

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

anul universitar 2026-2027

Domeniul de doctorat: **MARKETING**

Forma de doctorat: cu frecvență/cu frecvență redusă

Durata: 4 ani

OBIECTIVELE PREGĂTIRII PRIN STUDII DOCTORALE

Obiectivul general al studiilor doctorale este de a forma specialiști la nivelul superior al studiilor universitare, competenți în realizarea cercetării științifice pentru cercetare-dezvoltare și inovare și capabili de inserție pe piața muncii înalt calificate.

Obiectivele specifice fiecărui domeniu de doctorat includ dezvoltarea competențelor profesionale (de conținut, cognitive și de cercetare) și competențe transversale.

În vederea obținerii titlului de doctor, studentului-doctorand i se asigură parcurgerea unor discipline de studii universitare avansate și o pregătire profesional-științifică la nivel superior, sub îndrumarea conducătorului de doctorat și a comisiei de îndrumare și integritate academică. Această pregătire vizează realizarea unei cercetări doctorale inovatoare, creative și reprezentative pentru domeniul în care se încadrează și elaborarea unei teze de doctorat originale, care respectă normele eticii academice.

COMPETENȚE ȘI REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII

(EQF Nivel 8/ESCO – Nivel Doctorat)

Ocupații vizate (conform ESCO/COR):

Asistent de cercetare în învățământul superior

Manager marketing

Consultant specialist în marketing/consultantă specialistă în marketing

COMPETENȚE PROFESIONALE ȘI REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII

La finalizarea disciplinelor cuprinse în Planul de Pregătire Universitară Avansată (PPUA) – domeniul de doctorat Marketing, doctorandul va dobândi următoarele rezultate ale învățării:

CP 1. Competență de cercetare științifică avansată

Rezultatele învățării

1.1. Cunoștințe

R.Î.1.1.1. Doctorandul va demonstra cunoștințe avansate, sistematice și critice privind: fundamentele epistemologice ale cercetării științifice în marketing și integrarea acestora în literatura academică internațională.

1.2. Abilități

R.Î. 1.2.1. Doctorandul va fi capabil să formuleze și să fundamenteze riguros întrebări și ipoteze de cercetare relevante pentru domeniul marketing.

R.Î. 1.2.2. Doctorandul va fi capabil să selecteze și să aplice metode statistice, econometrice și de analiză adecvate scopului cercetării.

1.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 1.3.1. Doctorandul va demonstra capacitatea de a desfășura activități de cercetare cu autonomie ridicată, asumând responsabilitatea pentru deciziile metodologice și analitice adoptate.

CP 2. Competență de analiză critică și sinteză a cunoștințelor

Rezultatele învățării

2.1. Cunoștințe

R.Î. 2.1.1. Doctorandul va demonstra cunoștințe avansate, sistematice și critice privind metode statistice, modele econometrice și analitice utilizate în cercetarea avansată de marketing, inclusiv rolul inferenței statistice și al validării empirice.

2.2 Abilități

R.Î. 2.2.1. Doctorandul va fi capabil să analizeze critic procesul de creare a valorii în marketing utilizând instrumente avansate.

2.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 2.3.1. Doctorandul va demonstra capacitatea de a integra cunoștințele și aptitudinile dobândite în dezvoltarea propriului proiect de cercetare doctorală.

CP 3. Competență de integrare a tehnologiei digitale în cercetare și educație

Rezultatele învățării

3.1. Cunoștințe

R.Î. 3.1.1. Doctorandul va demonstra cunoștințe avansate, sistematice și critice privind instrumente avansate de analiză de marketing.

R.Î. 3.1.2. Doctorandul va demonstra cunoștințe avansate, sistematice și critice privind metodologia cercetării empirice în marketing, de la formularea întrebărilor de cercetare și a ipotezelor până la interpretarea rezultatelor.

3.2. Abilități

R.Î. 3.2.1. Doctorandul va fi capabil să integreze informații specifice piețelor în cadrul unor analize coerente.

3.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 3.3.1. Doctorandul va demonstra capacitatea de a integra cunoștințele și aptitudinile dobândite în dezvoltarea propriului proiect de cercetare doctorală.

R.Î. 3.3.2. Doctorandul va demonstra capacitatea de a evalua critic literatura de specialitate și propriile rezultate de cercetare.

CP 4. Competență de comunicare științifică

Rezultatele învățării

4.1. Cunoștințe

R.Î. 4.1.1 Doctorandul va demonstra cunoștințe avansate, sistematice și critice privind standardele academice privind etica cercetării, integritatea științifică și utilizarea responsabilă a datelor.

4.2. Abilități

R.Î. 4.2.1. Doctorandul va fi capabil să evalueze robustețea, validitatea și limitele rezultatelor obținute.

4.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 4.3.1. Doctorandul va demonstra capacitatea de a respecta și promova standarde ridicate de etică academică și integritate științifică.

R.Î. 4.3.2. Doctorandul va demonstra capacitatea de a contribui la dezvoltarea cunoașterii în domeniul marketing prin cercetare originală.

CP 5. Competență de colaborare interdisciplinară și management al cercetării

Rezultatele învățării

5.1. Cunoștințe

R.Î. 5.1.1. Doctorandul va demonstra cunoștințe avansate, sistematice și critice privind normele și convențiile de comunicare științifică în limba engleză, specifice mediului academic internațional.

5.2. Abilități

R.Î. 5.2.1. Doctorandul va fi capabil să redacteze articole, rapoarte și lucrări științifice conform standardelor academice internaționale.

R.Î. 5.2.2. Doctorandul va fi capabil să comunice și să disemineze rezultatele cercetării în mod clar și coerent, inclusiv în limba engleză.

R.Î. 5.2.3. Doctorandul va fi capabil să prezinte și să susțină argumentat concluziile cercetării în contexte academice.

5.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 5.3.1. Doctorandul va demonstra capacitatea de a susține și apăra public demersul științific și rezultatele cercetării proprii.

R.Î. 5.3.2. Doctorandul va demonstra capacitatea de a colabora cu alți cercetători și integra feedback-ul comunității academice în procesul de cercetare.

COMPETENȚE TRANSVERSALE ȘI REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII

CT 1. Competență de autoevaluare și învățare continuă

Rezultatele învățării

1.1. Cunoștințe

R.Î. 1.1.1. Doctorandul cunoaște conceptele legate de învățarea pe tot parcursul vieții, dezvoltarea profesională și autorefecția critică în domeniul marketingului.

R.Î. 1.1.2. Doctorandul este informat despre resursele educaționale disponibile (conferințe, cursuri, platforme online) și despre modalitățile de valorificare a acestora din domeniul marketingului.

1.2. Abilități

R.Î. 1.2.1. Doctorandul evaluează periodic propriile competențe și identifică nevoile de formare și dezvoltare profesională din domeniul marketingului.

R.Î. 1.2.2. Doctorandul selectează și utilizează în mod eficient surse de informare și formare continuă pentru a-și menține un nivel înalt de expertiză în activitatea științifică.

1.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 1.3.1. Doctorandul își asumă responsabilitatea pentru propria formare continuă și menținerea excelenței în in domeniul marketingului.

R.Î. 1.3.2. Doctorandul manifestează autonomie în gestionarea parcursului propriu de învățare și dezvoltare din domeniul marketingului.

CT 2. Competență de comunicare interpersonală și muncă în echipă

Rezultatele învățării

2.1. Cunoștințe

R.Î. 2.1.1. Doctorandul înțelege principiile comunicării eficiente și rolul acestora în relațiile profesionale și academice.

R.Î. 2.1.2. Doctorandul cunoaște dinamica colaborării în echipă și modul în care acestea influențează performanța colectivă din domeniul marketingului.

2.2. Abilități

R.Î. 2.2.1. Doctorandul comunică clar și coerent în contexte diverse, adaptându-se la interlocutori din medii interdisciplinare din domeniul marketingului.

R.Î. 2.2.2. Doctorandul lucrează eficient în echipe multidisciplinare, valorificând competențele complementare ale membrilor grupului din domeniul marketingului.

2.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 2.3.1. Doctorandul își asumă roluri și responsabilități în cadrul echipelor de cercetare sau proiecte educaționale din domeniul marketingului.

R.Î. 2.3.2. Doctorandul are inițiativă în construirea de parteneriate și rețele profesionale durabile din domeniul marketingului.

CT 3. Competență de adaptare la contexte profesionale complexe

Rezultatele învățării

3.1. Cunoștințe

R.Î. 3.1.1. Doctorandul cunoaște caracteristicile mediilor educaționale și instituționale în schimbare, precum și provocările emergente din domeniul marketingului.

R.Î. 3.1.2. Doctorandul înțelege conceptele de reziliență profesională, adaptabilitate și managementul schimbării în cercetarea din domeniul marketingului.

3.2. Abilități

R.Î. 3.2.1. Doctorandul se adaptează rapid la cerințe profesionale noi, folosind resurse personale și externe pentru a gestiona eficient schimbarea din domeniul marketingului.

R.Î. 3.2.2. Doctorandul propune soluții inovatoare în contexte dinamice, utilizând analiza contextuală și gândirea strategică din domeniul marketingului.

3.3. Responsabilitate și autonomie

R.Î. 3.3.1. Doctorandul își asumă responsabilitatea pentru luarea deciziilor în contexte instabile sau incerte din domeniul marketingului.

R.Î. 3.3.2. Doctorandul demonstrează autonomie în reacția la schimbare și contribuie la transformarea instituțională din domeniul marketingului.

PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE DOCTORAT

Programul de studii doctorale are următoarea structură:

- Programul de Pregătire Universitară Avansată (PPUA): 1 an (2 semestre):
 - Semestrul I: activități didactice și studiu individual (14 săptămâni);
 - Semestrul al II-lea: studiu individual; pregătirea și susținerea examenelor de specialitate (14 săptămâni);

Sesiuni de examene:

- Sesiunea de iarna (discipline sem I) - 2 săptămâni: februarie
 - Sesiune deschisă sem II. (examene de specialitate): martie-iulie
 - Sesiune de restanțe - 3 săptămâni: septembrie
- Programul de cercetare științifică (PCS/PCA): 3 ani
 - Studiu individual; pregătirea și susținerea rapoartelor de cercetare;
 - Finalizarea și susținerea publică a tezei de doctorat.

Pentru îndeplinirea obligațiilor aferente semestrul I și semestrului al II-lea, studenților-doctoranzi li se acordă 60 de credite (câte 30 de credite pe semestru). Numărul total de credite pentru programul doctoral este de 240.

Durata programului de studii de doctorat este de 4 ani, cu posibilitatea de prelungire cu 1-2 ani conform legii.

După PPUA, semestrul I, se respectă toate etapele prevăzute în legislația în vigoare.

CONȚINUTUL ACTIVITĂȚILOR DIDACTICE (PPUA, semestrul I)

Activitățile didactice desfășurate în semestrul I al PPUA cuprind discipline generale și discipline de specialitate.

BILANȚ GENERAL

Tip disciplină	Nr. ore	Pondere (ore)	Nr. credite	Pondere (credite)
Discipline generale (DG)	6,5	52%	15	50%
Discipline de specialitate (DS)	6	48%	15	50%
TOTAL	12,5	100%	30	100%

Planul de învăţământ al ŞCOLII DOCTORALE
 Domeniul de doctorat: **Marketing**
 valabil pentru anul universitar 2026 – 2027, anul I, semestrul I

Nr. crt.	DISCIPLINA	COD	ACTIVITATE			Evaluare	ECTS
			C	S	L		
1.	Ethics and Academic Integrity	DG1	1,5	1		E1	5
2.	English Language in Science	DG2	1	1		C1	5
3.	Dissemination of Research Results	DG3	1	1		C1	5
4.	Scientific Research Methodology	DS1	1	1		E1	5
5.	Statistics in Research	DS2	1	1		E1	5
6.	Advanced Marketing	DS3	1	1		E1	5
			Total ore				Total credite
			6,5	6	-		
			12.5				30

La aceste ore didactice se adaugă studiul individual pentru completarea orelor de pregătire şi obţinerea numărului total de 30 credite.

Rector,
 Prof. dr. ing. Ioan Vasile ABRUDAN

Prorector Activitate Didactică,
 Prof. dr. Mihaela GHEORGHE

Prorector Cercetare Stiintifica şi Informatizare,
 Prof. dr. Carmen BUZEA

Director SDI,
 Prof. dr. Mona Brigitte ARHIRE