

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Valabil începând cu anul universitar 2024-2025

Facultatea:	Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor
Ciclul de studii universitare:	Master
Denumirea programului de studii universitare de masterat:	Marketing strategic și marketing digital
Denumirea calificării dobândită în urma absolvirii programului de studii:	Specialist marketing strategic și digital
Titlul acordat:	Master în Marketing
Durata studiilor (în ani):	2
Număr de credite (ECTS):	120
Forma de învățământ:	Învățământ cu frecvență (IF)
Limba de predare:	Română
Locația geografică de desfășurare a studiilor:	Timișoara
Încadrarea programului de studii în domenii de știință	
Domeniul fundamental:	Științe sociale
Ramura de știință:	Științe Economice
Domeniul de studii universitare de masterat:	Marketing
Denumirea domeniului <u>larg</u> de studii (conform DL-ISCED F-2013):	Business, administration and law
Denumirea domeniului <u>restrâns</u> de studii (conform DR-ISCED F-2013):	Business and administration
Denumirea domeniului <u>detaliat</u> de studii (conform DDS-ISCED F-2013):	Marketing

PREZENTAREA GENERALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE

1. Misiunea programului de studii

Misiunea programului de master "Marketing strategic și marketing digital" constă în formarea unor manageri și specialiști de marketing cu abilități strategice și digitale, orientați spre piață, capabili să crească valoarea unei firme, a capitalului brand și a capitalului client.

Obiectivele majore ale programului de master "Marketing strategic și marketing digital" sunt următoarele:

- dezvoltarea abilității studenților de a integra viziunea de ansamblu a unui manager de marketing la nivel strategic și operațional cu orientarea tehnică a unui informatician și a unui analist de date;
- dezvoltarea unor programe de cercetare interdisciplinare privind consecințele asupra performanței ale integrării capabilităților de marketing și a capabilităților tehnologice ale organizațiilor;
- creșterea șanselor de angajare ale unui absolvent și a capacității sale de a se adapta continuu la dinamica cerințelor pieței muncii;
- creșterea șanselor unui absolvent de a-și crea un nou business.

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

A. COMPETENȚE

Competențe-cheie:

- abilitatea de a învăța continuu pentru dezvoltarea personală;
- abilitatea de a identifica și a se integra într-un loc de muncă corespunzător propriilor abilități și aspirații;
- abilitatea de a se integra în societate;
- abilitatea de a se manifesta ca un cetățean activ.

Competențe profesionale:

- fundamentarea, elaborarea și implementarea planurilor strategice de marketing pentru o companie și pentru un brand în mediul digital;
- utilizarea instrumentelor interactive în marketingul digital;
- realizarea managementului brandului în mediul digital;
- realizarea managementului relațiilor cu clienții, concurenții și partenerii strategici;
- realizarea managementului experienței digitale a clientului;
- utilizarea instrumentelor de marketing analytics;
- utilizarea sistemelor inteligente în marketingul digital;
- dezvoltarea unui proiect de inovare a practicii de marketing;
- dezvoltarea și implementarea unui plan antreprenorial în mediul digital;
- elaborarea și realizarea unui proiect de cercetare în marketingul digital.

Competențe transversale:**a) Competențe personale:**

- abilitatea de a rezolva creativ problemele;
- abilitatea de a fi orientat spre rezultat;
- abilitatea de a acționa în mod responsabil și autonom.

b) Competențe interpersonale:

- abilitatea de a lucra în echipă;
- abilitatea de a comunica și de a crea relații sociale.

c) Competențe de cetățenie globală:

- abilitatea de a aborda și soluționa problemele dintr-o perspectivă globală;
- abilitatea de a dezvolta soluții orientate spre sustenabilitate diverselor probleme de business.

B. REZULTATE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII**a) Cunoștințe**

- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor marketingului strategic și marketingului digital;
- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea instrumentelor digitale în marketingul strategic și marketingul digital;
- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor inovării și antreprenoriatului în mediul digital;
- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor cercetării științifice în marketingul digital.

b) Abilități

- Utilizarea instrumentelor digitale în practica de marketing strategic și operațional;
- Elaborarea și implementarea planurilor de marketing digital pentru un produs și brand;
- Practicarea managementului brandului în mediul digital;
- Practicarea managementului experienței digitale a clientului;
- Practicarea managementului relațiilor cu clienții în mediul digital;
- Utilizarea instrumentelor digitale în inovarea practicii de marketing;
- Dezvoltarea și implementarea unui plan antreprenorial în mediul digital;
- Dezvoltarea și realizarea unui proiect de cercetare în marketingul digital.

c) Responsabilitate și autonomie

- Asumarea responsabilității privind contribuția la dezvoltarea bazei de cunoștințe și îmbunătățirea practicilor de marketing digital ale organizației în care își desfășoară activitatea;
- Adoptarea unor noi abordări strategice care facilitează transformarea digitală a organizației în care își desfășoară activitatea și îmbunătățirea performanței echipelor din care face parte.

3. Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii

- 122107 Manager marketing;
- 243104 Manager de produs;
- 243207 Brand manager;
- 243103 Specialist marketing;
- 243203 Referent de specialitate marketing.

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

Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse pentru semestrele doi și trei 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 marketing și relații economice internaționale 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 (articolul 203, alineatul (9)), 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 cichurile 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

Studentii 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. Informații detaliate se pot obține accesând 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 strategic în mediul digital	DS	DO	MK2MSM D1101	2	1			6					
2.	Instrumente digitale în marketing	DS	DO	MK2MSM D1102	1	2			6					
3.	Inovare digitală	DS	DO	MK2MSM D1103	2	1			6					
4.	Baze de date avansate în marketing	DS	DO	MK2MSM D1104	1	2			6					
5.	Comunicare în limbă străină (franceză, engleză, germană)	DF	DO	MK2MSM D1105	1	1			4					
6.	Etica cercetării	DF	DO	MK2MSM D1106	1				2					
7.	Marketing digital	DS	DO	MK2MSM D1201						2	2			8
8.	Marketing analytics	DS	DO	MK2MSM D1202						2	2			8
9.	Inteligență artificială în marketing	DS	DO	MK2MSM D1203						2	2			8
10.	Managementul transformării digitale	DS	DOP	MK2MSM D1204						1	1			6
	Managementul experienței digitale			MK2MSM D1205										
Total					8	7			30	7	7			30
Total ore didactice pe săptămână					15			14						

Discipline facultative

Discipline facultative														
Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Număr de credite	Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână					Număr de ore/ săptămână				
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Voluntariat 1	DC	DFA C	MK2MSM D1107	60 de ore/sem.				2					
2.	Academic writing	DC	DFA C	MK2MSM D1206						1	1			2
3.	Voluntariat 2	DC	DFA C	MK2MSM D1207						60 de 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.	Platforme de automatizare a marketingului	DS	DO	MK2MSM D2101	2	2			8					
2.	Business intelligence și Big data	DS	DO	MK2MSM D2102	2	2			8					
3.	Marketing relațional și Social CRM	DS	DO	MK2MSM D2103	2	1			8					
4.	Managementul brandului în mediul digital	DS	DO	MK2MSM D2201						2	2			8
5.	Antreprenoriat internațional în mediul digital	DS	DO	MK2MSM D2202						2	2			8
6.	Cercetare științifică	DS	DO	MK2MSM D2203							2			6
7.	Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație	DS	DO	MK2MSM D2204							2			5
8.	Practică	DS	DO	MK2MSM D2205						84 de ore/semestru				3
9.	Marketing prin conținut	DS	DOP	MK2MSM D2104	1	1			6					
10.	Managementul comunităților virtuale			MK2MSM D2105										
Total					7	6			30	4	8			30
Total ore didactice pe săptămână					13			12						

Discipline facultative

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Număr de credite	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 II	DF	DF AC	MK2MSM D2106		2			2						
2.	Voluntariat 3	DC	DF AC	MK2MSM D2107	60 de ore/sem.				2						
3.	Voluntariat 4	DC	DF AC	MK2MSM D2206						60 de 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

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	28	14	-	-	28	14	42	5%	Nu este cazul.
2.	De domeniu (dacă există)	-	-	-	-	-	-	-	-	
3.	De specialitate	182	182	146	264	328	446	774	95%	
4.	Complementare	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL		210	196	146	264	356	460	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	196	182	132	250	328	432	760	93,14%	Nu este cazul.
2.	Opțională	14	14	14	14	28	28	56	6,86%	
TOTAL		210	196	146	264	356	460	816	100%	
3.	Facultative	14	134	-	148	14	282	296	36,27%	
Raport total ore de seminar/laborator/practică/ore de curs						1,29				

Responsabil program de studii,
Prof. univ. dr. Florin Foltean

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 strategic în mediul digital	Instrumente digitale în marketing	Inovare digitală	Baze de date avansate în marketing	Comunicare în limbă străină	Etică și integritate academică	Marketing digital	Marketing analytics	Inteligență artificială în marketing	Managementul transformării digitale	Managementul experienței digitale	Voluntariat	Academic writing	Platforme de automatizare a marketingului	Business intelligence și Big data	Marketing relațional și Social CRM	Managementul brandului în mediul digital	Antreprenoriat internațional în mediul digital	Cercetare științifică	Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație	Practică	Marketing prin conținut	Managementul comunităților virtuale	Limbă străină II
Cunoștințe																								
Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor marketigului strategic și marketingului digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea instrumentelor digitale în marketigul strategic și marketingul digital	x	x	x	x			x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor inovării și antreprenoriatului în mediul digital	x		x							x	x	x				x	x	x	x	x	x			
Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor și metodelor cercetării științifice în marketingul digital					x	x							x							x				x
Abilități																								
Utilizarea instrumentelor digitale în practica de marketing strategic și operațional	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Elaborarea și implementarea planurilor de marketing digital pentru un produs și brand	x		x		x	x	x	x					x			x	x	x	x	x	x	x	x	X
Practicarea managementului brandului în mediul digital	x	x	x	x			x	x	x		x			x	x		x	x			x	x	x	
Practicarea managementului experienței digitale a clientului	x	x	x	x			x	x	x		x			x	x	x	x	X				x	x	
Practicarea managementului relațiilor cu clienții în mediul digital	x	x	x	x			x	x	x		x			x	x	x	x				x	x	x	
Utilizarea instrumentelor digitale în inovarea practicii de marketing	x	x	x					x	x	x		X		x	x	x	x	x	x	x	x			
Dezvoltarea și implementarea unui plan antreprenorial în mediul digital	x		x				x	x							x				x	x	x			
Dezvoltarea și realizarea unui proiect de cercetare în marketingul digital					x	x							x						x	x				x
Responsabilitate și autonomie																								
Asumarea responsabilității privind contribuția la dezvoltarea bazei de cunoștințe și îmbunătățirea practicilor de marketing digital ale organizației în care își desfășoară activitatea	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Adoptarea unor noi abordări strategice care facilitează transformarea digitală a organizației în care își desfășoară activitatea și îmbunătățirea performanței echipelor din care face parte	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

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

Rezultate așteptate ale învățării	Competențe-cheie				Competențe profesionale										Competențe transversale						
	Abilitatea de a învăța continuu pentru dezvoltarea personală	Abilitatea de a identifica și a se integra ntr-un loc de muncă corespunzător propriilor abilități și aspirații	Abilitatea de a se integra în societate	Abilitatea de a se manifesta ca un cetățean activ	Fundamentarea, elaborarea și implementarea planurilor strategice de marketing pentru o companie și pentru un brand în mediul digital	Utilizarea instrumentelor interactive în marketingul digital	Realizarea managementului brandului în mediul digital	Realizarea managementului relațiilor cu clienții, concurenții și partenerii strategici	Realizarea managementului experienței digitale a clientului	Utilizarea instrumentelor de marketing analytics	Utilizarea sistemelor inteligente în marketingul digital	Dezvoltarea unor proiecte de inovare a practicii de marketing	Dezvoltarea și implementarea unui plan antreprenorial în mediul digital	Elaborarea și realizarea unui proiect de cercetare în marketingul digital	Abilitatea de a rezolva creativ problemele	Abilitatea de a fi orientat spre rezultat	Abilitatea de a acționa în mod responsabil și autonom	Abilitatea de a lucra în echipă	Abilitatea de a comunica și de a crea relații sociale	Abilitatea de a aborda și soluționa problemele dintr-o perspectivă globală	Abilitatea de a dezvolta soluții orientate spre sustenabilitate diverselor probleme de business
Cunoștințe																					
Cunoașterea și înțelegerea conceptelor și metodelor marketingului strategic și marketingului digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cunoașterea și înțelegerea instrumentelor digitale în marketingul strategic și marketingul digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cunoașterea și înțelegerea conceptelor și metodelor inovării și antreprenoriatului în mediul digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cunoașterea și înțelegerea conceptelor și metodelor cercetării științifice în marketingul digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
Abilități																					
Utilizarea instrumentelor digitale în practica de marketing strategic și operațional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Elaborarea și implementarea planurilor de marketing digital pentru un produs și brand	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Practicarea managementului brandului în mediul digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Practicarea managementului experienței digitale a clientului	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Practicarea managementului relațiilor cu clienții în mediul digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Utilizarea instrumentelor digitale în inovarea practicii de marketing	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Dezvoltarea și implementarea unui plan antreprenorial în mediul digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Dezvoltarea și realizarea unui proiect de cercetare în marketingul digital	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Responsabilitate și autonomie																					
Asumarea responsabilității privind contribuția	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X

la dezvoltarea bazei de cunoștințe și îmbunătățirea practicilor de marketing digital ale unei organizații																				
Adoptarea unor noi abordări strategice care facilitează transformarea digitală a organizației în care își desfășoară activitatea și îmbunătățirea performanței echipei	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x