PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT
pentru ciclul II, studii superioare de master

Nivelul calificării conform ISCED/CNC	*7*
Domeniul general de studiu	*041 Ştiinţe economice*
Domeniul de formare profesională	*0414 Marketing*
Programul de master	*Marketing digital*
Tipul programului de master	*Master profesional*
Număr total de credite de studii	*120 ECTS*
Titlul obţinut la finele studiilor	*Master în Ştiinţe economice*
Baza admiterii	*diploma de licență sau un act echivalent de studii*
Limba de instruire	*română, rusă*
Forma de organizare a învățământului	*cu frecvenţă*

Aprobat
la ședința Senatului UTM din 20.02.2024,
Proces-verbal nr. 8

Aprobată modificarea
la ședința Senatului UTM din 03.06.2025,
Proces-verbal nr. 11

Aprobată modificarea
la ședința Senatului UTM din 29.09.2026,
Proces-verbal nr. 2

Spiridon Rusu,
conf. univ., dr.
Secretar ştiinţific al Senatului

LEGENDĂ:

Disciplinele/modulele sunt codificate conform sistemului unic al universității. Codul disciplinei include categoria formativă, gradul de obligativitate şi eligibilitate, numărul de ordine. Numerotarea disciplinelor este realizată pentru fiecare categorie separat.

Notarea	**Categoria formativă/Gradul de obligativitate și eligibilitate**
F	Unități de curs fundamentale
S	Unități de curs de specialitate
O	Unități de curs obligatorii
SP	Stagii de practică
EF	Evaluarea finală
M	Disciplină de minim curricular

1. CALENDARUL UNIVERSITAR

Anul de studii	**Activități didactice**		**Sesiunea de examinare**		***Stagii de practică***	**Vacanțe**		
	Sem. I	***Sem. II***	***Sem. I***	***Sem. II***		***Iarna***	***Primăvara***	***Vara***
I	Octombrie-decembrie şi ianuarie (15 săptămâni)	Februarie-iunie (15 săptămâni)	Ianuarie-februarie (4 săptămâni)	Iunie (4 săptămâni)		Decembrie-ianuarie (2 săptămâni)	Vacanţa pentru sărbătorile de Paşti, (conform calendarului creştin ortodox)	Iunie-august (11 săptămâni)
II	Septembrie-noiembrie (9 săptămâni)	Februarie-mai (12 săptămâni)	Ianuarie (4 săptămâni)	Mai-iunie (2 săptămâni)	Noiembrie-Decembrie (6 săptămâni) Ianuarie-februarie (3 săptămâni)	Decembrie-ianuarie (2 săptămâni)		-
Total	24 săptămâni	27 săptămâni	8 săptămâni	6 săptămâni	9 săptămâni	4 săptămâni	2 săptămâni	11 săptămâni

2. PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII

Cod	Denumirea disciplinei/ Modulului	Numărul de ore			Numărul de ore pe tipuri de activități					Forma de evaluare	Nr. ECTS
		Total	Contact direct	Studiul individual	Curs	Seminar	Lucrări practice	Lucrări de laborator	Proiect		
Anul I											
Semestrul I											
F.O.001	Metodologia și etica cercetării	150	38	112	18		20			E	5
F.O.002	Dreptul economic	150	38	112	18	20				E	5
F.O.003	Fundamentele marketingului digital	150	38	112	18	20				E	5
S.O.001	Cercetări avansate de marketing	150	38	112	16	22				E	5
S.O.002	Marketing prin conținut	150	38	112	10	28				E	5
S.O.003	Marketing prin platforme de socializare	150	38	112	10	28				E	5
	Total semestrul I	**900**	**228**	**672**	**90**	**118**	**20**			**6E**	**30**
Semestrul II											
F.O.004	Sisteme informatice în afaceri	150	38	112	18		20			E	5
F.O.005	Managementul proiectelor în business	150	38	112	18		20			E	5
S.O.004	Inteligență artificială în business	150	38	112	18		20			E	5
S.O.005	Publicitate şi planificare media	150	38	112	10	28				E	5
S.O.006	Marketing internațional	150	38	112	18	20				E	5
S.O.007	Comportamentul consumatorului în mediul online	150	38	112	18	20				E	5
	Total semestrul II	**900**	**228**	**672**	**100**	**68**	**60**			**6E**	**30**
	Total anul I	**1800**	**456**	**1344**	**190**	**186**	**80**			**12E**	**60**
Anul II											
Semestrul III											
S.O.008	Marketing relaţional şi Psihologia organizațional - managerială	210	54	156	26		28			E	7
F.O.006	Managementul marketingului digital	150	38	112	18	20				E	5
S.O.009	Strategii de marketing digital	180	46	135	16	30				E	6
SP.O.001	Practica de specialitate	360	252*	108						E	12
	Total semestrul V	**900**	**138 + 252***	**511**	**60**	**50**	**28**			**4E**	**30**
Semestrul IV											
SP.O.002	Practica de cercetare de master	180	126*	54						E	6
EF.O.001	Elaborarea și susținerea tezei de master	720	24	696					24	E	24
	Total semestrul IV	**900**	**24 + 126***	**750**					**24**	**2E**	**30**
	Total anul II	**1800**	**162 + 378***	**1261**	**60**	**50**	**28**		**24**	**6E**	**60**
	Total Program de studii	**3600**	**618 + 378***	**2605**	**250**	**236**	**108**		**24**	**18E**	**120**

2.(A). PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT PE ANI DE STUDII / *STUDY PLAN BY YEAR OF STUDY*

pentru studenţii care acumulează minimul curricular iniţial pe durata anului I, conform modificărilor operate în 2026 la HG 80/2022

Planul de învăţământ se va individualiza în baza proceselor-verbale de echivalare a disciplinelor din minimul curricular inţial şi va fi reflectat în Acordul anual la Contractul de studii.

Cod	Denumirea disciplinei/ Modulului	Numărul de ore			Numărul de ore pe tipuri de activităţi					Forma de evaluare	Nr. ECTS
		Total	Contact direct	Studiul individual	Curs	Seminar	Lucrări practice	Lucrări de laborator	Proiect		
Anul I											
Semestrul I											
F.O.001	Metodologia și etica cercetării	150	38	112	18		20			E	5
F.O.002	Dreptul economic	150	38	112	18	20				E	5
F.O.003	Fundamentele marketingului digital	150	38	112	18	20				E	5
S.O.001	Cercetări avansate de marketing	150	38	112	16	22				E	5
S.O.002	Marketing prin conținut	150	38	112	10	28				E	5
S.O.003	Marketing prin platforme de socializare	150	38	112	10	28				E	5
	Total semestrul I	**900**	**228**	**672**	**90**	**118**	**20**			**6E**	**30**
Discipline care constituie minim curricular inițial											
M.O.001	Economie	120	60	60	30	30				E	4
M.O.002	Matematică	180	90	90	45		45			E	6
M.O.003	Practica tehnologică	150	105	45						E	5
Semestrul II											
F.O.004	Sisteme informatice în afaceri	150	38	112	18		20			E	5
F.O.005	Managementul proiectelor în business	150	38	112	18		20			E	5
S.O.004	Inteligență artificială în business	150	38	112	18		20			E	5
S.O.005	Publicitate şi planificare media	150	38	112	10	28				E	5
S.O.006	Marketing internaţional	150	38	112	18	20				E	5
S.O.007	Comportamentul consumatorului în mediul online	150	38	112	18	20				E	5
	Total semestrul II	**900**	**228**	**672**	**100**	**68**	**60**			**6E**	**30**
	Total anul I	**1800**	**456**	**1344**	**190**	**186**	**80**			**12E**	**60**
Discipline care constituie minim curricular inițial											
M.O.004	Antreprenoriat	120	60	60	30		30			E	4
M.O.005	Statistica	120	60	60	30		30			E	4
M.O.006	Management	120	60	60	30	30				E	4
M.O.007	Marketing	90	45	45	30	15				E	3
Anul II											
Semestrul III											
S.O.008	Marketing relaţional şi Psihologia organizațional - managerială	210	54	156	26		28			E	7
F.O.006	Managementul marketingului digital	150	38	112	18	20				E	5
S.O.009	Strategii de marketing digital	180	46	135	16	30				E	6
SP.O.001	Practica de specialitate	360	252*	108						E	12
	Total semestrul V	**900**	**138 + 252***	**511**	**60**	**50**	**28**			**4E**	**30**

Semestrul IV											
SP.O.002	Practica de cercetare de master	180	126*	54						E	6
EF.O.001	Elaborarea şi susţinerea tezei de master	720	24	696					24	E	24
Total semestrul IV		**900**	**24 + 126***	**750**					**24**	**2E**	**30**
Total anul II		**1800**	**162 + 378***	**1261**	**60**	**50**	**28**		**24**	**6E**	**60**
Total Program de studii		**3600**	**618 + 378***	**2605**	**250**	**236**	**108**		**24**	**18E**	**120**

3. STAGII DE PRACTICĂ

Stagiile de practică	Anul de studii	Semestrul	Durata	Perioada	Număr ECTS
Practica de specialitate	2	3	6 săptămâni / 360 ore	Noiembrie-Decembrie /	12
Practica de cercetare de master	2	4	3 săptămâni / 180 ore	Ianuarie-Februarie /	6
Total		**-**	**9 săptămâni / 540 ore**	**-**	**18**

4. FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR

Forma de evaluare	Semestrul	Perioada	Număr ECTS
Teză de master	4	Mai-iunie	24 (inclusiv 2 ECTS pentru susţinerea tezei)

5. MINIMUL CURRICULAR

Nr. crt.	Denumirea disciplinei/modulului	Numărul de ore			Numărul de ore pe tipuri de activităţi					Forma de evaluare	Nr. ECTS
		Total	Contact direct	Studiul individual	Curs	Seminar	Lucrări practice	Lucrări de laborator	Proiect		
M.O.001	Antreprenoriat	120	60	60	30		30			E	4
M.O.002	Statistica	120	60	60	30		30			E	4
M.O.003	Practica tehnologică	150		150						E	5
M.O.004	Economie	120	60	60	30	30				E	4
M.O.005	Management	120	60	60	30	30				E	4
M.O.006	Marketing	90	45	45	30	15				E	3
M.O.007	Matematică	180	90	90	45		45			E	6
Total		**900**	**375**	**525**	**195**	**75**	**105**			**7E**	**30**

Decan FIEB, Rafael CILOCI, conf. univ., dr. _____

Şef DTEM, Lilia CHIRIAC, conf. univ., dr. _____

Matricea corelării finalităților de studiu și a competențelor formate în cadrul programului de studii superioare de master

MARKETING DIGITAL cu cele ale disciplinelor /modulelor

Denumirea disciplinei/modulului	Codul disciplinei/ modulului	Nr. ECTS	Competențe														
			Generale și Profesionale														
			CG1 CP1	CP2	CG2 CG3 CP3	CG4 CP4	CG2 CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10	CP11	CP12	CP13	CP14	CP15
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Metodologia și etica cercetării	F.O.001	5	1	1	1												2
Dreptul economic	F.O.002	5	1		1	1		1		1							
Fundamentele marketingului digital	F.O.003	5				1	1			1	1				1		
Cercetări avansate de marketing	S.O.001	5	2	1											1		1
Marketing prin conținut	S.O.002	5					1					2	1	1			
Marketing prin platforme de socializare	S.O.003	5					1		1			1	1	1			
Sisteme informatice în afaceri	F.O.004	5		1		1			1		1					1	
Managementul proiectelor în business	F.O.005	5		1	1				1		1					1	
Inteligența artificială în business	S.O.004	5		1			1				1			1			1
Publicitate și planificare media	S.O.005	5					0.5		0.5			1	1	1	1		
Marketing internațional	S.O.006	5							1		1		1	1		1	
Comportamentul consumatorului în mediul online	S.O.007	5		1	3										1		
Marketing relațional și Psihologia organizațional - managerială	S.O.008	7		1	1	1	1	1	1				1				
Managementul marketingului digital	F.O.006	5							1		1		1		1	1	
Strategii de marketing digital	S.O.009	6					1		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1	1	0.5	
Practica de specialitate	SP.O.001	12	0.5	0.5	0.5	0.5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Practica de cercetare de master	SP.O.002	6	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	
Elaborarea și susținerea tezei de master	EF.O.001	24	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2
		120	**5.9**	**9.9**	**8.9**	**6.9**	**9.9**	**5.4**	**10.4**	**5.9**	**8.9**	**6.9**	**9**	**8.5**	**9.5**	**8**	**6**

Competențe conform standardului de competență	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:
CG1. Utilizarea conceptelor și teoriilor economice fundamentale **CP1.** Planificarea procesului de cercetare în marketing	1.elabora programul general de cercetări în marketing al organizației, pornind de la obiectivele stabilite și problemele trasate (studiu de caz), estimând bugetul aferent cercetării de marketing;
CP2. Organizarea și evaluarea procesului de cercetare în marketing	2. aplica metodele de cercetare în marketing și prezenta rezultatele cercetărilor prin diverse rapoarte elaborate, aplicând tehnologii informaționale;
CG2. Elaborarea strategiilor și a deciziilor de asigurare a dezvoltării durabile a entităților **CG3.** Fundamentarea și propunerea de soluții pentru probleme economice concrete, aplicând metode de cercetare și analiză **CP3.** Conceperea și realizarea programelor și a proiecte de orientare spre piață	3. propune / prezenta programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la dezvoltarea sustenabilă a întreprinderilor/ organizațiilor;
CG4. Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate **CP.4** Organizarea departamentului / serviciului de marketing din organizații și întreprinderi	4. elabora/propune cea mai optimă organigramă a funcției/departamentului de marketing din organizație, regulamentul de activitate și sistemul informațional de marketing;
CG2. Elaborarea strategiilor și a deciziilor de asigurare a dezvoltării durabile a entităților **CP5.** Planificarea strategică a activității departamentului / serviciului	5. determina obiectivele de marketing ale întreprinderii, strategiile aferente și conținutul politicilor de marketing: produs, preț, plasament, promovare, personal și bugetul necesar;
CP6. Conducerea și gestionarea personalul de vânzări și marketing	6. prezenta procesul de recrutare și angajare a personaluluidin sfera marketingului și a vânzărilor și stabili criteriile deevaluare a performanței acestora;
CP7. Gestionarea operațiunilor zilnice ale organizației privind marketingul și vânzările	7. stabili obiectivele la nivel operațional și prezenta prinsimulare implementarea strategiilor de marketing și vânzări în organizație
CP8. Organizarea activității de achiziții	8. prezenta procesul de organizare a achizițiilor, pornind de la strategiile, politicile, planurilor de achiziții aprobate, utilizând tehnologii informaționale;

CP9. Organizarea activităţilor de transport, depozitare şi distribuţie a bunurilor	9. descrie procesul de organizare a distribuţiei, pornind de la strategiile, politicile, planurile de stocare şi distribuţie aprobate, utilizând tehnologii informaţionale;
CP10. Organizarea activităţilor de publicitate, relaţii publice şi de informare publică	10. planifica activităţile de publicitate, relaţiile publice şi de informare publică ale organizaţiei atît în mediul online, cît şi offline, estimând bugetul de comunicare în marketing, prin tehnologii informaţionale;
CP11. Gestionarea campaniilor de comunicare ale organizaţiei	11. planifica activităţile la nivel operaţional, pornind de la strategia de comunicare aprobată, implicit responsabilităţile zilnice ale angajaţilor privind elaborarea conţinuturilor de comunicare, de rând cu realizarea în timp a acestora şi plasarea în mass-media;
CP12. Monitorizarea contextului creativ în realizarea activităţilor de marketing	12. prezenta argumentat idei şi strategii noi în domeniul marketing şi logistică, urmărind spiritul creativ, unic, modern, inconfundabil, atât la nivel strategic, cât şi operaţional;
CP13. Realizarea controlului activităţii de marketing (audit de marketing) al întreprinderii / organizaţiei	13. descrie procesul de control al funcţiei de marketing în organizaţie pe sub-sisteme (prin studiu de caz), utilizând tehnologii informaţionale: 1. Baza sistemului – departamentul de marketing. 2. Subsistemul de informaţii de marketing. 3. Subsistemul de planificare şi finanţare a marketingului. 4. Subsistemul de realizare a mixului de marketing 5. Subsistemul de logistică comercială 6. Subsistemul de comunicare inversă şi control 7. Subsistemul de apreciere a eficienţei activităţii de marketing
CP14. Eficientizarea activităţilor de marketing	14. elabora propuneri de eficientizare a activităţilor (prin studiu de caz), pornind de la rezultatele auditului de marketing, utilizând tehnologii informaţionale;
CP15. Planificarea, organizarea şi realizarea cercetărilor ştiinţifice	15. realiza activităţi de cercetare ştiinţifică în cadrul unor proiecte universitare / instituţionale, elaborând lucrări şi articole ştiinţifice, participând la conferinţe, forumuri ştiinţifice naţionale şi internaţionale;

Decan FIEB, Rafael CILOCI, conf. univ., dr. _____

Şef DTEM, Lilia CHIRIAC, conf. univ., dr. _____