemele economice

- C3.1 Definirea conceptelor, teoriilor și metodologiilor specifice activității economice;
- C3.2 Alocarea, ajustarea, colectarea, asistarea, procurarea datelor caracteristice pentru explicarea și interpretarea situațiilor asociate activității economice;
- C3.3 Integrarea, extinderea, extrapolarea principiilor și metodelor de bază pentru rezolvarea de probleme specifice;
- C3.4 Valorizarea datelor empirice și aplicarea metodelor standard de evaluare asociate activității profesionale;
- C3.5 Organizarea, procesarea și transferarea datelor și informațiilor economice pentru soluțiile identificate;

C4 Implementarea normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică

- C4.1. Identificarea normelor metodologice, a măsurilor, programelor și politicilor economice;
- C4.2 Explicarea politicilor și măsurilor la nivel micro și macroeconomic;

C4.3 Aplicarea normelor metodologice, a măsurilor, politicilor și / sau programelor economice;

C4.4 Evaluarea comparativă a măsurilor, programelor și politicilor de natură economică la nivel micro și macroeconomic;

C4.5 Proiectarea și implementarea setului de măsuri pentru problema economică identificată;

C5. Comunicarea profesională în domeniul economic și al afacerilor

C5.1. Definirea terminologiei și a strategiilor de comunicare economică în afaceri;

C5.2 Explicarea tehnicilor și strategiilor de comunicare economică adaptate diferitelor domenii de afaceri;

C5.3 Aplicarea metodelor și tehnicilor de comunicare economică la un domeniu de afaceri;

C5.4 Evaluarea critic-constructivă a diferitelor metode de comunicare;

C5.5 Comunicarea de mesaje conținând analize și soluții la probleme de afaceri;

C6 Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri

C6.1. Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor economice în relația cu partenerii de afaceri;

C6.2 Explicarea și interpretarea situațiilor și proceselor specifice relațiilor de afaceri;

C6.3 Rezolvarea de probleme specifice relației cu diferiți parteneri de afaceri;

C6.4 Evaluarea critică a conținutului și semnificației unor proiecte / programe în comunicarea cu partenerii de afaceri;

C6.5 Comunicarea eficientă a proiectelor profesionale către partenerii de afaceri;

COMPETENȚE TRANSVERSALE:

Competențele transversale ale programului includ:

CT1. Aplicarea normelor și valorilor de etică profesională pentru luarea deciziilor și realizarea independentă sau în grup a unor sarcini/obiective complexe de la locul de muncă;

CT2. Planificarea și organizarea resurselor umane în cadrul unui grup sau al unei organizații, în condiții de conștientizare a responsabilității pentru rezultatele profesionale;

CT3. Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic.

Decan,

Prof.univ.dr. Ovidiu-Leonard TURCU

Director Departament,

Prof. univ. dr. Eugenia HARJA