

Universitatea „Valahia” din Târgoviște
Facultatea de Științe Economice
Domeniul: Marketing
Program de studii: Marketing
Durata studiilor: 3 ani
Forma de învățământ: IF
Cod: FSE LMK

Se aplică începând cu
anul universitar 2024 - 2025

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT CICLUL I

I. Misiune

Dezvoltarea sistemului educațional pentru a fi compatibil în mod continuu cu cel practicat în Uniunea Europeană, astfel încât absolvenții universității să fie recunoscuți ca specialiști europeni în domeniul marketingului și cercetărilor de piață, în conformitate cu cerințele actuale ale pieței forței de muncă din România și din statele UE promovând un ansamblu de valori bazat pe solidaritate, nediscriminare, echitate, obiectivitate științifică, creativitate și dinamism.

II. Obiective

- formarea ansamblului de cunoștințe, competențe și abilități necesare specialiștilor din domeniul marketingului în conformitate cu cerințele actuale ale pieței forței de muncă;
- formarea de specialiști cu studii superioare pentru domeniul economic specializați în domeniul marketingului;
- formarea de specialiști cu studii superioare pentru domeniul economic specializați în domeniul cercetărilor de piață;
- atragerea studenților în activitatea de cercetare științifică prin implicarea în proiecte științifice naționale și internaționale;
- satisfacerea cerințelor beneficiarilor prin utilizarea unui proces educațional performant, bazat pe noile tehnologii ale informației și comunicării.

III. Cerințe pentru absolvirea ciclului

- Credite pentru discipline obligatorii și opționale 180
 - din care credite pentru practică 3
- Promovarea disciplinei Educație fizică și sport 8
- Susținerea și promovarea lucrării de licență 10

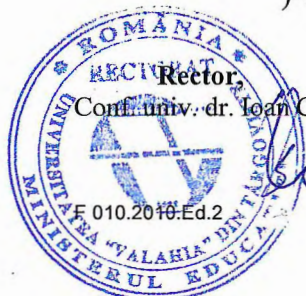
IV. Structura anului universitar (în săptămâni)

Anul de studii	Activități didactice		Sesiunea de examene			Practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Refaceri		Iarnă	Primăvară	Vară
I	14	14	3	3	2	0	2+1*	1	12
II	14	14	3	3	2	3**	2+1*	1	9
III	14	10+4***	3	3	1	0	2+1*	1	-

*) o săptămână vacanță după sesiunea de iarnă.

**) 3 săptămâni practică la sfârșitul anului II

***) 4 săptămâni elaborarea lucrării de licență la sfârșitul anului III



Rector,

Conf. univ. dr. Ioan Corneliu Sălișteanu

Decan,

Conf. univ. dr. Maria Cristina Ștefan Lect. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana

Director departament,

Document de uz intern

V. Număr de ore pe săptămână

Anul de studii	Sem. I	Sem. II
I	21	23
II	22	22
III	22	22

VI. Modul de alegere a disciplinelor opționale. Condiționări

Opțiunea pentru disciplinele opționale este condiționată de:

- numărul minim de studenți admiși pentru constituirea formațiilor de studiu, în conformitate cu prevederile legale și standardele ARACIS în vigoare;
- posibilitatea facultății de a realiza gruparea lor astfel încât aceasta să conducă la eforturi financiare minime, eforturi reclamate de baza materială și de încadrarea cu personal didactic.

Pentru o disciplină opțională sau un modul opțional nu se pot înscrie mai mulți studenți decât numărul maxim care se stabilește de Consiliul Facultății.

Dacă există mai multe cereri decât numărul maxim stabilit, departajarea pe discipline și module opționale se va realiza în funcție de media anului de studiu anterior.

VII. Condiții de înscriere în anul de studii următor

Studenții pot fi înscriși în anul următor fără să realizeze toate punctele de credit, în conformitate cu Regulamentul de Activitate Profesională a Studenților în vigoare.

VIII. Competențe

Competențe profesionale:

- C1. Implementează strategii de marketing;
- C2. Implementează strategii de vânzări;
- C3. Efectuează cercetare de piață;
- C4. Dezvoltă strategii de generare de venituri;
- C5. Identifică nevoile clienților;
- C6. Ține legătura cu managerii;
- C7. Conduce managementul unei instituții;
- C8. Utilizează tehnici de comunicare;
- C9. Asigură legătura cu agențiile de publicitate;
- C10. Consiliază clienții în vederea alegerii alternativelor optime;
- C11. Identifică noi oportunități de afaceri;
- C12. Colaborează la crearea strategiilor de marketing;
- C13. Elaborează strategii de marketing;
- C14. Identifică piețe potențiale pentru societăți;
- C15. Analizează tendințe economice;
- C16. Trage concluzii în urma rezultatelor studiilor de piață;
- C17. Ia decizii comerciale strategice;
- C18. Efectuează analiza riscurilor;
- C19. Garantează satisfacerea clientului;
- C20. Maximizează veniturile din vânzări.

Competențe transversale:

Reactor,

Conf.univ.dr. Ioan Cornelii Sălișteanu

Decan,

Conf.univ.dr. Maria Cristina Ștefan

Director departament,

Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreișna



- CT1. Dă dovadă de inițiativă;
- CT2. Respectă angajamente;
- CT3. Gestionează evoluția personală;
- CT4. Gândește analitic.

Grupa de bază din COR/ISCO-08/ESCO reprezentativă programului:

2431 – Specialiști în publicitate și marketing

Ocupații relevante:

- Specialist în marketing (cod COR: 243103)
- Specialist marketing online (cod COR: 243105)
- Manager comerț electronic (cod COR: 243106)



Rector,

Conf.univ.dr. Ioan Corneliu Sălișteanu

Decan,

Conf.univ.dr. Maria Cristina Ștefan

Director departament,

Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana

Document de uz intern

Domeniul: Marketing
Program de studii: Marketing

Se aplică pentru anul I de studiu,
începând cu anul universitar 2024 - 2025

Anul I

Semestrul I

Nr. crt.	COD	Disciplina	Nr. Credite	Estimarea activității studentului (ore)	Număr ore:					Forma de verific.
					C	S	L	P	Total	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	LMK1BF01	Microeconomie	6	150	2	2	-	-	56	E
2.	LMK1BF02	Matematici aplicate în economie	6	150	2	2	-	-	56	E
3.	LMK1BF03	Dreptul afacerilor	5	125	2	1	-	-	42	C
4.	LMK1BF04	Informatică economică	6	150	2	-	2	-	56	E
5.	LMK1BD05	Economie europeană	4	100	2	1	-	-	42	C
6.	LMK1BC06	Limba străină în afaceri I	3	75	-	2	-	-	28	C
7.	LMK1BC07	Educație fizică și sport*	2*	50	-	-	1	-	14	C (A/R)
Total discipline obligatorii			30+2*	750+50	10	8	3	-	294	3/4
					21					
Discipline liber alese din cadrul modului DPPD										
1.	PP11BF01	Psihologia educației	5	125	2	2	-	-	56	E

Semestrul II

Nr. crt.	COD	Disciplina	Nr. Credite	Estimarea activității studentului (ore)	Număr ore:					Forma de verific.
					C	S	L	P	Total	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	LMK1BD08	Macroeconomie	6	150	2	2	-	-	56	E
2.	LMK1BF09	Bazele contabilității	6	150	3	2	-	-	70	E
3.	LMK1BD10	Tehnologii digitale și baze de date	6	150	2	-	3	-	70	E
4.	LMK1BF11	Statistică economică	5	125	2	2	-	-	56	E
5.	LMK1BF12	Etică în afaceri	4	100	2	-	-	-	28	C
6.	LMK1BC13	Limba străină în afaceri II	3	75	-	2	-	-	28	C
7.	LMK1BC14	Educație fizică și sport*	2*	50	-	-	1	-	14	C (A/R)
Total discipline obligatorii			30+2*	750+50	11	8	4	-	322	4/3
					23					
Discipline liber alese din cadrul modului DPPD										
2.	PP11BF02	Pedagogie I: Fundamentele pedagogiei. Teoria și metodologia curriculum-ului	5	125	2	2	-	-	56	E

Nota: * Disciplina obligatorie cu credite suplimentare
E – examen C – colocviu



Rector,
Conf.univ.dr. Ioan Corneliu Sălișteanu

Decan,
Conf.univ.dr. Maria Cristina Ștefan

Director departament,
Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana

Document de uz intern

Domeniul: Marketing
Program de studii: Marketing

Se aplică pentru anul II de studiu, începând
cu anul universitar 2025 - 2026

Anul II

Semestrul I

Nr. crt.	COD	Disciplina	Nr. Credite	Estimarea activității studentului (ore)	Număr ore:					Forma de verific.
					C	S	L	P	Total	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	LMK2BF01	Management	6	150	2	2	-	-	56	E
2.	LMK2BD02	Contabilitate financiară	5	125	2	2	-	-	56	E
3.	LMK2BF03	Finanțe publice	6	150	2	2	-	-	56	E
4.	LMK2BF04	Marketing	6	150	2	2	-	-	56	E
5.	LMK2BF05	Econometrie	4	100	2	1	-	-	42	C
6.	LMK2BC06	Educație fizică și sport*	2*	50	-	-	1	-	14	C (A/R)
Total discipline obligatorii			27+2*	675+50	10	9	1	-	280	4/2
7.	LMK2OC07	Comunicare în limba engleză	3	75	1	1	-	-	28	C
8.	LMK2OC08	Comunicare în limba franceză								
9.	LMK2OC09	Comunicare în limba italiană								
Total discipline opționale**			3	75	1	1	-	-	28	-/1
Total discipline obligatorii și opționale			30+2*	750+50	11	10	1	-	308	4/3
					22					
10.	LMK2LC10	Curențe de gândire economică	3	75	2	1	-	-	42	C
Total discipline facultative			3	75	2	1	-	-	42	-/1
Discipline liber alese din cadrul modulului DPPD										
1.	PP1 2 B F 01	Pedagogie II: Teoria și metodologia instruirii. Teoria și metodologia evaluării	5	125	2	2	-	-	56	E

Semestrul II

Nr. crt.	COD	Disciplina	Nr. Credite	Estimarea activității studentului (ore)	Număr ore:					Forma de verific.
					C	S	L	P	Total	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	LMK2BD11	Comportamentul consumatorului	4	100	2	2	-	-	56	C
2.	LMK2BS12	Cercetări de marketing	5	125	2	2	-	-	56	E
3.	LMK2BS13	Marketingul IMM	4	100	2	2	-	-	56	E
4.	LMK2BD14	Managementul resurselor umane	4	100	2	2	-	-	56	E
5.	LMK2BD15	Antreprenoriat și gestiunea afacerilor	5	125	2	1	-	-	42	E
6.	LMK2BD16	Practică	3	75	3 săpt. x 30 ore				90	C
7.	LMK2BC17	Educație fizică și sport*	2*	50	-	-	1	-	14	C (A/R)
Total discipline obligatorii			25+2*	625+50	10	9	1	-	370	4/3
8.	LMK2OC18	Sociologie economică	5	125	1	1	-	-	28	C
9.	LMK2OC19	Politologie								
10.	LMK2OC20	Psihologie								
11.	LMK2OC21	Etică și integritate academică								
Total discipline opționale**			5	125	1	1	-	-	28	-/1
Total discipline obligatorii și opționale			30+2*	750+50	11	10	1	-	398	4/4
					22					
12.	LMK2LD22	Managementul produsului și al brandului	3	75	2	1	-	-	42	C
Total discipline facultative			3	75	2	1	-	-	42	-/1
Discipline liber alese din cadrul modulului DPPD										
2.	PP1 2 B D 02	Didactica specializării	5	125	2	2	-	-	56	E

Nota: * Disciplină obligatorie cu credite suplimentare

** Se alege o disciplină din pachet

E – examen C – colocviu



Decan,

Conf.univ.dr. Ioan Corneliu Sălișteanu

Director departament,

Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana

Document de uz intern

Domeniul: Marketing
Program de studiu: Marketing

Se aplică pentru anul III de studiu, începând
 cu anul universitar 2026 - 2027

Anul III

Semestrul I

Nr ert.	COD	Disciplina	Nr. Credite	Estimarea activității studentului (ore)	Număr ore:				Total	Forma de verif.
					C	S	L	P		
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	LMK3BS01	Marketing direct	4	100	2	1	-	-	42	C
2.	LMK3BS02	Distribuție și merchandising	5	125	2	1	-	-	42	E
3.	LMK3BD03	Analiza informațiilor utilizând SPSS	4	100	1	-	2	-	42	C
4.	LMK3BS04	Marketing agroalimentar	4	100	2	1	-	-	42	E
5.	LMK3BS05	Business to business marketing	5	125	2	1	-	-	42	E
Total discipline obligatorii			22	550	9	4	2	-	210	3/2
					15					
6.	LMK3OS06	Protecția consumatorului	4	100	2	2	-	-	56	E
7.	LMK3OS07	Tehnici de vânzare								
8.	LMK3OS08	Estetica mărfurilor								
9.	LMK3OD09	Tranzacții economice internaționale	4	100	2	1	-	-	42	E
10.	LMK3OD10	Marketing turistic								
11.	LMK3OD11	Sisteme informaționale de marketing								
Total discipline optionale*			8	200	4	3	-	-	98	2/-
					7					
Total discipline obligatorii și optionale			30	750	13	7	2	-	308	5/2
					22					
12.	LMK3LC12	Correspondență în lb. străină	3	75	-	2	-	-	28	C
Total discipline facultative			3	75	-	2	-	-	28	-/1
					2					
Discipline liber alese din cadrul modului DPPD										
1.	PP1 3 B D 02	Instruire asistată de calculator	2	50	1	1	-	-	28	C
2.	PP1 3 B D 01	Practică pedagogică de specialitate în învățământul preuniversitar (1)	3	75	-		3	-	42	C

Nota: * Se alege o disciplină din pachet
 E – examen C – colocviu



Rectof,
 Conf.univ.dr. Ioan Corneliu Sălișteanu

Decan,
 Conf.univ.dr. Maria Cristina Ștefan

Director departament,
 Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana

F 010/2040, Ed.2

Document de uz intern

Domeniul: Marketing
Program de studiu: Marketing

Se aplică pentru anul III de studiu,
 începând cu anul universitar 2026 - 2027

Anul III

Semestrul II

Nr. crt.	COD	Disciplina	Nr. Credite	Estimarea activității studentului (ore)	Număr ore:				Total	Forma de verific.
					C	S	L	P		
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	LMK3BD13	Managementul relațiilor cu clienții	4	100	2	1	-	-	30	E
2.	LMK3BD14	Analiză economică în marketing	4	100	2	2	-	-	40	E
3.	LMK3BS15	Proiecte de marketing	3	75	-	-	2	-	20	C
4.	LMK3BD16	Marketingul serviciilor	4	100	2	1	-	-	30	E
5.	LMK3BS17	Simulări de marketing	4	100	1	-	2	-	30	C
6.	LMK3BS18	Tehnici promoționale	4	100	2	1	-	-	30	E
7.	LMK3BS19	Elaborarea lucrării de licență**	3	75	4 săpt. x 22 h/săpt.				88	C
Total discipline obligatorii			26	650	9	5	4	-	268	4/3
					18					
8.	LMK3OD20	Marketing social-politic	4	100	2	2	-	-	40	C
9.	LMK3OD21	Etică și responsabilitate socială în afaceri								
Total discipline optionale*			4	100	2	2	-	-	40	-/1
Total discipline obligatorii și optionale			30	750	11	7	4	-	308	4/4
Discipline liber alese din cadrul modului DPPD										
3.	PP1 3 B F 03	Managementul clasei de elevi	3	75	1	1	-	-	28	E
4.	PP1 3 B D 04	Practică pedagogică de specialitate în învățământul preuniversitar (2)	2	50	-		3		36	C

Nota: * Se alege o disciplină din pachet
 ** 4 săptămâni la sfârșitul semestrului 6
 E – examen C – colocviu



Reactor,
 Conf.univ.dr. Ioana Corneliu Sălișteanu

Decan,
 Conf.univ.dr. Maria Cristina Ștefan

Director departament,
 Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana

F.010.2010/Ed.2

Document de uz intern

Domeniul: Marketing
Program de studiu: Marketing

Se aplică începând cu
anul universitar 2024 - 2025

1. Ponderea disciplinelor de studii în funcție de categoria formativă

Tip disciplină	Nr. ore	%
Discipline fundamentale	574	29,62
Discipline de domeniu	692	35,71
Discipline de specialitate	504	26,00
Discipline complementare	168	8,67
Total	1938	100,00

2. Ponderea orelor de activitate didactică după opționalitatea disciplinelor

Tip disciplină	Nr. ore	%
Discipline obligatorii	1744	89,99
Discipline opționale	194	10,01
Total	1938	100,00
Discipline facultative	112	5,78

3. Raportul dintre numărul orelor de curs și numărul orelor aplicative (seminare, laboratoare, proiecte, stagii de practică)

Anul	Total ore	Ore curs	Ore sem.	Ore LP	Raport ore
Total an I	616	294	224	98	-
Total an II	706	308	280	118	-
Total an III	616	292	168	156	-
Total ciclu	1938	894	672	372	0,86

4. Raportul dintre examene și colocvii

	Total	Examene	Colocvii
Anul I	14	7	7
Anul II	15	8	7
Anul III	15	9	6
Total	44	24	20



Reactor,

Conf.univ.dr. Ioan Cornelii Sălișeanu

Decan,

Conf.univ.dr. Maria Cristina Ștefan

Director departament,

Lect.univ.dr. Violeta-Andreea Andreiana

Document de uz intern