



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE  
UNIVERSITATEA "PETRE ANDREI" DIN IAȘI  
înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002  
CIF: 26596943

Sediul didactic și administrativ: Strada Bălușescu, nr. 2. Iași  
RECTORAT: Tel/fax: 0232 / 214.858; CENTRALĂ: 0232 / 210.474  
Web: [www.upa.ro](http://www.upa.ro); E-mail: [office@upa.ro](mailto:office@upa.ro)

## FACULTATEA DE ECONOMIE

### FIȘA SPECIALIZĂRII MARKETING

1. Nivelul calificării: Studii de Licență

2. Ocupații posibile:

- Manager marketing (tarife, contracte, achiziții) COR 122107;
- Organizator activitate turism COR 243102;
- Specialist marketing COR 243103;
- Manager de produs COR 243104;
- Referent specialitate marketing COR 243203;
- Brand manager COR 243207;
- Organizator târguri și expoziții COR 243210;
- Prezentator expoziții COR 243211;
- Analist servicii client COR 243216;
- Corespondent comercial COR 243218;
- Asistent comercial COR 243219;
- Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing COR 263104;
- Cercetător economist în marketing COR 263120; etc.

### 3. Competențe profesionale

3.1 Însușirea și utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing

3.2 Utilizarea programelor informatice în activitățile de marketing

3.3 Culegerea, prelucrarea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său

3.4 Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing

3.5 Utilizarea tehnicilor de vânzare

3.6 Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației.

### 4. Elemente structurale corespunzătoare competențelor proiectate

#### 4.1 Cunoștințe

Obiective majore	Mod de structurare și concretizare					
1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională.	Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing.	Recunoașterea și descrierea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în era economiei digitale și Internet-ului, specifice activităților de marketing.	Definirea mediului organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia.	Definirea conceptelor și descrierea politicilor mix-ului de marketing.	Descrierea și identificarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare.	Identificarea și descrierea rolului departamentului de marketing în cadrul organizației.
2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului.	Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing.	Explicarea instrumentelor și a programelor/aplicațiilor informatice utilizate în activitățile de marketing.	Interpretarea și explicarea impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației.	Explicarea mix-ului de marketing.	Explicarea tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de comunicare.	Descrierea principalelor atribuții și activități în sarcina departamentului de marketing.

## 4.2 Abilități

Obiective majore	Mod de structurare și concretizare					
1. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme / situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată.	Aplicarea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing.	Folosirea sistemelor de gestionare a bazelor de date și a programelor specifice activităților de marketing.	Identificarea și selectarea factorilor care influențează funcționarea organizației.	Utilizarea cunoștințelor specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea unui program de marketing.	Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare.	Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru organizarea activităților de marketing.
2. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii.	Studierea comparativă și evaluarea critică a metodelor și instrumentelor specifice domeniului de marketing.	Evaluarea critică a caracteristicilor instrumentale ale principalelor softuri utilizate în activitatea de marketing.	Evaluarea și clasificarea factorilor care influențează funcționarea organizației.	Aplicarea criteriilor standard pentru evaluarea programelor de marketing.	Analiza și evaluarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare.	Analiza și evaluarea critică (controlul de calitate) a activităților desfășurate în cadrul departamentului de marketing.
3. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu.	Proiectarea unui studiu de marketing.	Utilizarea și dezvoltarea bazelor de date specifice activității de marketing.	Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței.	Proiectarea programelor de marketing.	Proiectarea programului de comunicare în vânzări.	Propunerea modalităților de creștere a eficienței organizării activităților de marketing.

## 5. Standarde minimale de competență profesională

- 5.1 Realizarea unui studiu de marketing
- 5.2 Elaborarea unui raport de marketing utilizând aplicațiile informatice
- 5.3 Elaborarea unei analize SWOT
- 5.4 Conceperea și realizarea unui program de marketing
- 5.5 Conceperea și aplicarea unui program de activități pentru procesul de vânzare
- 5.6 Elaborarea unui proiect de organizare a activităților de marketing

## 6. Capacități de adaptare și integrare profesională

Descriptori	
A. Profesionali	B. Psihosociali
A.1 Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată	B.1 Aplicarea principiilor, normelor și valorii eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă
A.2 Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate	B.2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei
A.3 Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională	B.3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

## 7. Standarde aplicabile capacității de adaptare și integrare profesională

- 7.1 Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată a unor probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele deontologiei profesionale
- 7.2 Realizarea unei lucrări / unui proiect, asumând cu responsabilitate sarcini specifice rolului într-o echipă pluridisciplinară
- 7.3 Elaborarea și susținerea cu argumente a aplicării unui plan periodic de dezvoltare profesională.

Director de Departament Științe Economice,

  
Prof. univ. dr. Alexandru TRIFU

Decan,

Conf. univ. dr. Florin SCORTESCU

