

Prezentare program de studiu - master Marketing și promovarea vânzărilor

Programul de master *Marketing și promovarea vânzărilor* abordează probleme de detaliu conexe specializării de licență *Marketing*, fiind o prelungire la un nivel superior de calificare a programului de studiu de licență. Misiunea programului de master este instruirea masteranzilor în domeniul Marketingului și vânzărilor și dezvoltarea cercetării științifice economice, centrată pe marketing și vânzări.

Prin programul de master cursanții au posibilitatea de a se perfecționa în specializările din domeniul menționat anterior. În condițiile dezvoltării sectorului privat în țara noastră, programul de master își propune formarea și dezvoltarea de abilități specifice masteranzilor în utilizarea instrumentarului teoretic și practic al Marketingului și vânzărilor.

Obiective

- transmiterea către masteranzi a cunoștințelor de specialitate, specifice domeniilor abordate, fundarea și completarea cunoștințelor dobândite anterior, necesare obținerii unui grad ridicat de calificare;
- formarea de deprinderi și abilități, care să permită absolvenților aplicarea cunoștințelor și realizarea de activități profesionale în domeniul marketingului și vânzărilor;
- formarea la nivel individual, de competențe generale (de cunoaștere, funcțional-acționale) și de specialitate conform programului de masterat, dobândirea cunoștințelor de specialitate într-un sistem operațional să asigure masteranzilor competența profesională;
- formarea masteranzilor pentru lucrul în echipă.

Competențe generale:

- cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și metodelor fundamentale de investigare și prospectare specifice economiei;**
- explicarea și interpretarea ideilor, proceselor, fenomenelor, stărilor și tendințelor specifice activității la nivel micro și macroeconomic în contexte specifice societății bazate pe cunoaștere;
- culegerea, analiza și interpretarea de date și informații cantitative și calitative referitoare la o problemă definită;
- analiza de stări și situații și asumarea de responsabilități pentru a rezolva probleme, a comunica și a demonstra rezultatele propriei activități;
- capacitatea de a lucra independent sau în echipă pentru rezolvarea de probleme în contexte profesionale definite;
- utilizarea tehnologiei informatice moderne pentru tehnoredactarea de lucrări, procesarea de informații și accesarea de baze de date specifice activității din diferitele structuri organizaționale;
- comunicarea verbală și scrisă în scop profesional în cel puțin o limbă de circulație internațională.

Competențe de specialitate:

- capacitatea de a organiza evenimente și alte activități promoționale din categoria relațiilor publice
- proiectarea fazelor și etapelor unei cercetări de marketing cantitative și calitative
- design web
- organizarea de campanii publicitare on-line

- realizarea unui media plan
- organizarea manifestărilor promoționale (târguri și expoziții)
- moderarea Focus Grupurilor și a interviurilor în profunzime
- management de brand

Funcții după absolvire

Posibilitatea de a desfășura activități conforme cu specializarea Marketing și promovarea vânzărilor, respectiv în departamentele de Marketing, Vânzări, Relații Publice sau Agenții de publicitate.