



**FIȘA DISCIPLINEI  
MARKETING**

Anul universitar 2025 - 2026

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA HYPERION BUCUREȘTI
1.2. Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3. Departamentul	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.4. Domeniul de studii	MANAGEMENT
1.5. Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii/Calificarea	MANAGEMENT
1.7. Forma de învățământ	IF

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Marketing</b>	Codul disciplinei	<b>STC.I.02.09</b>				
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Mihaela Marcu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect.univ.dr. Mihaela Marcu						
2.4. Anul de studiu	<b>I</b>	2.5. Semestrul	<b>2</b>	2.6. Tipul de evaluare	<b>E</b>	2.7. Regimul disciplinei	<b>Obligatorie DF</b>

**3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)**

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar / laborator / proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar / laborator	14
<b>Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b>					<b>ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					29
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					23
Pregătire seminarii/laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					22
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități: vizită tematică.					-
<b>3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)</b>					<b>78</b>
<b>3.8. Total ore pe semestru (număr de credite * 25 ore)</b>					<b>120</b>
<b>3.9. Numărul de credite</b>					<b>4</b>

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

4.1. de curriculum	Nu este cazul.
4.2. de competențe	Nu este cazul.

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





5.1. de desfășurare a cursului	- videoproiector și PC/laptop, ecran, sală dotată cu tablă și instrumente de scris (cretă, marker).
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală dotată cu tablă și instrumente de scris (cretă, marker).

### 6.1. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	a) Competențe-cheie CC1 competențe multilingvistice; CC2 competențe în domeniul științei, tehnologiei, ingineriei și matematicii; CC3 competențe digitale; CC4 competențe personale, sociale și de a învăța să înveți; CC5 competențe antreprenoriale;
<b>Competențe esențiale</b>	b) Competențe profesionale: CP1 Elaborează politici economice CP2 Include criteriile economice în procesul decizional CP3 Monitorizează politica companiei CP4 Asigura managementul de proiect CP5 Furnizează rapoarte de analiza cost-beneficiu CP6 Oferă consiliere în ceea ce privește dezvoltarea economică
<b>Competențe transversale</b>	CT1 Găndește analitic CT2 Îi conduce pe alții CT3 Deleagă responsabilități CT4 Demonstrează spirit antreprenorial

### 6.2. Rezultatele învățării

<b>Cunoștințe</b>	<p>C01 Studentul/Absolventul identifică obiectul de studiu al științei managementului, pe baza unor cunoștințe avansate legate de procesele de management, funcțiile manageriale, funcțiunile firmei precum și a instrumentarului managerial utilizat în cadrul organizațiilor, în vederea adoptării deciziilor optime la orice nivel.</p> <p>C02 Absolventul acumulează cunoștințe referitoare la componentele, tipologia și rolul strategiilor și politicilor manageriale precum și la fundamentarea, elaborarea și implementarea acestora în cadrul organizațiilor în ansamblul lor sau pe subdiviziuni.</p> <p>C03 Absolventul acumulează cunoștințe avansate referitoare la sistemului de management al organizației și la elementele constitutive ale acestuia (subsistemele decizional, informațional, organizatoric, metodologic și de resurse umane).</p> <p>C04 Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe avansate în privința teoriilor, conceptelor și instrumentarului necesar inițierii, planificării, implementării, exploatarei și monitorizării proiectelor, pe baza utilizării managementului timpului, a costului, a calității și a resurselor în cadrul proiectelor.</p> <p>C05 Studentul/Absolventul are cunoștințele și înțelegerea critică necesare privind formarea și dezvoltarea echipelor de proiect, precum și cele privind specificul proceselor de comunicare în cadrul proiectelor.</p> <p>C06 Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe antreprenoriale, pe baza identificării și aplicării principiilor de performanță în domeniul investițional, prin prisma documentațiilor specifice (studii de fezabilitate și planuri de afaceri).</p>
-------------------	--





<p>C07 Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe necesare investigării mediului endogen și exogen organizației, în vederea fundamentării deciziei de investiție și a inițierii, implementării, supervizării și evaluării proceselor investiționale.</p> <p>C09 Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe de fundamentare a elementelor de cost al producției.</p> <p>C12 Absolventul identifică și analizează elementele care definesc activitățile de aprovizionare și vânzare, pe baza utilizării diagnosticării și a analizei SWOT, în vederea previziunii cererii, a gestiunii stocurilor și a proiectării rețelelor de distribuție.</p> <p>C13 Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe relevante pentru profesionalizarea activităților din domeniul resurselor umane, pe baza analizei conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de bază în acest domeniu, în vederea derulării în condiții optime a procesului de recrutare, selecție și motivare a resursei umane într-o organizație.</p> <p>C14 Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe avansate privind analiza și planificarea necesarului de resurse umane, precum și privind particularitățile acestora în cadrul organizațiilor</p> <p>C15 Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.</p> <p>C17 Studentul/Absolventul identifică, diferențiază și utilizează pertinent conceptele și metodele necesare în procesul decizional din cadrul organizațiilor.</p> <p>C18 Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea principiului partidei duble pentru înregistrarea tranzacțiilor și evenimentelor unei entități raportoare</p> <p>C20 Studentul/Absolventul identifică funcționalitățile avansate ale aplicațiilor de birou și modul în care acestea sunt utilizate în domeniul economic (calcul tabelar complex prin funcții, validarea, interogarea, sintetizarea datelor și reprezentarea grafică a acestora).</p> <p>C21 Studentul/Absolventul identifică principiile fundamentale ale securității informațiilor, inclusiv confidențialitatea, integritatea și disponibilitatea datelor din domeniul economic.</p> <p>C22 Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context</p> <p>C25 Studentul/Absolventul identifică rolul statisticii în analiza fenomenelor economice și sociale, aplică tehnici cantitative pentru decizii optime în sistemele economice și sociale, aplică metode statistice în analiza fenomenelor economice și sociale.</p> <p>C26 Studentul/Absolventul dezvoltă practici privind aplicarea tehnicilor și instrumentelor economice pentru realizarea analizelor și predicțiilor economico-financiare, și privind aplicarea metodelor cantitative pentru analiza datelor prin testarea și interpretarea modelelor econometrice.</p> <p>C27 Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind conceptele financiare fundamentale.</p> <p>C28 Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe despre sectorul financiar bancar.</p> <p>C29 Studentul/Absolventul operează cu concepte, indicatori, modele, instrumente și metode matematice în vederea analizei și optimizării proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației.</p> <p>C30 Studentul/Absolventul identifică și recunoaște relevanța teoriilor, conceptelor și instrumentelor analitice necesare înțelegerii și explicării relațiilor economice internaționale.</p> <p>C31 Studentul/Absolventul utilizează constructe teoretice privind: conceptul de dezvoltare durabilă și dimensiunile acestuia; obiectivele de dezvoltare durabilă ale Agendei 2030; modalitățile de aplicare a obiectivelor de dezvoltare durabilă la nivel local, național și global, precum și la relațiile de interdependență dintre acestea; principalii indicatori utilizați pentru măsurarea dezvoltării durabile.</p> <p>C32 Studentul/Absolventul utilizează noțiuni juridice de bază pentru organizarea și derularea</p>
--





	<p>afacerii.</p> <p>C34 Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale.</p>
<b>Aptitudini</b>	<p>A01 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini privind elaborarea și implementarea strategiilor și politicilor organizaționale, privind proiectarea, reproiectarea și perfecționarea sistemului de management al organizației și a subcomponentelor acestuia.</p> <p>A02 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini pentru utilizarea corespunzătoare a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură informațională, decizională și organizatorică în cadrul organizațiilor.</p> <p>A03 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini privind utilizarea sistemelor, metodelor și tehnicilor de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din cadrul organizațiilor.</p> <p>A04 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini avansate de programare a execuției proiectelor utilizând metode clasice și moderne, bazate pe utilizarea rațională a resurselor în cadrul proiectelor, pe dimensionarea optimă a costului și a bugetelor acestora, ținând cont de identificarea și analiza riscurilor.</p> <p>A05 Studentul/Absolventul dezvoltă abilități avansate de comunicare și raportare în cadrul proiectelor și de formare a echipelor de proiect.</p> <p>A06 Studentul/Absolventul dezvoltă abilități antreprenoriale (gândire creativă, inovare, adoptare de decizii, educație financiară, negocieri) pentru derularea proceselor investiționale.</p> <p>A07 Studentul/Absolventul dezvoltă abilități de analiză și evaluare a activității organizației (în ansamblu sau pe subdiviziuni) pe baza utilizării de indicatori generali sau specifici, grafice și probleme de optimizare, în vederea derulării în condiții optime a proceselor investiționale.</p> <p>A08 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini și abilități avansate de programare și organizare a producției, precum și de proiectare a liniilor de producție.</p> <p>A09 Studentul/Absolventul dezvoltă abilități organizatorice și de comunicare în cadrul echipelor, legate de planificarea producției și fundamentarea capacității optime, pe baza alocării optime a resurselor pentru atingerea obiectivelor propuse.</p> <p>A10 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini și abilități tehnice și analitice legate de înțelegerea sistemelor de producție și de optimizarea proceselor în acest domeniu, de analiză a datelor și de adoptare a deciziilor optime de fabricație, în vederea implementării strategiilor de producție și a celor operaționale.</p> <p>A11 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini privind previziunea cererii de produse și/sau servicii precum și gestiunea stocurilor.</p> <p>A12 Absolventul dezvoltă abilități avansate pentru proiectarea rețelelor de aprovizionare și de distribuție în cadrul unei organizații, pe baza planificării necesarului de resurse materiale și a previziunii vânzărilor.</p> <p>A15 Studentul/Absolventul analizează și interpretează fenomenele, situațiile și procesele organizaționale din perspectiva funcțiilor manageriale.</p> <p>A16 Studentul/Absolventul aplică sistemele, metodele și tehnicile de management pentru soluționarea problemelor complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.</p> <p>A17 Studentul/Absolventul fundamentează științific deciziile manageriale.</p> <p>A22 Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.</p> <p>A23 Studentul/Absolventul analizează cauzele problemelor economice și implementarea soluțiilor adecvate.</p> <p>A24 Studentul/Absolventul aplică și interpretează datele economice: utilizarea instrumentelor statistice și econometrice pentru a interpreta datele.</p>





	<p>A25 Studentul/Absolventul recunoaște și aplică principalele metode statistice pentru analiza fenomenelor economice și sociale, aplică metode statistice în măsurarea și analiza proceselor economico-sociale la nivel macroeconomic, analizează conceptele, modelele și metodele de previziune a fenomenelor socio-economice, recunoaște conceptele, principiile, metodele și tehnicile de organizare a unei observări statistice parțiale, indică modul de asigurare al instrumentelor necesare analizei cantitative și calitative a fenomenelor economice.</p> <p>A26 Studentul/Absolventul utilizează eficient pachetele software pentru analiza datelor prin metode statistice și econometrice, aplicând concepte, teorii, principii și instrumente de investigare a fenomenelor și proceselor economice și sociale.</p> <p>A29 Studentul/Absolventul modelează un proces economic și a factorilor determinanți ai acestuia utilizând funcții de mai multe variabile.</p> <p>A30 Studentul/Absolventul analizează și interpretează relațiile economice internaționale, prin prisma componentelor, actorilor implicați și proceselor specifice precum și de a aplica teoriile din domeniul relațiilor economice internaționale în analiza diferitelor sisteme economice, a fluxurilor și politicilor comerciale și financiare internaționale, inclusiv a cooperării internaționale.</p> <p>A31 Studentul/Absolventul analizează și evaluează impactul activităților economice, sociale și ecologice asupra durabilității; identifică tehnologiile prietenoase cu mediul și utilizare a indicatorilor de dezvoltare durabilă; utilizează instrumente și platforme pentru colectarea și analizarea datelor în vederea măsurării dezvoltării durabile.</p> <p>A34 Studentul/Absolventul lucrează eficient în echipe diverse și promovează un mediu de colaborare.</p> <p>A35 Studentul/Absolventul adoptă decizii informate și raționale, ținând cont de factorii cognitivi și emoționali; contribuie la dezvoltarea și implementarea politicilor economice și de afaceri.</p>
<b>Responsabilități și autonomie</b>	<p>RA01 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de aplicare a funcțiilor managementului atât la nivelul funcțiilor organizației cât și în ansamblul acesteia și asumarea responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor, în vederea inițierii, implementării și monitorizării strategiilor și politicilor organizaționale.</p> <p>RA02 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de analiză și sinteză manifestată prin interpretarea și integrarea cunoștințelor acumulate în domeniul managerial, în vederea adoptării deciziilor optime în cadrul organizației.</p> <p>RA03 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a realiza lucrări de analiză și diagnoză referitoare la funcționarea organizației în ansamblu sau pe subdiviziuni.</p> <p>RA04 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a iniția, implementa și monitoriza proiecte, în contextul alocării optime a resurselor, pe baza utilizării instrumentarului specific domeniului (grafice rețea, antecalculații de cost, rapoarte de progres, software specializate).</p> <p>RA05 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a iniția, derula și monitoriza procese investiționale complexe, pe baza utilizării unei metodologii specifice studiilor de fezabilitate și a planurilor de afaceri, folosind instrumente adecvate (deviz investițional, grafice Gantt, analiza cost-beneficiu).</p> <p>RA06 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a iniția și coordona procese de fabricație, de a proiecta linia de producție, pe baza alocării optime a resurselor, a determinării capacității optime și a fundamentării costurilor specifice.</p> <p>RA07 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a fundamenta și planifica necesarul de resurse într-o organizație, de a previziona cererea de produse și servicii precum și de a proiecta rețelele de distribuție a produselor / serviciilor.</p> <p>RA08 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a realiza analize și studii în domeniul</p>





	<p>resurselor umane (inclusiv analiza posturilor și a fișelor de post), de a planifica necesarul de angajați într-o organizație, pe baza exercitării poziției de manager de resurse umane.</p> <p>RA09 Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor.</p> <p>RA10 Studentul/Absolventul acționează coerent în procesul de adoptare a deciziilor manageriale fundamentate științifică.</p> <p>RA11 Studentul/Absolventul utilizează coerent și autonom conceptele în vederea elaborării lucrărilor de analiză și diagnoză, privind funcționarea organizației.</p> <p>RA12 Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor/lucrărilor privind funcționarea sistemului managerial și a subsistemelor sale.</p> <p>RA15 Studentul/Absolventul asigură acuratețea și claritatea informațiilor din documentele gestionate cu aplicații de birou.</p> <p>RA16 Studentul/Absolventul operează cu respectarea măsurilor preventive pentru protejarea datelor.</p> <p>RA17 Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.</p> <p>RA22 Studentul/Absolventul identifică și colectează datele financiare relevante pentru realizarea de studii, analize, rapoarte etc.</p> <p>RA23 Studentul/Absolventul acționează coerent în ceea ce privește elaborarea studiilor, analizelor, rapoartelor folosindu-se de instrumentele de analiză financiară.</p> <p>RA24 Studentul/Absolventul utilizează autonom metodele de analiză cantitativă și tehnici avansate de calcul pentru evaluarea rezultatului și a impactului factorilor determinanți în problemele complexe de natură economico-managerială din practica organizațiilor.</p> <p>RA25 Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.</p> <p>RA26 Studentul/Absolventul înțelege impactul propriilor acțiuni asupra mediului, a concepe și gestiona proiecte de durabilitate; dezvoltă soluții noi pentru a aborda provocările durabilității și a îmbunătăți rapoartele de durabilitate ale organizațiilor; realizează analize ale politicilor de dezvoltare durabilă.</p> <p>RA29 Studentul/Absolventul utilizează coerent conceptele în vederea adoptării unor decizii informate și raționale pentru a asigura cele mai bune rezultate posibile în situații complexe și imprevizibile.</p> <p>RA30 Studentul/Absolventul utilizează coerent conceptele în vederea monitorizării și evaluării impactului politicilor implementate.</p>
--	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Formarea unor specialiști capabili să-și asume un rol activ în activitatea de marketing a organizațiilor, prin rezolvarea unor probleme specifice ale acestora în relația cu piața.
7.2 Obiectivele specifice	- Furnizarea cunoștințelor referitoare la rolul și importanța marketingului în cadrul organizațiilor. - Formarea de competențe privind aplicarea principiilor, metodelor și tehnicilor de marketing într-o varietate de contexte și situații specifice, în scopul rezolvării problemelor din cadrul organizațiilor.





<b>8.1. Curs</b>	Metode de predare	Observații
1. Definierea marketingului. Principii și caracteristici. (4 ore)	Curs interactiv cu expunere verbală a informațiilor utilizând ca suport slide-uri Power Point	
2. Mediul de marketing (4 ore)	Curs interactiv cu expunere verbală a informațiilor utilizând ca suport slide-uri Power Point	
3. Segmentarea pieței (4 ore)	Curs interactiv cu expunere verbală a informațiilor utilizând ca suport slide-uri Power Point	
4. Strategii de piață (4 ore)	Curs interactiv cu expunere verbală a informațiilor utilizând ca suport slide-uri Power Point	
5. Mixul de marketing (8 ore)	Curs interactiv cu expunere verbală a informațiilor utilizând ca suport slide-uri Power Point	
6. Planificarea de marketing (4 ore)	Curs interactiv cu expunere verbală a informațiilor utilizând ca suport slide-uri Power Point	
<b>Bibliografie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bălțeanu, C., Marcu, M., Vuță D. R., Marketingul serviciilor, Editura Presa Universitară clujeană, 2015.</li><li>• Godin, S., Asta înseamnă marketing, Editura Publica, 2019.</li><li>• Imbriale, R., Marketing motivațional, Editura Amaltea, 2008.</li><li>• Kotler, Ph. (coord.), Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008.</li><li>• Kotler, Ph. Conform lui Kotler. Brandbuilders, 2006.</li></ul>		
<b>8.2. Seminar/laborator</b>	Metode de predare	Observații
1. Analiza micromediului firmei	Rezolvarea aplicațiilor în echipe de lucru și prezentarea lor în cadrul seminarului.	
2. Analiza macromediului firmei	Rezolvarea aplicațiilor în echipe de lucru și prezentarea lor în cadrul seminarului.	
3. Segmentarea pieței și profilul consumatorului	Rezolvarea aplicațiilor în echipe de lucru și prezentarea lor în cadrul seminarului.	
4. Construirea mixului de marketing al firmei	Rezolvarea aplicațiilor în echipe de lucru și prezentarea lor în cadrul seminarului.	
5. Planificarea strategiilor de marketing	Rezolvarea aplicațiilor în echipe de lucru și prezentarea lor în cadrul seminarului.	
<b>Bibliografie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bălțeanu, C., Marcu, M., Vuță D. R., Marketingul serviciilor, Editura Presa Universitară clujeană, 2015.</li><li>• Godin, S., Asta înseamnă marketing, Editura Publica, 2019.</li><li>• Imbriale, R., Marketing motivațional, Editura Amaltea, 2008.</li><li>• Kotler, Ph. (coord.), Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008.</li><li>• Kotler, Ph. Conform lui Kotler. Brandbuilders, 2006.</li><li>• <a href="https://www.ama.org/">https://www.ama.org/</a></li><li>• <a href="https://insse.ro/cms/">https://insse.ro/cms/</a></li><li>• <a href="https://mfinante.gov.ro/ro/web/site/info-pj-selectie-nume-si-judet">https://mfinante.gov.ro/ro/web/site/info-pj-selectie-nume-si-judet</a></li></ul>		

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

Conținutul disciplinei *Marketing* este armonizat cu așteptările comunităților academice, ale asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul managementului, asigurând relevanța formării





În raport cu cerințele pieței muncii. Disciplina contribuie la dezvoltarea competențelor manageriale prin integrarea principiilor și instrumentelor moderne de marketing, orientate spre analiza pieței, fundamentarea deciziilor strategice și creșterea competitivității organizaționale.

<b>10. Evaluare</b>			
Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs			
10.5. Seminar/ laborator	- creativitate, implicare activă în rezolvarea aplicațiilor de seminar	- rezolvare aplicații de seminar	40%
10.6. Evaluare finală	- prezentarea subiectelor teoretice	- examen scris	60%
10.7. Standard minim de performanță: La examenul final nota obținută trebuie să fie cel puțin 5. Pentru obținerea notei 5 sunt necesare următoarele: - promovarea examenului se face dacă nota examenului scris este mai mare sau egală cu 5 și nota seminarului este mai mare sau egală cu 5.			

### 11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)


Data completării  
05.09.2025

Semnătura titularului de curs  
.....

Semnătura titularului de seminar  
.....

Data avizării în departament  
08.09.2025

Semnătura directorului de departament  
.....

