



POLITICI ŞI STRATEGII DE MARKETING

Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale

Domeniul de master: Marketing

Limba de predare: Română

Facultatea: Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor

Durata studiilor / numărul de credite: 2 ani / 120 ECTS

Forma de învăţământ: Învăţământ cu frecvenţă

Coordonator program de studii: Prof. univ. dr. ec. Gabriel BRĂTUCU, gabriel.bratucu@unitbv.ro

Contact:

admitere-seaa@unitbv.ro

Competenţe şi abilităţi dobândite:

- Dezvoltarea, evaluarea şi implementarea marketingului în medii de afaceri complexe;
- Analiza în profunzime a unei varietăţi de concepte, teorii, studii de caz, instrumente, tehnici, tactici si modele de comerţ şi marketing;
- Cunoştinţe despre structura şi funcţiile marketingului în general şi de politicile şi strategiile de marketing în special;
- Capacitatea de a organiza eficient activitatea profesională.

Scurtă descriere a programului de studii:

Programul se adresează celor care intenţionează să aprofundeze cunoştinţele de marketing, celor care îşi doresc o carieră de succes în domeniu şi care vor să cunoască multitudinea deciziilor strategice implicate de utilizarea marketingului în comerţ şi servicii, care intenţionează să îşi dezvolte abilităţi în utilizarea unui întreg instrumentar analitic cu scopul de a lua astfel de decizii în condiţiile economiei de piaţă.

Misiunea şi obiectivele programului de studii:

- dezvoltarea capacităţii de cercetare ştiinţifică a absolvenţilor săi, de a fundamenta ştiinţific, strategii de marketing pe baza unor informaţii relevante, actuale şi cât mai complete despre mediul economico-social;
- dezvoltarea şi perfecţionarea aptitudinilor practice de a aplica soluţii eficiente, bazate pe buna cunoaştere şi înţelegere a metodelor şi tehnicilor specifice cercetărilor de marketing şi astfel creşterea valorii absolvenţilor pe piaţa muncii.

Perspective după finalizarea studiilor:

În domeniile lucrative: specialist de înaltă clasă în cercetarea pieţei şi elaborarea strategiilor şi politicilor de marketing; manager în publicitate globală/merchandising; specialist în relaţii publice; şef departament logistică; manager de produs în structura de marketing a corporaţiei; manager marketing (tarife, contracte, achiziţii).

În domeniile nelucrative: specialist în dezvoltarea programelor de marketing social; purtător de cuvânt; organizator de conferinţe şi evenimente.