



Formular pentru actualizarea unei calificări în RNCIS

1. Titlul calificării

- a) Denumirea calificării: Strategii și Politici de Marketing
- b) Denumirea programului de studii: Strategii și Politici de Marketing IFR
- c) Denumirea domeniului de studii: Marketing
- d) Titlul conferit: Master
- e) Demersurile care au condus la propunerea noii calificări:

Elemente de fundamentare a calificării:

- a. Necesitatea și oportunitatea calificării față de piața muncii din perspectiva dezvoltării economice (se vor anexa documente privind opinia comitetelor sectoriale, asociații profesionale, profesioniști, patronate, camere de comerț, companii etc.).

ridicat ☒ mediu ☐ scăzut ☐

În conformitate cu *Strategia națională pentru dezvoltarea durabilă a României 2030* (<http://dezvoltaredurabila.gov.ro/>), creșterea economică și competitivitatea, industrializarea durabilă, consumul responsabil sunt toate axe prioritare tematice ale dezvoltării durabile a României. Atingerea acestor deziderate nu poate fi obținută în absența unor specialiști cu o pregătire avansată în marketing, a căror expertiză să se exprime în diferite sectoare de afaceri sau activități non-profit. Totodată, documentul evidențiază faptul că, într-o abordare sectorială, nivelul de competitivitate al multor afaceri este unul redus, lucru datorat în mare parte lipsei personalului calificat (inclusiv în domeniul marketingului). Situația actuală este redată, în aceiași parametri și de alte documente programatice sau analize sectoriale (a se consulta aici și *Strategia națională pentru locurile de muncă verzi 2018-2025* 21082018.SN.Locuri-Munca.Verzi.2018-2025.pdf (mmuncii.ro), sau analiza făcută de Institutul de Marketing din București *Noua generație de specialiști în marketing în 2020 - Institutul de Marketing*). Nu în ultimul rând, la finalul anului 2021, una dintre cele mai populare platforme de locuri de muncă din România (<http://ejobs.ro>) indica aproximativ 1390 locuri de muncă full-time disponibile în domeniul marketing pentru care se căutau candidați. Toate aceste aspecte denotă faptul că o calificare avansată în marketing reprezintă actualmente o necesitate și o oportunitate pe piața muncii, suport al dezvoltării economice.

- b. Relevanța față de cerințele tinerilor pe termen lung (se vor anexa sondaje de opinie în acest sens sau alte date/materiale de la organizații studențești)

ridicat ☒ mediu ☐ scăzut ☐

Cele mai recente rapoarte privind evaluarea activității de predare de către studenți la Universitatea Babeș-Bolyai (http://qa.ubbcluj.ro/evaluare_cursuri.php), respectiv privind satisfacția studenților universității (http://qa.ubbcluj.ro/satisfactia_studentilor.php), evidențiază o apreciere foarte favorabilă a calității actului didactic, respectiv a condițiilor de

studii, pregătire și dezvoltare profesională oferite de programul de studii masterale în domeniul Marketing, menit să confere absolvenților pregătirea adecvată calificării analizate. Totodată, prin evenimentele organizate și activitățile derulate, organizațiile studențești din cadrul Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor – Organizația Studenților Economiști (<https://www.osecluj.ro/>), Organizația Studenților pentru Turismul Românesc (<http://www.osturism.ro/>), Ratio (<https://suntemratio.ro/>), Asociația Studenților Secției de Marketing (<http://asmcluj.ro/>) etc. – au dovedit în ultimii ani relevanța calificării față de cerințele tinerilor pe termen lung.

c. Prezentarea organizațiilor consultate pentru identificarea și analiza competențelor specifice/profesionale calificării menționate (angajatori, asociații profesionale, comitete sectoriale, patronate, specialiști etc. - minimum 3 instituții)

1.

- Specificul organizației (denumirea, obiectul de activitate): SC Farmec SA Cluj-Napoca; fabricarea și comercializarea de produse cosmetice și de curățenie
- Persoana de contact (datele de identificare): Tudor David, Manager Marketing, tudor.david@farmec.ro
- Modul de consultare sau colaborare al universității cu organizația menționată: întâlnire cu reprezentanți ai angajatorilor.

2.

- Specificul organizației (denumirea, obiectul de activitate): Banca Transilvania Cluj-Napoca; operațiuni cu produse și servicii bancare
- Persoana de contact (datele de identificare): Cristina Berdea, Online marketing manager, cristina.berdea@gmail.com
- Modul de consultare sau colaborare al universității cu organizația menționată: întâlnire cu reprezentanți ai angajatorilor; colaborare în cadrul unor acorduri de practică.

3.

- Specificul organizației (denumirea, obiectul de activitate): Maramureș Business Club; ONG – asociație a oamenilor de afaceri
- Persoana de contact (datele de identificare): Borșan Ciprian, Manager, ciprianborsan@gmail.com
- Modul de consultare sau colaborare al universității cu organizația menționată: întâlnire cu reprezentanți ai angajatorilor

4.

- Specificul organizației (denumirea, obiectul de activitate): Iulius Mall Cluj-Napoca, centru comercial
- Persoana de contact (datele de identificare): Cosmin Micu, Director Leasing, cosmin.micu@iuliusmall.com
- Modul de consultare sau colaborare al universității cu organizația menționată: interviu personal; colaborare în cadrul unui protocol încheiat cu facultatea.

5.

- Specificul organizației (denumirea, obiectul de activitate): SC Loopaa Marcom Agency SRL; consultantță în marketing
- Persoana de contact (datele de identificare): Claudiu Pușcaș, Referent marketing,
- Modul de consultare sau colaborare al universității cu organizația menționată: întâlnire cu reprezentanți ai angajatorilor

- Competențele rezultate vor fi trecute în suplimentul la diplomă:

- Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor aplicate în strategiile de marketing
- Utilizarea aplicațiilor informatice în implementarea activităților de marketing

- Culegerea, analiza și interpretarea datelor necesare pentru elaborarea strategiilor de marketing
- Fundamentarea și elaborarea strategiilor de marketing pe domenii specifice
- Utilizarea tehnicilor specifice comunicării de marketing
- Dezvoltarea și promovarea gândirii de marketing în cadrul organizației și a tehnicilor de negociere cu mediul extern

d. Necesarul de absolvenți în calificarea propusă solicitată de piața muncii la nivel regional/național (se va anexa memoriu justificativ privind nivelul de absorbție al forței de muncă pe piață pe termen mediu și lung, realizat împreună cu angajatori, asociații profesionale, comitete sectoriale, sindicate, patronate, specialiști etc.)

- În perspectiva următorilor 5 ani: 2500 la nivel regional
- În perspectiva următorilor 10 ani: 5500 la nivel regional

Universitățile de referință din regiunea Transilvaniei – Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, Universitatea Transilvania din Brașov, Universitatea George Emil Palade din Târgu Mureș, Universitatea din Oradea, Universitatea Lucian Blaga din Sibiu – înregistrează, în fiecare an, un număr important de absolvenți cu calificări similare sau conexe celei analizate în documentul de față, cea mai mare parte dintre acești absolvenți fiind absorbiți de piața forței de muncă din domeniu (de exemplu, cele mai recente rapoarte de inserție a absolvenților Universității Babeș-Bolyai pe piața muncii sunt disponibile la <http://cdu.centre.ubbcluj.ro/sinteze.php>). În perspectivă, estimăm că ansamblul solicitărilor exprimate de piața muncii, aferente marketingului aprofundat, va înregistra în următorii 10 ani o creștere anuală de cel puțin 10%.

2. Domeniul educațional conform ISCED 2013F (se va completa cu denumirea domeniului educațional detaliat având la bază ISCED 2013F):

Domeniul de bază: 04 Afaceri, administrație și drept

Domeniu restrâns: 041 Afaceri și administrație

Domeniu detaliat: 0414 Marketing și publicitate

3. Codul calificării (acest cod va fi completat de către un expert ANC):

.....

4. Nivelul CNC (Cadrul Național al Calificărilor, în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 918/2013 privind aprobarea Cadrului național al calificărilor, cu modificările și completările ulterioare):

7

5. Nivelul CEC (Cadrul European al Calificărilor, în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 918/2013 privind aprobarea Cadrului național al calificărilor, cu modificările și completările ulterioare):

7

6. Descrierea calificării prin:

6.1 Rezultatele învățării, în conformitate cu ghidul publicat pe pagina de internet ANC) definite prin:

- a) Cunoștințe:
- b) Aptitudini:
- c) Responsabilitate și autonomie:

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
Demonstrează cunoștințe privind conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele aplicate în strategiile de marketing	Este capabil să aplice metodele, tehnicile și instrumentele în elaborarea strategiilor de marketing	Este capabil să ia decizii privind evaluarea și alegerea alternativei strategice optime într-un context dat în activitatea de marketing și își asumă responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare
Demonstrează cunoștințe privind utilizarea aplicațiilor informatice în implementarea activităților de marketing	Este capabil să folosească într-o manieră integrată cunoștințele acumulate, în vederea rezolvării unor probleme teoretice și practice noi	Este capabil să ia decizii privind selectarea de criterii și metode pertinente de abordare a fenomenelor specifice care permit formularea unor judecăți de valoare și conduc la decizii corecte și își asumă responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare
Demonstrează cunoștințe privind culegerea, analiza și interpretarea datelor necesare pentru elaborarea strategiilor de marketing	Este capabil să utilizeze integrat informațiile de marketing obținute, pentru proiectarea strategiei de marketing.	Este capabil să aprecieze comparativ criteriile și metodele folosite în analiza datelor ce vor fi incluse în elaborarea strategiei de marketing și își asumă responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare
Demonstrează cunoștințe privind fundamentarea și elaborarea strategiilor de marketing pe domenii specifice	Este capabil să utilizeze integrat cunoștințele de specialitate la rezolvarea unor situații complexe	Este capabil să identifice acel set de criterii și metode de evaluare care să permită formularea unor judecăți de valoare pe diferite domenii și își asumă responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare
Demonstrează cunoștințe privind utilizarea tehnicilor specifice comunicării de marketing	Este capabil să folosească instrumentele specifice comunicării de marketing pentru explicarea și interpretarea unor situații noi.	Este capabil să analizeze și să evalueze pertinent instrumentele de comunicare și să le selecteze pe acelea care permit obținerea unei eficacități sporite și își asumă responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare
Demonstrează cunoștințe privind dezvoltarea și promovarea gândirii de marketing în cadrul organizației și a tehnicilor de negociere cu mediul extern	Este capabil să folosească într-o manieră integrată cunoștințele pentru conectarea optimă a mediului intern al organizației cu cel extern	Este capabil să aprecieze comparativ criteriile și metodele de evaluare a situațiilor pentru formularea unor prezumții pertinente de judecare și anticipare a realității și își asumă responsabilitatea față de nivelurile ierarhice superioare

6.2 Prin ceea ce trebuie să cunoască, să înțeleagă și să fie capabil să facă absolventul:

- Studentul/absolventul poate să realizeze o strategie de marketing.
- Studentul/absolventul poate să elaboreze un proiect de marketing cu ajutorul aplicațiilor informatice specifice.
- Studentul/absolventul poate să efectueze analize privind starea de marketing a unei organizații.
- Studentul/absolventul poate să elaboreze o strategie de marketing pe o direcție nouă, caracteristică unui domeniu de activitate particular sau inițierii unei activități.

- Studentul/absolventul poate să elaboreze un mix de comunicare într-un context dat.
- Studentul/absolventul poate să elaboreze un scenariu de implementare a gândirii de marketing într-un context dat.

7. Organismul de acordare a calificării (se va completa cu denumirea ministerului/ministerelor, instituții de învățământ superior acreditate publice sau private, după caz):

Universitatea Babeș-Bolyai și Ministerul Educației Naționale

8. Puncte de credit sau volum de muncă estimat a fi necesar pentru a obține rezultatele învățării (se va completa numărul de puncte de credit conform recomandărilor europene European Credit Transfer and Accumulation System - ECTS 2015 sau a reglementărilor naționale):

120

9. Organismul extern de asigurare a calității sau de reglementare:

- Dovada acreditării domeniului de studii în instituția solicitantă (necesară pentru etapa de validare)

Programul de studii universitare de masterat "Strategii și Politici de Marketing IFR" este acreditat ARACIS, ultimul raport ARACIS de evaluare periodică a domeniului la UBB fiind emis în 21 martie 2019.

- Se va indica dacă instituția care propune calificarea a fost într-un proces de evaluare de către o agenție recunoscută în domeniul asigurării calității pentru domeniul din care face parte noua calificare:

Universitatea Babeș-Bolyai și-a menținut calificativul "Grad de Încredere Ridicat" acordat de Consiliul Național ARACIS, în urma evaluării externe periodice a calității academice, care s-a desfășurat în anul 2021. Detalii la: <http://qa.ubbcluj.ro/>

10. Diplomă / certificat și suplimentul la diplomă / certificat (se va anexa un model al suplimentului de diplomă în format electronic – pdf scanat, completat cu toate informațiile conform reglementărilor în vigoare sau Europass, după caz)

A se vedea Anexa Suplimentul la Diplomă

11. Data expirării (se va completa data corelată cu perioada de valabilitate a acreditării programului/programelor de studii sau standardelor de calificare/pentru educație și formare profesională)

21 martie 2024

12. Informații privind furnizorul

- a) Numele juridic complet: **Universitatea Babeș-Bolyai**
- b) Adresă paginii oficiale de internet: www.ubbcluj.ro

13. Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii

Ocupația	Cod COR/ISCO-o8
consultant specialist în marketing	2431.10 (ESCO)
analist studii de piață	2431.11 (ESCO)

Notă:

Ocupațiile completate pentru fiecare calificare în parte trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- Să nu aparțină grupei majore 1, având în vedere că aceasta cuprinde ocupații asociate unor funcții de conducere care pot fi ocupate în cadrul unei instituții/firme prin concurs sau numire;
- Să aparțină grupei majore 2 din COR (să nu aparțină unei grupe majore care cuprinde ocupații pentru care sunt necesare studii de nivel preuniversitar având în vedere că pregătirea este asigurată la un nivel superior de studii);
- Ocupațiile aferente unei calificări trebuie să facă parte din aceeași grupă de bază, specifică domeniului de studii, cu excepția programelor multidisciplinare care vor conduce la ocupații din aceeași grupă minoră din COR;
- Să fie deja înregistrate în Clasificarea Ocupațiilor din România (COR) disponibilă pe site-ul Ministerului Muncii și Justiției Sociale și să aibă coduri COR corecte alcătuite din 6 cifre.

În cazul în care sistemul de clasificare ales a fost ISCO-o8, condițiile menționate anterior se transpun astfel încât acestea să corespundă celor prezentate mai sus; în acest caz se vor corela competențele specifice cu cele din portalul ESCO.

14. Denumirea instituției solicitante: Universitatea Babeș-Bolyai

Reprezentat prin:

RECTOR

Prof. univ. dr. Daniel O. David