

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII



UNIVERSITATEA „OVIDIUS” DIN CONSTANȚA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

(conține 26 pagini)

Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE**
Ramura de știință: **ȘTIINȚE ECONOMICE**
Domeniul de licență: **MARKETING**
Ciclul de studii: **I**
Programul de studii: **MARKETING**
Durata studiilor: **3 ani**
Forma de învățământ: **cu frecvență (IF)**

Valabil începând cu ANUL UNIVERSITAR 2025-2026

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC
DIN DATA DE

25 SEP 2025

Președintele SENATULUI



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

1. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDII

Misiunea specializării „Marketing” este de a forma specialiști cu înaltă calificare, capabili să analizeze și să gândească în mod critic aspectele din domeniul marketingului, să soluționeze pertinent problemele și să elaboreze decizii specifice acestei cariere. Pentru realizarea acestui obiectiv, facultatea oferă un cadru educațional solid, care sprijină acumularea de cunoștințe teoretice și dezvoltarea de abilități practice necesare pentru abordarea și rezolvarea eficientă a provocărilor complexe din mediul economic internațional. Prin parcurgerea disciplinelor incluse în planul de învățământ, programul urmărește dezvoltarea unui profil profesional caracterizat prin cunoștințe de specialitate, aptitudini aplicative, capacitate de asumare a responsabilităților și un nivel crescut de autonomie în luarea deciziilor.

2. OCUPAȚII PRACTICATE PE PIAȚA MUNCII CONFORM REGISTRULUI NAȚIONAL AL CALIFICĂRILOR DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR (RNCIS) ȘI/SAU CLASIFICAREA EUROPEANĂ A OCUPAȚIILOR (ESCO)

Ocupațiile posibile, așa cum sunt descrise în COR, sunt următoarele:

Cod COR: 243103 / Specialist marketing

Cod COR: 243104 / Manager de produs

Competentele ESCO din grupa de bază 2431 - Specialiști în publicitate și marketing

- C1 - planifică obiectivele pe termen mediu și lung;
- C2 - implementează strategii de marketing;
- C3 - elaborează statistici financiare;
- C4 - efectuează cercetare de piață;
- C5 - asigură legătura cu agențiile de publicitate;
- C6 - colaborează la crearea strategiilor de marketing;
- C7 - stabilește strategii de formare a prețurilor;
- C8 - creează un buget anual de marketing;
- C9 - elaborează orientări specifice brandului;

Rector,

Conf.univ.dr. Dan Marcel Iișescu

Decan,

Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 2/26





FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

C10 - asigură managementul de proiect.

Competențe transversale:

- CT1 - își asumă responsabilitatea;
- CT2 - gestionează resurse financiare și materiale;
- CT3 - gândește analitic;
- CT4 - lucrează în echipe.

3. ADMITERE

Admiterea candidaților la cursuri de zi (fără taxă, cu taxă) se face prin concurs de dosare în limita locurilor repartizate de Ministerul Educației și Cercetării. Concursul de admitere se desfășoară cu respectarea Regulamentului privind organizarea și desfășurarea Concursului de Admitere la studii universitare de licență și masterat în Universitatea „Ovidius” din Constanța și a Metodologiei proprii de admitere a FSE. Admiterea se organizează pe locurile repartizate fiecărui domeniu de studii în parte. Media generală de admitere este MEDIA OBȚINUTĂ LA BACALAUREAT. Toți candidații la concursul de admitere vor depune o scrisoare de intenție, datată și semnată, privind alegerea Facultății de Științe Economice, care va fi evaluată prin calificativul admis/respins. În situația în care pentru ocuparea ultimului loc la forma fără taxă sau la forma cu taxă sunt mai mulți candidați cu medii egale, se apelează la două criterii de departajare în următoarea ordine:

1. media anilor de liceu;
2. nota obținută la bacalaureat la proba scrisă de limba și literatura română;

Candidații cu diplomă de bacalaureat sau cu diplomă echivalentă acesteia (în original sau copie legalizată), sau cu adeverință de bacalaureat care nu au înscrisă în clar media generală (inclusiv mediile la probele susținute) a examenului de bacalaureat NU vor fi înscrși la concursul de admitere (având în vedere că media de bacalaureat reprezintă media de admitere, iar notele de la probele de bacalaureat reprezintă criterii de departajare la medii egale).

Selecția candidaților se va face prin alunezare, în ordinea mediilor și opțiunilor pe domenii și forme de învățământ:

- învățământ cu frecvență fără taxă;
- învățământ cu frecvență cu taxă;
- învățământ la distanță (I.D.) cu taxă, în cazul în care candidatul optează pentru această formă de învățământ în cererea de înscriere și atunci când rămân locuri neocupate de către candidații care au optat numai pentru ID.



Rector,

Conf.univ.dr. Dan Marcel Niescu

Decan,

Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel./Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

Candidații declarați admiși sunt obligați să se înmatriculeze în anul I de studiu pe baza unei cereri de înmatriculare depusă în termenul impus - 48 de ore de la fiecare afișare a rezultatelor la secretariatul facultății. În caz contrar candidații își pierd calitatea de candidat admis la programul respectiv. Locurile rămase libere în urma retragerii sau neînmatriculării în termenul stabilit a unor candidați declarați admiși vor fi ocupate de candidații declarați admiși și înmatriculați în termenul stabilit la aceeași specializare, în ordinea descrescătoare a mediilor.

4. CERTIFICAREA STUDIILOR

Absolvenților, care au promovat examenul de licență, li se eliberează de către secretariatul Universității „Ovidius” din Constanța „Diploma de licență” Nivel 6 CNC, iar celor care nu au promovat examenul de licență li se eliberează, la cerere, „Certificatul de absolvire a învățământului universitar”. În Diploma de licență vor fi specificate profilul și specializarea urmată. Diploma de licență va fi însoțită de Suplimentul la diplomă eliberat de instituția de învățământ superior absolvită.

În cazul în care candidatul la examenul de finalizare a studiilor universitare de licență nu s-a prezentat sau nu a promovat examenul în una dintre cele două sesiuni acesta se poate prezenta în anii universitari următori, în cadrul examenului de finalizare a studiilor programat pentru absolvenții anului respectiv și cu suportarea de către acesta a cheltuielilor de examinare (în regim cu taxă de licență).



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela





FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT ANUL I

Nr. crt.	Cod disciplină	*C1	**C2	Discipline	Semestrul 1 (14 săptămâni)							Semestrul 2 (14 săptămâni)							Nr. ore pe disciplină				
					SI	C	S	L	P	F.V.	CR	SI	C	S	L	P	F.V.	CR	Total	Curs	Aplicații		
Discipline obligatorii																							
1.	MK1101	DF	DOB	Microeconomie	83	2	1	-	-	Ex.	5	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14		
2.	MK1102	DF	DOB	Statistică economică	58	2	1	-	-	C.	4	APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE: 5-SEP-2025							-	42	28	14	
3.	MK1103	DF	DOB	Antreprenoriat	69	2	2	-	-	Ex.	5	-	-	-	-	-	-	-	56	28	28		
4.	MK1104	DF	DOB	Management	58	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14		
5.	MK1105	DF	DOB	Economie europeană	58	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14		
6.	MK1106	DF	DOB	Marketing	58	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14		
7.	MK1107	DC	DOB	Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană)	22	-	2	-	-	V.	2	-	-	-	-	-	-	-	28	-	28		
8.	MK1108	DC	DOB	Educație fizică și sport I	36	-	1	-	-	V.	2	-	-	-	-	-	-	-	14	-	14		
9.	MK1209	DF	DOB	Macroeconomie	-	-	-	-	-	-	-	83	2	1	-	-	Ex.	5	42	28	14		
10.	MK1210	DF	DOB	Contabilitate	-	-	-	-	-	-	-	69	2	2	-	-	Ex.	5	56	28	28		
11.	MK1211	DF	DOB	Economia și gestiunea întreprinderii	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	Ex.	4	42	28	14		
12.	MK1212	DS	DOB	Protecția consumatorilor	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	Ex.	4	42	28	14		
13.	MK1213	DC	DOB	Etică în afaceri	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	Ex.	4	42	28	14		
14.	MK1214	DF	DOB	Informatică	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	Ex.	4	42	28	14		
15.	MK1215	DC	DOB	Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (engleză, franceză, germană)	-	-	-	-	-	-	-	22	-	2	-	-	V.	2	28	-	28		
16.	MK1216	DC	DOB	Educație fizică și sport II	-	-	-	-	-	-	-	36	-	1	-	-	V.	2	14	-	14		
Total ore					442	12	10	-	-	-	30	442	12	10	-	-	-	30	616	336	280		
Total ore pe săptămână /Total număr forme de verificare/ Total număr credite					22					5Ex + 1C+2V		30	22					6Ex + 2V		30	Raport A/C = 0.83		

LEGENDA: *C1 = categoria formativă: DF – discipline fundamentale, DS – discipline de specializare, DC – discipline complementare. **C2 = categoria opționalității: DOB – discipline obligatorii, DOP – discipline opționale, SI - Studiu Individual, C – curs, S – seminar, L – Laborator, P – Proiect, CR – Credite, FV – forma de verificare, Ex - Examen, C – Colocviu, V – Verificare.

Nr. crt.	Discipline facultative	Cod disciplină	Semestrul 1							Semestrul 2							Nr. ore pe disciplină		
			SI	C	S	L	P	F.V.	CR	SI	C	S	L	P	F.V.	CR	Total	Curs	Aplicații
17.	Comunicare și corespondență comercială în limba străină (germană, franceză) I	MK1117	22	-	2	-	-	C.	2	-	-	-	-	-	-	-	28	-	28
18.	Comunicare și corespondență comercială în limba străină (germană, franceză) II	MK1218	-	-	-	-	-	-	-	22	-	2	-	-	C.	2	28	-	28
19.	Simulări de afaceri	MK1219	-	-	-	-	-	-	-	8	1	2	-	-	C.	2	42	14	28
Total ore discipline facultative/ Total număr credite			2/2			1C			2	5/4			2C			4	98	14	84

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marce, Ilescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT ANUL II

Nr. crt.	Cod disciplină	*C1	**C2	Discipline	Semestrul 1 (14 săptămâni)							Semestrul 2 (14 săptămâni)							Nr. ore pe disciplină			
					SI	C	S	L	P	F.V.	CR	SI	C	S	L	P	F.V.	CR	Total	Curs	Aplicații	
Discipline obligatorii																						
1.	MK2101	DF	DOB	Matematică aplicată în economie	72	1	1	-	-	V.	4	-	-	-	-	-	-	-	28	14	14	
2.	MK2102	DS	DOB	Managementul produsului și al brandului	58	2	1	-	-	Ex.	4	APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOG DIN DATA 25 SEP 2023						-	42	28	14	
3.	MK2103	DC	DOB	Tehnici de plată și de finanțare	58	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14	
4.	MK2104	DS	DOB	Marketingul micilor afaceri	58	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14	
5.	MK2105	DF	DOB	Finanțe	44	2	2	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	56	28	28	
6.	MK2106	DC	DOB	Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (engleză, franceză, germană)	22	1	1	-	-	C.	2	-	-	-	-	-	-	-	28	14	14	
7.	MK2107	DC	DOB	Educație fizică și sport III	36	-	1	-	-	C.	2	-	-	-	-	-	-	-	14	-	14	
8.	MK2208	DF	DOB	Analiză economico - financiară	-	-	-	-	-	-	-	69	2	2	-	-	Ex.	5	56	28	28	
9.	MK2209	DS	DOB	Marketingul serviciilor	-	-	-	-	-	-	-	83	2	1	-	-	Ex.	5	42	28	14	
10.	MK2210	DF	DOB	Managementul calității	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	Ex.	4	42	28	14	
11.	MK2211	DS	DOB	Tehnici de vânzare	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	C.	4	42	28	14	
12.	MK2212	DC	DOB	Comunicare și corespondență comercială în limba străină IV (engleză, franceză, germană)	-	-	-	-	-	-	-	22	-	2	-	-	C.	2	28	-	28	
13.	MK2213	DC	DOB	Educație fizică și sport IV	-	-	-	-	-	-	-	36	-	1	-	-	C.	2	14	-	14	
14.	MK2214	DS	DOB	Practică de specializare	26	-	-	-	3	V.	3	26				4	C.	3	98	0	98	
		DS	DOP	Discipline opționale I	33	2	1	-	-	C.	3	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14	
15.	MK2115			Programe aplicative de marketing																		
16.	MK2116			Baze de date pentru marketing																		
		DS	DOP	Discipline opționale II	-	-	-	-	-	-	-	69	2	2	-	-	Ex.	5	56	28	28	
17.	MK2217			Marketing social-politic																		
18.	MK2218			Marketing direct																		
19.	MK2219			Etică și integritate academică																		
Total ore					407	12	9		3		30	421	10	10		4		30	672	308	364	
Total ore pe săptămână /Total număr forme de verificare/ Total număr credite					24					4Ex+3C+2V		30	24					4Ex+4C		30	Raport A/C = 1.18	

LEGENDA: *C1 = categoria formativă: DF – discipline fundamentale, DS – discipline de specializare, DC – discipline complementare. **C2 = categoria opționalității: DOB – discipline obligatorii, DOP – discipline opționale, SI - Studiu Individual, C – curs, S – seminar, L – Laborator, P – Proiect, CR – Credite, FV – forma de verificare, Ex - Examen, C – Colocviu, V – Verificare.

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Ilescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România

Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467

E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

Nr. crt.	Discipline facultative	Cod disciplină	Semestrul 1							Semestrul 2							Nr. ore pe disciplină		
			SI	C	S	L	P	F.V.	CR	SI	C	S	L	P	F.V.	CR	Total	Curs	Aplicații
20.	Comunicare și corespondență comercială în limba străină (germană, franceză) III	MK2120	22	-	2	-	-	C.	2	-	-	-	-	-	-	-	28	-	28
21.	Comunicare și corespondență comercială în limba străină (germană, franceză) IV	MK2221	-	-	-	-	-	-	-	22	-	2	-	-	C.	2	28	-	28
Total ore facultative/ Total număr credite			2/2						1C	2	2/2						56	-	56



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătariu Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela





FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
ANUL III

Nr. crt.	Cod disciplină	*C1	**C2	Discipline	Semestrul 1 (14 săptămâni)							Semestrul 2 (14 săptămâni)							Nr. ore pe disciplină		
					SI	C	S	L	P	F.V.	CR	SI	C	S	L	P	F.V.	CR	Total	Curs	Aplicații
Discipline obligatorii																					
1.	MK3101	DS	DOB	Comportamentul consumatorului	83	2	1	-	-	Ex.	5	- APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC - DIN DATA DE 2-5 SEP 2025 Președinte SENAT						-	42	28	14
2.	MK3102	DS	DOB	Cercetări de marketing	83	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14
3.	MK3103	DS	DOB	Business to Business Marketing	58	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14
4.	MK3104	DS	DOB	Marketing internațional	58	2	1	-	-	Ex.	4	-	-	-	-	-	-	-	42	28	14
5.	MK3105	DS	DOB	Proiecte de marketing	58	1	2	-	-	Ex.	5	-	-	-	-	-	-	-	42	14	28
6.	MK3106	DC	DOB	Comunicare și corespondență în limba străină V (engleză, franceză, germană)	22	-	2	-	-	V.	2	-	-	-	-	-	-	-	28	-	28
7.	MK3207	DS	DOB	Relații publice	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	Ex.	4	42	28	14
8.	MK3208	DS	DOB	Politici comerciale	-	-	-	-	-	-	-	83	2	1	-	-	Ex.	5	42	28	14
9.	MK3209	DF	DOB	Drept	-	-	-	-	-	-	-	72	1	1	-	-	V.	4	28	14	14
10.	MK3210	DS	DOB	Econometrie	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	C.	4	42	28	14
11.	MK3211	DC	DOB	Managementul resurselor umane	-	-	-	-	-	-	-	83	2	1	-	-	Ex.	5	42	28	14
12.	MK3212	DC	DOB	Comunicare și corespondență în limba străină VI (engleză, franceză, germană)	-	-	-	-	-	-	-	22	-	2	-	-	V.	2	28	-	28
13.	MK3213	DS	DOB	Elaborarea lucrării de licență	15	-	-	-	2	V.	2	15	-	-	-	3	C.	2	70	0	70
		DS	DOP	Discipline opționale I	44	2	2	-	-	C	4	-	-	-	-	-	-	-	56	28	28
14.	MK3114			Marketing strategic																	
15.	MK3115			Distribuție și merchandising																	
		DS	DOP	Discipline opționale II	-	-	-	-	-	-	-	58	2	1	-	-	Ex.	4	42	28	14
16.	MK3216			Analiza informațiilor utilizând SPSS																	
17.	MK3217			Analiza informațiilor de marketing																	
Total ore					421	11	10		2		30	449	11	8		3		30	630	308	322
Total ore pe săptămână /Total număr forme de verificare/ Total număr credite					23					5Ex+1C+2V	30	22					4Ex+2C+2V	30	Raport A/C = 1.05		

LEGENDA: *CI = categoria formativă: DF – discipline fundamentale, DS – discipline de specializare, DC – discipline complementare. **C2 = categoria opționalității: DOB – discipline obligatorii, DOP – discipline opționale, SI - Studiu Individual, C – curs, S – seminar, L – Laborator, P – Proiect, CR – Credite, FV – forma de verificare, Ex - Examen, C – Colocviu, V – Verificare.

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

Nr. crt.	Discipline facultative	Cod disciplină	Semestrul 1							Semestrul 2							Nr. ore pe disciplină		
			SI	C	S	L	P	F.V.	CR	SI	C	S	L	P	F.V.	CR	Total	Curs	Aplicații
18.	Comunicare și corespondență comercială în limba străină (germană, franceză) V	MK3118	22	-	2	-	-	C.	2	-	-	-	-	-	-	-	28	-	28
19.	Comunicare și corespondență comercială în limba străină (germană, franceză) VI	MK3219	-	-	-	-	-	-	-	22	-	2	-	-	C.	2	28	-	28
Total ore facultative/ Total număr credite			2/2				1C		2	2/2				1C		2	56	-	56

5. BILANȚ GENERAL

după opționalitatea disciplinelor din planul de învățământ

Nr. crt.	Discipline	Nr. de ore			Total		Standard ARACIS
		An I	An II	An III	ore	%	% minim de ore alocate cf. ramurilor de știință
							%*
1	Obligatorii (DOB)*	616	574	532	1722	89.78	
2	Opționale (DOP)*	-	98	98	196	10.22	min 10%
TOTAL		616	672	630	1918	100.00	100%+DFac
3	facultative (DFA)*	98	56	56	210	10.94	suplimentar acestei structuri

*Cf. Standardelor specifice ARACIS

6. BILANȚ GENERAL

după categoria formativă a disciplinelor din planul de învățământ

Nr. crt.	Discipline	Număr ore			Total	
		An I	An II	An III	ore	%
1	fundamentale (DF)	448	182	28	658	34.31
2	de specializare (DS)	42	364	504	910	47.44
	+ Elaborare lucrare de licență/diplomă					
3	complementare (DC)	126	126	98	350	18.25
TOTAL		616	672	630	1918	100.00



RAPORT GENERAL Aplicații / Curs (conform Standardelor de calitate specifice ARACIS) = 1.01

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

7. NOTE EXPLICATIVE CU PRIVIRE LA PRACTICĂ

An de studiu	CONȚINUTUL ACTIVITĂȚILOR DESFĂȘURATE
II	1. Prezentarea de ansamblu a unității economice 1.1. Profilul de activitate, statutul juridic, dimensiunea și complexitatea activității (număr de salariați, capacitatea de producție/desfacere, unități proprii, activități desfășurate, venituri realizate) 1.2. Obiectivele de dezvoltare și modernizare a unității economice 1.3. Studiul sistemului actual de management 1.4. Fluxul tehnologic pentru produsele obținute sau comercializate, respectiv serviciile prestate (după caz) 1.5. Tendințele evolutive ale activității de ansamblu a unității economice 2. Cunoașterea și studiul principalelor activități și unități componente 2.1. Structura organizatorică de ansamblu a unității economice. Organigrama 2.2. Principalele organe și posturi de conducere 2.3. Principalele interdependențe dintre activități, compartimente și posturi 2.4. Rolul funcțional al fiecărui compartiment și post de conducere, obiectivele și limitele sale 2.5. Principalii indicatori de performanță ai unității economice (cifra de afaceri, număr de angajați, productivitatea muncii, rentabilitatea comercială, profit, câștigul salarial mediu) în ultimii 3 ani 3. Studiarea principalelor domenii și problemele de specialitate 3.1. Analiza activității de management în cadrul unității economice ○ Previziunea și planificarea ○ Coordonarea, controlul și adoptarea deciziilor ○ Managementul resurselor umane ○ Managementul calității ○ Strategii specifice unității economice 3.2. Analiza activității de marketing în cadrul unității economice ○ Analiza mediului de marketing



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

- Analiza mixului de marketing
- Analiza mixului de marketing
 - Politica de produs: gama de produse; strategii de produs
 - Politica de preț: factorii care influențează stabilirea prețului; strategii de preț
 - Politica de distribuție: canale de distribuție; categorii de intermediari; sistemul logistic
 - Politica promoțională: structura activității promoționale
- 3.3. Analiza principalelor aspecte privind activitatea financiar-contabilă
 - Descrierea generală a situațiilor financiare anuale (bilanțul, contul de profit și pierdere, notele explicative)
 - Conținutul minimal al raportului administratorului
- 3.4. Analiza activităților legate de mecanismul derulării exporturilor și importurilor (dacă este cazul) sau a altor operațiuni și activități specifice unității economice în care se desfășoară practica de specialitate



8. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNI A ANULUI UNIVERSITAR

An de studiu	Activități didactice				Sesiuni de examene			Practică de specializare	Vacanțe		
	Semestrul I		Semestrul II		Iarnă	Vară	Restanțe		Iarnă	Primăvară	Vară
	săptămâni	ore/ săptămână	săptămâni	ore/ săptămână	săptămâni	săptămâni	săptămâni	ore	săptămâni	săptămâni	săptămâni
I	14	22	14	22	3	3	2	-	3	1	10
II	14	24	14	24	3	3	2	98	3	1	10
III	14	23	14	22	3	3	2	-	3	1	-



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel./Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

9. CONDIȚIONĂRI SPECIFICE DE ACCES/ADMITERE, DE PROMOVARE/ECHIVALARE A ANULUI DE STUDIU/ A UNOR DISCIPLINE, DE TRANSFER ETC.

Condiționările specifice de promovare/echivalare a anului de studii/a unor discipline, de transfer etc. se regăsesc în Regulamentul privind activitatea profesională a studenților și în Regulamentul cadru de aplicare a sistemului de credite transferabile.

10. ALEGEREA DISCIPLINELOR OPȚIONALE DE CĂTRE STUDENȚI. CRITERII DE DEPARTAJARE.

Alegerea disciplinelor opționale de către studenți se realizează conform precizărilor din Regulamentul privind activitatea profesională a studenților.



11. STRUCTURA EXAMENULUI DE FINALIZARE A STUDIILOR

Examenul de finalizare a studiilor universitare de licență – IF (învățământ cu frecvență) se organizează în două sesiuni anuale și cuprinde două probe menite să evalueze atât cunoștințele fundamentale și de specialitate, cât și capacitatea absolventului de a elabora și susține o lucrare științifică relevantă în domeniul de studiu.

Scopul examenului de finalizare a studiilor este de a verifica nivelul de pregătire profesională și științifică dobândit pe parcursul programului de licență și de a evalua măsura în care absolvenții pot răspunde cerințelor actuale din domeniul vizat, în acord cu evoluțiile teoretice și practice.

Structura examenului de licență cuprinde următoarele două probe:

- Proba 1: Evaluarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate.
- Proba 2: Prezentarea și susținerea lucrării de licență. Aceasta presupune expunerea orală a conținutului lucrării în fața comisiei de examen, în prezența candidatului, în același loc și în același moment. Susținerea este publică.

Promovarea lucrării de licență conferă un număr de 10 credite ECTS, care se adaugă celor 180 de credite prevăzute pentru finalizarea programului de studii de licență.



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 12/26



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

12. REZULTATELE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII

Nr crt.	REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII			Disciplina
	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
1.	- Studentul/Absolventul recunoaște relevanța principiilor fundamentale ale microeconomiei și macroeconomiei, modele economice, noțiuni de economie aplicată. - Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor fundamentale ale microeconomiei, înțelegerea mecanismelor de derulare a activității economice, a modului de luare a deciziilor, a comportamentelor individuale ale agenților economici, înțelegerea mecanismului pieței, a formării echilibrelor în diferite situații de concurență. - Studentul/Absolventul identifică constructe teoretice care permit înțelegerea sintetică, analitică și critică a interacțiunilor și corelațiilor care se formează între agenții economici la nivel agregat precum și a indicatorilor care evaluează efectele acestor interacțiuni. - Studentul/Absolventul recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și	- Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele economice. - Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate. - Studentul/Absolventul aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele. - Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile economice la nivel micro/macroeconomic. - Studentul/Absolventul utilizează teoriile și indicatorii macroeconomici în scopul analizei evoluției globale a unei economii și elaborării unor scenarii privind evoluția viitoare a acesteia. - Studentul/Absolventul aplică teoriile macroeconomice pentru analiza cauzelor și efectelor dezechilibrelor macroeconomice specifice (precum inflația, șomajul, deficitul) și	- Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor economice. - Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării lucrărilor de analiză economică, și a interpretărilor privind funcționarea organizației. - Studentul/Absolventul realizează cu responsabilitate studii/lucrări privind funcționarea sistemului economic. - Studentul/Absolventul fundamentează, elaborează și implementează cu responsabilitate strategii și politici economice pentru organizații sau la nivel macroeconomic. - Studentul/Absolventul acționează coerent în vederea elaborării proiectelor care presupun măsurarea evoluției fenomenelor economice la nivel agregat pe baza fundamentelor științifice.	Microeconomie / Macroeconomie / Economia și gestiunea întreprinderii / Statistică economică / Econometrie / Analiză economică – financiară / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Finanțe / Contabilitate / Drept / Economie europeană / Tehnici de plată și de finanțare / Management / Managementul calității / Antreprenoriat / Etică în afaceri / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Marketing / / Tehnici de vânzare / Comportamentul consumatorului / Politici comerciale / Relații publice / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 13/26



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

	instrumentarului necesar analizei formelor de manifestare a dezechilibrelor macroeconomice, precum și a metodelor eficiente de prevenire.	evaluează politicile economice care contribuie la apariția sau soluționarea acestor fenomene.	- Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în ceea ce privește fundamentarea științifică și elaborarea instrumentelor de evaluare a potențialelor efecte ale unor politici economice la nivel global pe termen mediu și lung.	
2.	- Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. - Studentul/Absolventul utilizează elemente de matematici financiare, optimizarea funcțiilor de mai multe variabile, prognoza evoluției în timp a indicatorilor economici, modelarea probabilistă a fenomenelor economice care se desfășoară în condiții de risc și incertitudine, evaluarea indicatorilor statistici care caracterizează un fenomen economic, estimarea parametrilor unui model. - Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și analizează coerent în privința definirii conceptelor, modelelor și metodelor cantitative necesare în procesul decizional din	- Studentul/Absolventul modelează un proces economic și a factorilor determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile. - Studentul/Absolventul utilizează algoritmi matematici pentru determinarea soluției optime a unei probleme de maximizare sau minimizare a unei funcții care modelează un indicator de rezultat. - Studentul/Absolventul modelează probabilist scenariile de evoluție a unui fenomen economic, evaluează rezultatul asociat fiecărui scenariu și estimează a rezultatul așteptat pe baza scenariilor identificate, utilizând caracteristici numerice ale variabilelor aleatoare (valoare medie, dispersie, coeficient de corelație). - Studentul/Absolventul analizează date, estimează parametrii unui model statistic și fundamentează decizia	- Studentul/Absolventul utilizează autonom metodele de analiză cantitativă și tehnici avansate de calcul pentru evaluarea rezultatului și a impactului factorilor determinanți în problemele complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor. - Studentul/Absolventul aplică cu responsabilitate metodele matematice de prognoză și a algoritmilor de optimizare a deciziilor privind funcționarea organizației. - Studentul/Absolventul fundamentează științific a deciziile manageriale, pe baza utilizării instrumentelor de modelare probabilistă, analiză statistică, estimare a rezultatelor așteptate și optimizare a indicatorilor de	Matematică aplicată în economie / Statistică economică Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing international / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Finanțe / Contabilitate / Microeconomie / Macroeconomie / Drept / Economie europeană / Tehnici de plată și de finanțare / Management / Managementul calității / Antreprenoriat / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență /

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 14/26



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

	cadrul organizațiilor.	managerială pe baza acestora. - Studentul/Absolventul cuantifică valoarea în timp a unui flux de capital, utilizând modele de matematici financiare.	rezultat.	Simulări de afaceri
3.	- Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale. - Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe despre sectorul financiar bancar. - Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe privind politicile financiare la nivel de public și la nivel de entitate economică. - Studentul/Absolventul deține cunoștințe cu privire la aspectele etice, sociale și globale ale deciziilor financiare.	- Studentul/Absolventul recunoaște datele financiare relevante. - Studentul/Absolventul utilizează instrumente de analiză financiară specifice domeniului financiar-bancar. - Studentul/Absolventul analizează fenomenele și activitățile financiare complexe specifice domeniului financiarbancar. - Studentul/Absolventul formulează strategii eficiente specifice activităților financiarbancare.	- Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc. - Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară. - Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în luarea deciziilor și oferirea de consultanță în domeniul financiarbancar. - Studentul/Absolventul manifestă un comportament etic în luarea deciziilor. APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE 25 SEP 2025 Președinte SENAT	Finanțe / Contabilitate / Drept / Economie europeană / Tehnici de plată și de finanțare / Microeconomie / Macroeconomie / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenariat / Etică în afaceri / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing international / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Comunicare și corespondență

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

				comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)
4.	- Studentul/Absolventul identifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Studentul/Absolventul identifică rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Studentul/Absolventul clasifică elementele din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Studentul/Absolventul identifică tranzacțiile și evenimentele de bază ale unei entități raportoare. - Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea principiului partidei duble pentru înregistrarea tranzacțiilor și evenimentelor unei entități raportoare. - Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind întocmirea (pregătirea) situațiilor (rapoartelor) financiare ale unei entități raportoare.	- Studentul/Absolventul calculează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Studentul/Absolventul interpretează indicatorii din rapoartele financiare ale unei entități raportoare. - Studentul/Absolventul diferențiază utilizatorii de informații financiar-contabile și nevoile lor informaționale. - Studentul/Absolventul comunică utilizatorilor informații din rapoartele financiare.	- Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a identifica și colecta datele financiare relevante pentru întocmirea situațiilor financiare. - Studentul/Absolventul verifică corectitudinea analizei contabile. - Studentul/Absolventul lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor financiar – contabile. APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE 25 SEP 2025 Președinta SENAT	Contabilitate / Finanțe / Drept / Tehnici de plată și de finanțare / Economie europeană / Microeconomie / Macroeconomie / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Etică în afaceri / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing internațional / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Ateea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

				/ Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice
5.	- Studentul/Absolventul identifică funcționalitățile avansate ale aplicațiilor de birou și modul în care acestea sunt utilizate în domeniul economic (calcul tabelar complex prin funcții, validarea, interogarea, sintetizarea datelor și reprezentarea grafică a acestora). - Studentul/Absolventul identifică principiile fundamentale ale securității informațiilor, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea datelor din domeniul economic. - Studentul/Absolventul identifică și analizează conceptele și tehnologiile de automatizare a proceselor de afaceri și gestiune a bazelor de date specifice domeniului economic. - Studentul/Absolventul descrie conceptele de bază din domeniul tehnologiilor emergente specifice societății informaționale bazată pe cunoaștere (IoT, AI, Cloud/Fog/Edge Computing, Blockchain etc.).	- Studentul/Absolventul utilizează aplicațiile de birou în domeniul economic. - Studentul/Absolventul recunoaște și evaluează riscurile de securitate asociate cu gestionarea informațiilor în domeniul economic. - Studentul/Absolventul utilizează instrumente de automatizare, pentru a automatiza sarcinile repetitive în activitățile economice. - Studentul/Absolventul identifică procesele de afaceri care pot fi automatizate. - Studentul/Absolventul utilizează instrumentele open source pentru exploatarea principalelor facilități oferite de tehnologiile emergente.	- Studentul/Absolventul asigură acuratețea și claritatea informațiilor din documentele gestionate cu aplicații de birou. - Studentul/Absolventul operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor. - Studentul/Absolventul verifică și monitorizează corectitudinea proceselor automatizate, asigurând acuratețea datelor și conformitatea cu reglementările în vigoare. - Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a exploata oportunitățile de natură tehnologică și economică generate de mediul informațional în contextul smart development. APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE: 25 SEP 2025 Președintele SENAT	Informatică / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Microeconomie / Macroeconomie / Finanțe / Contabilitate / Drept / Economie europeană / Tehnici de plată și de finanțare / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Etică în afaceri / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing internațional / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză,

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 17/26



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

				franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)
6.	- Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional. - Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora. - Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.	- Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi. - Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific. - Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.	- Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funcțiilor de execuție în domeniul marketing. - Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing. - Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.	Marketing / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing internațional / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Finanțe / Contabilitate / Drept / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Etică în afaceri / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

				(engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)
7.	- Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. - Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice și recunoaște relevanța sistemului de management și a subsistemelor sale. - Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.	- Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale. - Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor. - Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale. APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE: 25 SEP 2025 Președinte SENAT	- Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor. - Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științific. - Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației. - Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.	Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing internațional / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Drept / Protecția consumatorilor / Etică în afaceri / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 19/26



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel./Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

			APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE: 25 SEP 2025 Președinta SENAT	corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană) / Educație fizică și sport
8.	- Studentul/Absolventul identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale/. - Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea tehnicilor și instrumentelor economice pentru realizarea analizelor și predicțiilor economico-financiare, și privind aplicarea metodelor cantitative pentru analiza datelor prin testarea și interpretarea modelelor econometrice.	- Studentul/Absolventul recunoaște și aplică principalele metode statistice pentru analiza fenomenelor economice și sociale, aplică metode statistice în măsurarea și analiza proceselor economico-sociale la nivel macroeconomic, analizează conceptele, modelele și metodele de previziune a fenomenelor socio-economice, recunoaște conceptele, principiile, metodele și tehnicile de organizare a unei observări statistice parțiale, indică modul de asigurare al instrumentelor necesare analizei cantitative și calitative a fenomenelor economice/. - Studentul/Absolventul utilizează eficient pachetele software pentru analiza datelor prin metode statistice și econometrice, aplicând concepte, teorii, principii și instrumente de investigare a fenomenelor și proceselor economice și sociale.	- Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în asigurarea acurateței și integrității datelor statistice, aplicând tehnici de validare și verificare, lucrează autonom în interpretarea și analiza datelor statistice, contribuind la luarea deciziilor informate în cadrul organizației, organizează, documentează și arhivează datele colectate, asigurând accesibilitatea și corectitudinea acestora pentru utilizări ulterioare, demonstrează autonomie în analizarea rolului statisticii în studierea fenomenelor economice și utilizarea acestora în deciziile micro și macroeconomice, aplică metode statistice la nivel macroeconomic, fiind capabil să aprofundeze și să aplice autonom concepte și analize relevante în economie, formulează corect probleme statistice și explică indicatorii cheie de resurse și	Statistică economică / Econometrie / Matematică aplicată în economie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Finanțe / Contabilitate / Drept / Economie europeană / Tehnici de plată și de finanțare / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenariat / Microeconomie / Macroeconomie / Etică în afaceri / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing international / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 20/26



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

			rezultate la nivel macroeconomic, manifestând responsabilitate în analiză, își asumă responsabilitatea de a proiecta și a desfășura cercetări complexe, asigurându-se că rezultatele sunt relevante și corecte.	marketing / Politici comerciale / Relații publice / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)
9.	- Studentul/Absolventul utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea afacerii. - Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța regulilor și principiilor de drept aplicabile în mediul de afaceri. - Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța reglementărilor legale aplicabile participanților la raporturile juridice de drept al afacerilor, precum și în materia contractelor, ca principale instrumente în relațiile de afaceri.	- Studentul/Absolventul aplică metode analiză și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri. - Studentul/Absolventul aplică reglementări legale în materie pentru soluționarea unor problemele practice de natură juridică și economică cu care se confruntă participanții la raporturile juridice de drept al afacerilor. - Studentul/Absolventul deține abilități avansate de înțelegere și analiză a clauzelor contractuale, a regulilor aplicabile în materia negocierii, încheierii și executării contractelor, inclusiv a aspectelor litigioase relevate în practica de afaceri.	- Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate în aplicarea reglementărilor legale studiate la soluționarea unor situații practice cu care se confruntă participanții în mediul de afaceri. - Studentul/Absolventul adaptează coerent noțiunile juridice de bază necesare pentru organizarea și derularea afacerii într-un context practic. - Studentul/Absolventul realizează interpretarea clauzelor contractuale, precum și analiza valabilității acestora, în contextul principalelor instrumente contractuale utilizate în mediul de afaceri. - Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește	Drept / Microeconomie / Macroeconomie / Economia și gestiunea întreprinderii / Finanțe / Contabilitate / Economie europeană / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Marketing / Educație fizică și sport



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

			utilizarea reglementărilor legale studiate pentru evidențierea principalelor etape privind constituirea și funcționarea societăților, ca principali participanți la raporturile juridice de drept al afacerilor.	
10.	- Studentul/Absolventul deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse. - Studentul/Absolventul utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.	- Studentul/Absolventul analizează critic și interpretează texte economice complexe. - Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex. - Studentul/Absolventul analizează și interpretează pe baza fundamentatelor teoretice diferențele interculturale.	- Studentul/Absolventul utilizează eficient registrul lingvistic pentru a se adapta la diverse situații comunicaționale (prezentări, dezbateri, negocieri, mediere, etc). - Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină. - Studentul/Absolventul implementează coerent strategii de negociere și mediere interculturală.	Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Finanțe / Contabilitate / Drept / Economie europeană / Tehnici de plată și de finanțare / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenariat / Etică în afaceri / Etică și integritate academică / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Simulări de afaceri / Marketing / Marketing international Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de



Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 22/26



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

				marketing / Politici comerciale / Relații publice
11.	Studentul/Absolventul descrie logic și articulat conceptele, metodele și instrumentarul de lucru necesare identificării factorilor care influențează funcționarea organizației, analizei mediului de marketing, studierii pieței, înțelegerii comportamentului consumatorilor și analizei datelor semnificative pentru activitatea de marketing. Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe și înțelegere critică privind conceptele specifice metodologiei științifice de cercetare pentru dezvoltarea de proiecte de marketing.	Studentul/Absolventul utilizează cunoștințele de specialitate pentru proiectarea și implementarea diferitelor tipuri de cercetări de marketing și aplică adecvat metodele și tehnicile de cercetare cantitativă și calitativă în funcție de contextul de marketing. Studentul/Absolventul analizează datele de marketing și utilizează adecvat analizele în procesele decizionale de marketing. Studentul/Absolventul elaborează rapoarte de cercetare complexe, care evidențiază relevanța rezultatelor din perspectiva scopului cercetării și comunică rezultatele către toate categoriile de stakeholderi.	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe curiozitate intelectuală, în procesele de elaborare și implementare a activităților de cercetare de marketing. Studentul/Absolventul menține preocuparea constantă pentru rigoarea științifică în diferitele etape de realizare a proiectelor de cercetare în contexte de marketing. Studentul/Absolventul manifestă spirit de echipă și dorința de a lucra într-un mediu de încredere în relația cu persoanele implicate în proiectele de cercetare. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în realizarea bugetelor de cercetare și a rapoartelor de cercetare de marketing.	Cercetări de marketing / Comportamentul consumatorului / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing internațional / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Etică în afaceri / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)



APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC
DIN DATA DE
25 SEP 2026
Președinte SENAT

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 23/26



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universității, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

12.	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.	Studentul/Absolventul manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing. Studentul/Absolventul dovedește spirit de echipă, fiind capabil să stabilească relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu partenerii implicați în diferite etape ale procesului de comunicare. APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE: 25 SEP 2025 Președinte SENAT	Marketing direct / Relații publice / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing international / Marketing social-politic / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenariat / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)
13.	Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de operaționalizare a	Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă	Marketing international / Marketingul serviciilor / Marketing / Marketingul micilor

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA

Aleea Universităților, nr.1, Campus, Corp A, cod 900470 Constanța, România
Tel/Fax: +4 0241 606.407 / +4 0241 606.467
E-mail: rectorat@univ-ovidius.ro - Web page: www.univ-ovidius.ro

Universitatea „Ovidius” din Constanța

AVIZAT DSAMC/DACIS

FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

	particularitățile piețelor internaționale, mediul de marketing internațional și mixul de marketing specific organizațiilor care activează pe piețe internaționale. Studentul/Absolventul identifică pertinent particularitățile strategiilor de marketing specifice organizațiilor care activează în domeniul serviciilor.	strategiilor de produs, preț, distribuție și comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în sectorul serviciilor sau în context internațional.	În procesul de culegere, analiză și interpretare a datelor provenite din mediul de marketing internațional, relevante pentru a elabora o strategie adecvată pentru o organizație care activează în context internațional. Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii pertinente referitoare la strategia de produs, de preț, de distribuție și de comunicare în cadrul organizațiilor de afaceri care activează în domeniul serviciilor. APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE 25 SEP 2025 Președinta SENAT	afaceri / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului / Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)
14.	Studentul/Absolventul demonstrează înțelegerea conceptelor privind utilizarea proceselor de vânzare, de management al relațiilor cu clienții și de aprovizionare, managementul	Studentul/Absolventul folosește adecvat tehnici de negociere și de gestionare a proceselor de vânzări, pentru a gestiona eficient interacțiunile cu clienții.	Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta decizii riguroase științifice cu privire la tehnicile de vânzare și planul de vânzări pentru	Tehnici de vânzare / Marketing / Marketingul serviciilor / Marketingul micilor afaceri / Marketing internațional / Marketing social-politic / Marketing direct / Marketing strategic / Managementul produsului și al brandului /

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Oprișan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 25/26



FACULTATEA de Științe Economice
Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE
Ramura de știință: ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de licență: MARKETING

Programul de studii: MARKETING
Forma de învățământ: cu frecvență: IF

Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu ciclul de studii:
2025-2028

lanțurilor de aprovizionare și relațiilor cu furnizorii și distribuitorii. Studentul/Absolventul asimilează cunoștințe avansate cu privire la nevoile clienților, strategiile de fidelizare, previziunea cererii și proiectarea rețelelor de distribuție.	Studentul/Absolventul aplică adecvat metodele de previziune a cererii și gestiunea stocurilor, de planificare a necesarului de resurse materiale și a vânzărilor, ca și abilități avansate de negociere și finalizare a proceselor de vânzare.	un produs sau serviciu specific, cu accent pe abordarea clientului și tehnicile de închidere. Studentul/Absolventul demonstrează responsabilitate și etică profesională în procesul de proiectare a rețelelor logistice și de management al canalelor de distribuție. APROBAT ÎN ȘEDINȚA SENATULUI UOC DIN DATA DE: 25 SEP 2025 Președintele SENATULUI	Tehnici de vânzare / Distribuție și merchandising / Comportamentul consumatorului / Business to Business Marketing / Programe aplicative de marketing / Proiecte de marketing / Cercetări de marketing / Politici comerciale / Relații publice / Statistică economică / Matematică aplicată în economie / Econometrie / Analiză economico – financiară / Analiza informațiilor utilizând SPSS / Informatică / Baze de date pentru marketing / Analiza informațiilor de marketing / Protecția consumatorilor / Management / Managementul resurselor umane / Managementul calității / Antreprenoriat / Etică în afaceri / Practică de specializare/ Elaborarea lucrării de licență / Comunicare și corespondență comercială în limba străină I (engleză, franceză, germană) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină II (germană, franceză) / Comunicare și corespondență comercială în limba străină III (germană) / Comunicare și corespondență în limba străină IV (engleză, franceză, germană)/ Microeconomie / Macroeconomie
---	---	--	---

13. POSIBILITĂȚI DE CONTINUARE A STUDIILOR SAU DE ACCES LA ALTE FORME DE DEZVOLTARE PERSONALĂ ȘI PROFESIONALĂ

Absolvenții se pot înscrie în cadrul programelor de masterat ce se derulează în cadrul universităților de stat sau private acreditate.

Rector,
Conf.univ.dr. Dan Marcel Iliescu

Decan,
Prof.univ.dr. Spătaru Elena Cerasela

Director Departament,
Conf.univ.dr. Ionel Marian
Conf.univ.dr. Cosma Sorinel
Conf.univ.dr. Opreșan Oana

Coordonator program de studii,
Prof.univ.dr. Moraru Andreea Daniela

pg 26/26