

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Valabil începând cu anul universitar 2024-2025

Facultate:	Economie și Administrarea Afacerilor
Ciclul de studii universitare:	Masterat
Denumirea programului de studii universitare de masterat:	Marketing și managementul vânzărilor
Denumirea calificării¹ dobândită în urma absolvirii programului de studii:	Specialist în marketing și managementul vânzărilor
Titlul acordat:	Masterat în Marketing
Durata studiilor (în ani):	2 ani
Număr de credite (ECTS):	120
Forma de învățământ²:	Învățământ cu frecvență (IF)
Limba de predare:	Limba română
Locația geografică de desfășurare a studiilor:	Timișoara
Încadrarea programului de studii în domenii de știință	
Domeniul fundamental:	Științe sociale
Ramură de știință:	Științe economice
Domeniul de studii universitare de masterat:	Marketing
Denumirea domeniului <u>larg</u> de studii (conform DL-ISCED F-2013):	Afaceri, administrație și drept
Denumirea domeniului <u>restrâns</u> de studii (conform DR-ISCED F-2013):	Afaceri și administrație
Denumirea domeniului <u>detaliat</u> de studii (conform DDS-ISCED F-2013):	Marketing și publicitate

¹ *Calificarea (qualification)* este rezultatul formal al unui proces de evaluare și validare, care este obținut atunci când un organism/o autoritate competent/ă stabilește că o persoană a dobândit rezultate ale învățării corespunzătoare unor standarde prestabilite. Calificările dobândite de absolvenții programelor de studii din învățământul superior sunt atestate prin diplome, prin certificate și prin alte acte de studii eliberate numai de către instituțiile de învățământ superior acreditate.

² Învățământ cu frecvență (IF) sau învățământ cu frecvență redusă (IFR)

PREZENTAREA GENERALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE

1. Misiunea programului de studii³

Misiunea programului de masterat Marketing și Managementul Vânzărilor este reprezentată de generarea de competențe și expertiză care să corespundă cerințelor din mediul economic referitoare la dezvoltarea afacerilor vizând funcții de marketing și vânzare:

1. Managementul activității de vânzare, strategii și tehnici de creștere a vânzărilor și gestiunea forței de vânzare.
2. Marketing în sectorul de retail, managementul centrelor comerciale și a magazinelor fizice și virtuale, sistemul acordurilor de franciză și servicii, etc.
3. Comunicare prin instrumentele aflate la dispoziția organizațiilor: publicitate, relații publice, promovarea vânzărilor, etc., utilizând diferite canale de marketing online: site-ul web, medii sociale („social media”), motoare de căutare, campanii prin e-mail, cu scopul dezvoltării afacerilor și noilor produse.
4. Antreprenoriat, dezvoltarea afacerilor și lansarea de noi produse.
5. Menținerea și dezvoltarea relațiilor cu clienții, utilizarea sistemelor informatice de management al relațiilor cu clienții.

2. Competențe și rezultate așteptate ale învățării formate în cadrul programului de studii

³ Misiunea și obiectivele programului de studii trebuie să fie în concordanță cu misiunea Universității de Vest din Timișoara și cu cerințele identificate pe piața muncii.

Conform *Cartei universitare* (articolul 5), **misiunea generală a UVT este de cercetare științifică avansată și educație, generând și transferând cunoaștere către societate** prin:

a) cercetare științifică, dezvoltare, inovare și transfer tehnologic, prin creație individuală și colectivă, în domeniul științelor, al științelor ingineresti, al literelor, al artelor, prin asigurarea performanțelor și dezvoltării fizice și sportive, precum și valorificarea și diseminarea rezultatelor acestora;

b) formare inițială și continuă, la nivel universitar, în scopul dezvoltării personale, a inserției profesionale a individului și a satisfacerii nevoilor de competențe ale mediului socio-economic.

UVT își asumă misiunea proprie de catalizator al dezvoltării societății românești prin crearea unui mediu inovativ și participativ de cercetare științifică, de învățare, de creație cultural-artistică și de performanță sportivă, transferând spre comunitate competențe și cunoștințe prin serviciile de educație, cercetare și de consultanță pe care le oferă partenerilor din mediul economic și socio-cultural.

Realizarea misiunii UVT se concretizează în (*articolul 6 din Carta UVT*):

- promovarea cercetării științifice, a creației literar-artistice și a performanței sportive;
- formarea inițială și continuă a resurselor umane calificate și înalt calificate;
- dezvoltarea gândirii critice și a potențialului creativ al membrilor comunității universitare;
- crearea, teaurizarea și răspândirea valorilor culturii și civilizației umane;
- promovarea interferențelor multiculturale, plurilingvistice și interconfesionale;
- afirmarea culturii și științei românești în circuitul mondial de valori;
- dezvoltarea societății românești în cadrul unui stat de drept, liber și democrat.

A. COMPETENȚE⁴

Competențe-cheie⁵:

CC1 - Competențe antreprenoriale;

CC2 - Competențe digitale;

CC3 - Competențe personale, sociale și de a învăța să înveți;

CC4 - Competențe multilingvistice;

CC5 - Competențe civice.

Competențe profesionale⁶:

CP1 - Dezvoltarea capacității de a iniția afaceri, de a concepe și lansa noi produse, precum și conceperea și implementarea de strategii de creștere a afacerilor;

CP2 - Fundamentarea strategiilor de marketing în sectorul de retail și managementul activităților de marketing și vânzări în centre comerciale, magazinele fizice și virtuale;

CP3 - Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind atragerea clienților, păstrarea și dezvoltarea relațiilor cu clienții și gestiunea echipei de vânzări;

CP4 - Însușirea și aplicarea diferitelor tehnici în procesul de vânzare, precum și fundamentarea tehnicilor de negociere utilizate în afaceri;

CP5 - Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind strategia de marketing, comunicarea de marketing în mediul offline și online, precum și comunicarea verbală interpersonală.

Competențe transversale⁷:

a) Competențe personale:

CT1 - Asumarea de responsabilități în adoptarea deciziilor și autonomie în rezolvarea sarcinilor;

CT2 - Gândirea critică și inovativă;

b) Competențe interpersonale:

CT3 - Abilitatea de a lucra în echipe plurispecializate;

c) Competențe de cetățenie globală:

CT4 - Etica și integritate.

⁴ *Competența (competence)* reprezintă capacitatea dovedită de a selecta, combina și utiliza adecvat cunoștințe, aptitudini și abilități personale, sociale și/sau metodologice și alte achiziții constând în valori și atitudini, pentru rezolvarea cu succes a unei anumite categorii de situații de muncă sau de învățare, precum și pentru dezvoltarea profesională ori personală în condiții de eficacitate și eficiență.

⁵ *Competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții* sunt acele competențe de care au nevoie toți cetățenii pentru împlinirea și dezvoltarea personală, ocuparea unui loc de muncă, incluziune socială și cetățenie activă, fiind dezvoltate în perspectiva învățării pe tot parcursul vieții, începând din copilăria mică și pe tot parcursul vieții adulte, prin intermediul învățării formale, non-formale și informale.

⁶ *Competențele profesionale* reprezintă capacitatea de a realiza activitățile cerute la locul de muncă la nivelul calitativ specificat în standardul ocupațional. Acestea se dobândesc pe cale formală, respectiv prin parcurgerea unui program organizat de o instituție acreditată.

⁷ *Competențele transversale* reprezintă achizițiile valorice și atitudinale care depășesc un anumit domeniu/program de studii și se exprimă prin următorii descriptori: responsabilitate și autonomie, interacțiune socială, dezvoltare personală și profesională.

B. REZULTATE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII⁸

a) Cunoștințe⁹ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun **cunoștințe foarte specializate și conștientizarea critică a acestora, unele dintre ele situându-se în avangarda nivelului de cunoștințe dintr-un domeniu de muncă sau de studiu, ca bază a unei gândiri și/sau cercetări originale:**

C1 - Cunoștințe privind fundamentarea strategiilor de vânzare, identificarea metodelor de atragere a clienților, conceperea unui plan de fidelizare a clienților;

C2 - Fundamentarea tehnicilor utilizate în cadrul activității de identificare a nevoilor clienților, prezentarea ofertei, rezolvarea obiecțiilor și încheierea vânzării;

C3 - Conceperea unei structuri organizatorice de vânzări, recrutarea și selecția personalului de vânzare, recompensarea și stimularea acestuia, precum și formarea profesională a acestuia;

C4 - Conceperea, implementarea și evaluarea strategiei de marketing pentru firmele care activează în sectorul de retail;

C5 - Fundamentarea activităților de managementul marketingului magazinelor, centrelor comerciale, sistemelor de franciză și a afacerilor din sectorul de alimentație publică;

C6 - Identificarea și implementarea activităților necesare în cadrul procesului de dezvoltare a unui nou produs;

C7 - Conceperea unui plan de marketing pentru lansarea unui nou produs;

C8 - Conceperea și realizarea magazinelor online;

C9 - Înțelegerea modului de utilizare a unor programe informatice și aplicații web pentru gestionarea relațiilor cu clienții.

b) Abilități¹⁰ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun **abilități de specialitate pentru rezolvarea problemelor în materie de cercetare și/sau inovare, pentru dezvoltarea de noi cunoștințe și proceduri și pentru integrarea cunoștințelor din diferite domenii:**

A1 - Capacitatea de a concepe și implementa planuri și programe ale unor campanii de vânzare;

A2 - Capacitatea de a identifica clienții, de a monitoriza segmente și nișe de piață, de a înțelege nevoile și beneficiile așteptate de fiecare segment/nișă de piață;

A3 - Capacitatea de a concepe planuri și programe de marketing, de implementare și

⁸ *Rezultatele învățării (learning outcomes)* înseamnă enunțuri care se referă la ceea ce cunoaște, înțelege și este capabil să facă un cursant la terminarea unui proces de învățare și care sunt definite sub formă de cunoștințe, abilități, responsabilitate și autonomie.

⁹ *Cunoștințele (knowledge)* înseamnă rezultatul asimilării de informații prin învățare. Cunoștințele reprezintă ansamblul de fapte, principii, teorii și practici legate de un anumit domeniu de muncă sau de studiu. Cunoștințele sunt descrise ca fiind teoretice și/sau faptice. Cunoștințele se exprimă prin următorii descriptori: cunoaștere, înțelegere și utilizare a limbajului specific, explicare și interpretare.

¹⁰ *Abilitatea (skill)* reprezintă capacitatea de a aplica și de a utiliza cunoștințe pentru a duce la îndeplinire sarcini și pentru a rezolva probleme. Abilitățile sunt descrise ca fiind cognitive (implicând utilizarea gândirii logice, intuitive și creative) sau practice (implicând dexteritate manuală și utilizarea de metode, materiale, unelte și instrumente). Abilitățile se exprimă prin următorii descriptori: aplicare, transfer și rezolvare de probleme, reflecție critică și constructivă, creativitate și inovare.

evaluare a unor campanii de marketing în sectorul retailului (lanțuri de magazine, mall-uri, atât în mediul fizic, cât și în mediul electronic);

A4 - Abilitatea de a gestiona activitățile de marketing ale unui magazin online;

A5 - Abilitatea de a evalua performanțele activităților de vânzare, a performanțelor unor campanii de marketing integrat în mediul fizic și virtual;

A6 - Abilitatea de a iniția și dezvolta afaceri în diverse sectoare de activitate.

c) Responsabilitate și autonomie¹¹ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun *gestionarea și transformarea situațiilor de muncă sau de studiu care sunt complexe, imprevizibile și necesită noi abordări strategice, prin asumarea responsabilității pentru a contribui la cunoștințele și practicile profesionale și/sau pentru revizuirea performanței strategice a echipelor*:

RA1 - Capacitatea de a lua decizii și de asumare a consecințelor;

RA2 - Gestionarea de activități și proiecte complexe individual sau în echipă;

RA3 - Aplicarea principiilor și regulilor de natură etică implicate de derularea activității profesionale;

RA4 - Capacitatea de a gândi rațional, de a aprecia critic diferite puncte de vedere și de a dezbate cu ceilalți.

3. Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii

Grupa 2431 – Specialiști în marketing și publicitate

- 2431.6 – manager relații cu clienții;
- 2431.8 – specialist în managementul experienței oferite clienților („customer experience manager”);
- 2431.10 – specialist în marketing;
- 2431.10.2 – manager comerț electronic (eBusiness Manager);
- 2431.13 – specialist marketing în rețea (Network marketer);
- 2431.15 – manager catalog de produse;
- 2431.5 – business developer;
- 2431.16 – producător delegat evenimente de marketing (marketing promotion assistant).

4. Asigurarea traseelor flexibile de învățare în cadrul programului de studii

Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse pentru semestrele 2 și 3 și sunt grupate în **pachete opționale**, care completează traseul de specializare a studentului. Alegerea traseului se face de către student, înainte de începerea fiecărui an universitar.

Disciplinele facultative sunt propuse pentru semestrele 1 - 4 de către Departamentul de

¹¹ *Responsabilitate și autonomie (responsibility and autonomy)* înseamnă capacitatea cursantului de a aplica în mod autonom și responsabil cunoștințele și aptitudinile sale.

Marketing și Relații Economice Internaționale sau Facultatea de Economie și de Administrare a afacerilor care gestionează programul de studii, dar pot fi alese și din pachetele oferite de alte facultăți ale UVT.

În conformitate cu prevederile *Regulamentului privind elaborarea planurilor de învățământ pentru programele de studii de la Universitatea de Vest din Timișoara*, pentru ca studenții să poată beneficia de **credite pentru activități de voluntariat** în baza prevederilor Legii Învățământului Superior nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare, disciplina Voluntariat este disponibilă în fiecare semestru în planurile de învățământ ale tuturor programelor de studii universitare de licență și de masterat, cu statut de disciplină facultativă, cu un număr de 2 credite ECTS.

5. Activitatea profesională și evaluarea studenților

Drepturile, obligațiile și condițiile desfășurării activității profesionale a studenților la Universitatea de Vest din Timișoara sunt reglementate prin *Codul drepturilor și obligațiilor studentului și Regulamentul privind activitatea profesională a studenților de la ciclurile de studii universitare de licență și de masterat din UVT*, aprobat de Senatul UVT.

Forma și metodele de evaluare / examinare pentru fiecare disciplină din planul de învățământ se stabilesc prin fișele disciplinelor.

6. Examenul de finalizare a studiilor

În conformitate cu *Regulamentul privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor universitare de licență și de masterat la Universitatea de Vest din Timișoara*, aprobat de Senatul UVT, examenul de finalizare a studiilor universitare de masterat la orice program de studii universitare de masterat organizat la UVT constă într-o probă de elaborare și susținere a lucrării de disertație, pentru care se acordă **10 credite**.

Tematica și bibliografia corespunzătoare probelor examenului de finalizare a studiilor se publică pe site-ul propriu al fiecărei facultăți și/sau pe site-ul UVT înainte de începutul fiecărui an universitar.

Înscrierea la examenul de finalizare a studiilor este condiționată de alegerea de către student a temei lucrării de finalizare a studiilor în cel mult 60 de zile de la începutul anului universitar al anului de studii terminal.

Depunerea variantei finale a lucrării de finalizare a studiilor pe platforma de e-learning se face cu cel puțin 5 zile lucrătoare înainte de data programată pentru începerea examenului.

Fiecare lucrare de finalizare a studiilor va fi însoțită, în momentul depunerii, de *Raportul de similaritate* rezultat ca urmare a verificării originalității lucrării de finalizare a studiilor universitare printr-un soft specializat, pe platforma de e-learning a UVT.

Conform structurii anului universitar, la UVT examenele de finalizare a studiilor universitare se pot organiza în 3 sesiuni, de regulă în lunile iulie, septembrie și februarie.

7. Pregătirea pentru profesia didactică (dacă este cazul)

Studenții care doresc să opteze și pentru o carieră didactică în învățământul preuniversitar trebuie să parcurgă (complementar prezentului program de studii) și să finalizeze *Programul de*

formare psihopedagogică în vederea certificării competențelor pentru profesia didactică și să obțină Certificatul de absolvire a acestui program. În Universitatea de Vest din Timișoara acest program este organizat prin intermediul Departamentului pentru Pregătirea Personalului Didactic (DPPD) și poate fi urmat în paralel cu studiile universitare sau în regim postuniversitar. Pentru mai multe informații, accesați linkul: <https://dppd.uvt.ro>.

LISTA DISCIPLINELOR STUDIATE, GRUPATE PE ANI ȘI SEMESTRE DE STUDII

Anul de studii I An universitar 2024-2025

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Număr de credite	Semestrul II				Număr de credite
					Număr de ore/ săptămână					Număr de ore/ săptămână				
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Marketing în retail	DS	DO	MKT2MMV 1101	2	1			6					
2.	Managementul vânzării relaționale	DS	DO	MKT2MMV 1102	2	1			6					
3.	Comportamentul consumatorului și strategia de marketing	DS	DO	MKT2MMV 1103	2	1			6					
4.	Marketing online și social media	DS	DO	MKT2MMV 1104	2	1			6					
5.	Comunicare în limbă străină	DS	DO	MKT2MMV 1105	1	1			4					
6.	Etica cercetării	DS	DO	MKT2MMV 1106	1				2					
7.	Gestiunea forței de vânzare	DS	DO	MKT2MMV 1201						2	1			7
8.	Managementul noilor produse	DS	DO	MKT2MMV 1202						2	1			6
9.	Antreprenoriat	DS	DO	MKT2MMV 1203						1	2			6
10.	Managementul magazinului și al centrului comercial	DS	DO	MKT2MMV 1204						2	1			7
11.	e-Business	DS	DOP	MKT2MMV 1205						1	1			4
	Operațiuni HoReCa și francize comerciale			MKT2MMV 1206										
Total					10	5			30	8	6			30
Total ore didactice pe săptămână					15				30	14				30

Discipline facultative														
Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I					Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână				Număr de credite	Număr de ore/ săptămână				Număr de credite
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Voluntariat I	DC	DFAC	MKT2MMV1106		60 ore/sem				2				
2.	Academic Writing	DC	DFAC	MKT2MMV1208						1	1			2
3.	Voluntariat II	DC	DFAC	MKT2MMV1209							60 ore/sem			2

Anul de studii II

An universitar 2025-2026

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Număr de credite	Semestrul II				Număr de credite
					Număr de ore/ săptămână					Număr de ore/ săptămână				
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Strategii de dezvoltare a afacerilor	DS	DO	MKT2MMV2101	2	1			7					
2.	Tehnici de vânzare	DS	DO	MKT2MMV2102	2	1			7					
3.	Tehnici de negociere în afaceri	DS	DO	MKT2MMV2103	1	2			7					
4.	Tehnici de prezentare publică	DS	DO	MKT2MMV2104	1	1			5					
5.	Managementul magazinului online	DS	DO	MKT2MMV2201						2	2			8
6.	Managementul informatic al relațiilor cu clienții	DS	DO	MKT2MMV2202						2	2			8
7.	Cercetare științifică	DS	DO	MKT2MMV2203							2			6
8.	Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație	DS	DO	MKT2MMV2204							2			5
9.	Practică de specialitate	DS	DO	MKT2MMV2205						84 ore / sem.				3
10.	Economia consumatorului	DS	DOP	MKT2MMV2105	1	1			4					
	Marketingul strategic al achizițiilor			MKT2MMV2106										
Total					7	6			30	4	8			30
Total ore didactice pe săptămână					13				30	12				30

Discipline facultative														
Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Semestrul II					
					Număr de ore/ săptămână				Număr de credite	Număr de ore/ săptămână				Număr de credite
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Limbă străină	DC	DFAC	MKT2MMV2107		2			2					
2.	Voluntariat III	DC	DFAC	MKT2MMV2108		60 ore/sem			2					
3.	Voluntariat IV	DC	DFAC	MKT2MMV2206						60 ore/sem			2	

Legendă

C1	criteriul conținutului
C2	criteriul obligativității
DF	discipline fundamentale
DD	discipline de domeniu (unde este cazul)
DS	discipline de specialitate
DC	discipline complementare
DO	discipline obligatorii (impuse)
DOP	discipline opționale (la alegere)
DFAC	discipline facultative
CP	competență profesională
CT	competență transversală
C	activitate didactică de tip curs
S	activitate didactică de tip seminar
L	activitate didactică de tip laborator practic
P	activitate didactică de tip stagiul de practică

Codul disciplinei: <facultate><departament><nr. disciplină>

BILANȚ GENERAL I (după criteriul conținutului)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore								Prevedere standard specific ARACIS
		Anul I		Anul II		Întreg programul de studii			% din total	
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total		
1.	Fundamentale	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	De domeniu (dacă există)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.	De specialitate	252	154	146	264	398	418	816	100%	-
4.	Complementare	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL		252	154	146	264	398	418	816	100%	-

BILANȚ GENERAL II (după criteriul obligativității)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore								Prevedere standard specific ARACIS
		Anul I		Anul II		Întreg programul de studii			% din total	
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total		
1.	Obligatorie	238	140	132	250	370	390	760	93,13%	-
2.	Opțională	14	14	14	14	28	28	56	6,86%	-
TOTAL		252	154	146	264	398	418	816	100%	-
3.	Facultative	14	134	-	148	14	282	296	-	Nu intră în calculul totalurilor
Raport total ore de seminar/laborator/practică / ore de curs						1,05				1,00-1,50

Responsabil program de studii,
Conf. univ. dr. Gheorghe PREDA

Director de departament,
Prof. univ. dr. Costinel DOBRE

Decan,
Conf. univ. dr. Claudiu BOȚOC

Rector,
Prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA

CORELAREA DINTRE COMPETENȚE, REZULTATELE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII ȘI DISCIPLINELE STUDIATE

Corelarea rezultatelor așteptate ale învățării cu disciplinele studiate

Rezultate așteptate ale învățării	Marketing în retail	Managementul vânzărilor relaționale	Comportamentul consumatorului și strategia de marketing	Marketing online și social media	Comunicare în limbă străină	Etica cercetării	Gestiunea forței de vânzare	Managementul noilor produse	Antreprenoriat	Managementul magazinului și al centrului comercial	e-Business	Operațiuni HoReCa și francize	Voluntariat I	Academic Writing	Voluntariat II	Strategii de dezvoltare a afacerilor	Tehnici de vânzare	Tehnici de negociere în afaceri	Tehnici de prezentare publică	Managementul magazinului online	Managementul informatic al relațiilor cu clienții	Cercetare științifică	Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație	Practică de specialitate	Economia consumatorului	Marketingul strategic al achizițiilor	Limbă străină	Voluntariat III	Voluntariat IV
Cunoștințe																													
C1	x	x					x			x							x			x			x	x					
C2	x						x										x	x					x		x				
C3	x	x					x																	x					
C4	x		x	x																x				x		x			
C5	x									x		x								x			x	x					
C6								x																x		x			
C7								x															x	x					
C8	x																							x					
C9											x										x								
Abilități																													
A1	x	x					x										x	x		x			x	x					
A2		x	x	x				x									x							x	x				
A3			x	x						x		x								x			x	x					
A4	x																			x				x		x			
A5		x					x										x			x			x						
A6									x		x					x													
Responsabilitate și autonomie																													
RA1							x	x		x			x		x									x				x	x
RA2							x	x		x			x		x				x			x	x	x				x	x
RA3						x																x							
RA4													x									x		x					

Corelarea rezultatelor așteptate ale învățării cu competențele-cheie, profesionale și transversale

Rezultate așteptate ale învățării	Competențe-cheie					Competențe profesionale					Competențe transversale			
	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CT1	CT2	CT3	CT4
Cunoștințe														
C1	x				x		x	x	x			x		
C2	x				x	x	x	x	x					x
C3				x		x		x				x		x
C4	x					x	x			x	x	x	x	x
C5	x				x		x				x	x		x
C6	x				x	x					x	x	x	x
C7	x				x	x					x	x	x	
C8	x	x			x	x					x	x	x	x
C9		x												
Abilități														
A1				x	x				x		x	x	x	x
A2	x					x	x	x		x		x		x
A3		x		x	x	x	x				x	x	x	x
A4	x	x				x	x				x	x	x	x
A5		x						x				x		x
A6	x				x	x					x	x		x
Responsabilitate și autonomie														
RA1	x					x	x				x			
RA2	x					x	x						x	
RA3					x									x
RA4				x									x	x