

Marketing și Comunicare în Afaceri (la Reșița)

Obiective

Propunându-și formarea de specialiști cu înaltă calificare în domeniul marketingului, strategiilor de afaceri și comunicării, programul se adresează tuturor celor care înțeleg că trăim într-o lume în care nimic nu este posibil fără comunicare și marketing, acestea fiind, în esență, ingredientele succesului atât în sfera activităților lucrative, cât și a celor nelucrative. Cu atât mai mult, existența organizațiilor în mediul de afaceri este condiționată, evident, de cercetarea nevoilor de consum, creșterea adaptabilității la specificul piețelor, oferirea satisfacțiilor căutate de consumatori, în condiții de performanță economică sustenabilă.

Conținut și structură

Planul de învățământ are, ca puncte de referință, universități de prestigiu din top 500 mondial și este structurat astfel încât, în primele semestre, studenții să-și poată consolida bagajul de cunoștințe în marketing, cu accent pe orientarea strategică, managementul marketingului, comportamentul consumatorului, relații publice, comunicare în marketing, fiindu-le furnizate, totodată, noțiuni avansate privind marketingul digital. Semestrele următoare continuă rafinarea cunoștințelor de marketing și comunicare în afaceri, prin abordarea unor con-

cepte specifice, precum etica în marketing, leadership sau strategii de afaceri. Disciplinile furnizează studenților cunoștințe de specialitate, cu valențe practice care vor fi accentuate prin stagii de internship și validate, ulterior, pe piața muncii.

Competențe și abilități

Programul de studii oferă posibilitatea dezvoltării profesionale a studenților, pentru a face față provocărilor de pe piața muncii, aceștia dobândind competențe profesionale specifice elaborării și implementării unor strategii eficiente de marketing și comunicare în afaceri, a unor metode și tehnici de negociere și vânzare, a unor demersuri de interrelaționare cu alte entități, toate în scopul de a administra cât mai bine activitatea unei organizații. În același timp, programul furnizează studenților și competențe transversale, precum comunicarea, munca în echipă, utilizarea echipamentelor de IT&C, în scopul desfășurării profesiei, fără a ignora însușirea și asumarea valorilor și principiilor deontologice și etice specifice.

Perspective de angajare

Absolvenții acestui program pot acoperi o gamă largă de ocupații și funcții, în orice fel de organizație, de la poziția de referent

de marketing, până la cea de director de marketing, de la nivel de microîntreprindere, până la companii multinaționale. Pregătirea superioară dobândită le va facilita încadrarea și asimilarea specificului oricărei entități economice, sociale, culturale, publice etc. și, nu în ultimul rând, absolvenții acestui program de studii vor avea competențele necesare inițierii și dezvoltării propriului business.

Responsabil program

☉ **Adrian-Costinel TĂNASE, Conf. univ. dr.**

✉ **adrian.tanase@econ.ubbcluj.ro**



“La început am știut doar că îmi doresc să rămân în orașul natal. Am ales Reșița, am urmat specializarea Marketing și am continuat masteratul în același domeniu. Aici am învățat foarte multe și m-am dezvoltat pe plan personal și profesional. Această experiență mi-a deschis noi orizonturi, m-a motivat să-mi deschid propria afacere, iar în prezent pot afirma cu tărie că toate cunoștințele dobândite în cadrul universității m-au ajutat enorm să ajung unde sunt acum!”

ANDRADA GEORGIANA ANGHEL

Semestrul 1 (30 credite)	Semestrul 2 (30 credite)	Semestrul 3 (30 credite)	Semestrul 4 (30 credite)
Marketing strategic	Marketing digital și E-commerce	Strategii de afaceri	Practică (Marketing și comunicare în afaceri)
Comportamentul consumatorului și strategia de marketing	Comunicare în marketing	Leadership	Cercetare științifică pentru elaborarea lucrării de disertație**
Managementul marketingului	Managementul inovării	Etică în marketing și protecția consumatorului	Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație
Comunicare interculturală în afaceri *	Marketingul locurilor	Mediul de afaceri european	Disciplină opțională 1
Relații publice	Metode și tehnici de negociere și vânzare	Analiza performanței organizaționale	
		Managementul proiectelor europene	<ul style="list-style-type: none"> Managementul strategic al resurselor umane Managementul produsului și al brandului Sisteme de asigurare a calității Antreprenariat social
			Disciplină opțională 2
			<ul style="list-style-type: none"> Marketingul evenimentelor Marketing relațional

* limba engleză, franceză, germană, italiană, spaniolă
** în limba engleză, franceză, germană, spaniolă