

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2024/2025**  
**Anul de studiu III/ Semestrul II**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificari COR/grupă de bază ESCO	Marketing/ 243103 Specialist în marketing, 243101 Art director publicitate, 243104 Manager de produs/ Cod ESCO: 2431 - Specialiști în publicitate și marketing

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	Metodologia elaborării lucrării de licență			2.2. Cod disciplină	MK 322		
2.3. Titularul activității	Responsabil de specializare						
2.4. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	C	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

**3. Timpul total estimat**

3.1. Numar ore pe saptamână	4	din care: 3.2. elaborarea lucrării de licență	4
3.3. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.4. elaborarea lucrării de licență	56
Distribuția fondului de timp			ore
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			80
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			112
c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri			-
d. Tutoriat			-
e. Examinări			2
f. Alte activități universitare (vizite de studiu, consultații proiecte)			-

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c)	192
3.8 Total ore activități universitare (d+e+f+3.4)	58
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	250
3.10 Numărul de credite	10

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	-

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe/rezultate ale învățării	C1 Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing C2 Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing C3 Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său C4 Fundamentarea și elaborarea <i>mix-ului de marketing</i> C5 Utilizarea tehnicilor de vânzare C6 Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației
Competențe transversale	

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina are ca scop pregătirea lucrării de licență pentru a fi susținută în cadrul examenului de licență, ca examen sumativ final al studiilor de licență.
7.2 Obiectivele specifice	Formarea deprinderilor privind utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing Formarea deprinderilor privind utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său Capacitatea de a elaborarea <i>mix-ului de marketing</i>

## 8. Conținuturi

Promovarea examenului de licență conduce la obținerea **diplomei de studii universitare de licență**, însoțită de *suplimentul la diplomă*, întocmit conform reglementărilor în vigoare. Studenții vor formula Cereri privitoare la tema lucrării de licență, în primul semestru al anului III de studiu. Elaborarea lucrării de licență se va face sub îndrumarea unui cadru didactic titular de curs/seminar, care activează la programul de licență – conducător de licență. Studenții vor putea alege tema lucrării de licență dintr-o listă de teme aferente fiecărei discipline studiate în cadrul programului de licență.

Tema licenței se stabilește de către conducătorul de licență împreună cu studentul și va fi corelată cu programul de pregătire universitară de licență și cu domeniul de competență al conducătorului de licență. Tema licenței se aprobă de conducerea Facultății de Științe Economice în care se desfășoară studiile universitare de licență.

Licența trebuie să demonstreze cunoașterea științifică avansată a temei abordate, să conțină elemente de originalitate în dezvoltarea sau soluționarea temei, precum și modalități de validare științifică a acestora. Lucrarea de licență se susține în ședință publică în fața comisiei de licență. Prezentarea licenței trebuie să evidențieze contribuțiile studentului în realizarea ei și elementele de originalitate

## 9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

*Conținuturile disciplinei sunt adaptate necesităților actuale ale angajatorilor, contribuind la completarea și adâncirea de către studenții programului de studii Marketing, familiarizarea cu modul de utilizare și aplicare a conceptelor de marketing*

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Practică	- <i>Competența și coerența în susținerea lucrării de licență</i> - <i>Corectitudinea și completitudinea răspunsurilor la întrebări comisiei de licență</i>	Prezentarea și susținerea lucrării de licență. Rezultatele evaluării licenței se exprimă prin note de la 1 la 10, ca medie aritmetică a notelor acordate de fiecare membru al Comisiei de licență.	50%
		Evaluarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate	50%
10.5 Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5 la fiecare din cele două probe și a mediei 6 a notelor celor 2 probe			

Data completării  
12.09.2024

Semnătura responsabilului de specializare

Data avizării în departament  
16.09.2024

Semnătura director de departament  
Conf.univ.dr. Maican Silvia Ștefania