

# RAPORTUL

## Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior

tipul evaluării

**evaluare periodică domeniu de studii universitare de  
masterat**

domeniul de studii universitare de masterat evaluat:

### **MARKETING**

**Universitatea „Babeș-Bolyai“ din Cluj-  
Napoca**

## ► **CONSIDERAȚII GENERALE**

Prin cererea înregistrată la Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior, cu nr. 1261 din data de 05.03.2018, **Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca** solicită evaluarea externă periodică a domeniului de studii universitare de master **MARKETING**.

Dosarul a fost înregistrat la ARACIS cu numărul 3883 din data de 29.06.2018.

Programul de studii de masterat selectat a fi evaluat integral de ARACIS este:

### 1. Strategii și politici de marketing (în limba maghiară)

Verificarea îndeplinirii cerințelor normative obligatorii, a criteriilor, standardelor și indicatorilor de performanță și a standardelor specifice a fost efectuată de Comisia de experți permanenți de specialitate – Științe Economice 1 – a Consiliului ARACIS.

Raport de autoevaluare pentru evaluarea externă periodică a DSUM a fost elaborat în conformitate cu prevederile Metodologiei de evaluare externă, standardele, standardele de referință și lista indicatorilor de performanță ale ARACIS, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 1418 din 11/10/2006 și a Ghidului de evaluare externă periodică a domeniilor de studii universitare de masterat.

**► REZULTATELE EVALUĂRII EFECTUATE DE CĂTRE  
 COMISIA DE EXPERTI PERMANENȚI DE SPECIALITATE**

**Sunt îndeplinite / sunt parțial îndeplinite/ nu sunt îndeplinite următoarele criterii, standarde și indicatori de performanță pentru evaluarea externă a domeniilor de studii universitare de masterat:**

A. CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ			
A.1 – Structurile instituționale, administrative și manageriale <b>ESG 1.1, ESG 1.2, ESG 1.3</b>			
Nr. crt.	Cerințe	Constatările comisiei de experți permanenți de specialitate	Calificativ (îndeplinit/ parțial îndeplinit/ neîndeplinit)
1.	Misiunea și obiectivele programelor din domeniul de studii universitare de masterat sunt în concordanță cu misiunea instituției de învățământ superior, cu cerințele educaționale identificate pe piața muncii.	<i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> din Cluj-Napoca este o universitate comprehensivă de cercetare avansată și educație. Respectând trinomul universității moderne - educație, cercetare și servicii adresate comunității - <b>misiunea generală a universității constă în generarea și transferul de cunoaștere.</b> În domeniul de Studii Universitare de Master Marketing funcționează trei programe de studii: Strategii și Politici de Marketing, învățământ cu frecvență, în limba română, Strategii și Politici de Marketing învățământ cu frecvență, în limba maghiară și Strategii și Politici de Marketing învățământ cu frecvență redusă, în limba română. Cele trei programe de master au aceeași misiune și aceleași obiective, ele sunt în concordanță cu misiunea instituției de învățământ superior și sunt definite inclusiv în baza cooperării cu mediul de afaceri, cu respectarea cerințelor educaționale identificate pe piața muncii. (Anexa 2.1.1.-4) Misiunea și obiectivele programului de masterat evaluat - <i>Strategii și politici de marketing în limba maghiară (SPMKM)</i> se încadrează în misiunea și obiectivele FSEGA având aspecte specifice privind predarea în limba maghiară în vederea deservirii unei piețe care solicită cunoașterea termenilor de specialitate atât în limba română, cât și în limba maghiară ( <i>Raport DSUM, pg.49</i> )	Îndeplinit
2.	Obiectivele declarate (competențe, sub formă de cunoștințe, abilități și atitudini) și rezultatele obținute de către studenți pe parcursul procesului de învățare, pentru toate programele de studii din cadrul domeniului de studii universitare de	Obiectivele declarate și rezultatele preconizate ale studenților, pentru toate programele de studii din cadrul <b>domeniului Marketing</b> , sunt exprimate explicit în cadrul Suplimentelor la diplomă și sunt disponibile în mod public prin intermediul Registrului Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS). Aspectele sunt cuprinse în Anexa <a href="#">Programe studii UBB înregistrate RNCIS</a> , precum și Anexa <a href="#">Programe master FSEGA înregistrate RNCIS</a> (aceasta din urmă incluzând capturi de ecran din secțiunea	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca

	<p>masterat evaluat, sunt exprimate explicit și sunt aduse la cunoștința candidaților și a beneficiarilor interni și externi.</p>	<p>RNCIS a website-ul <a href="http://site.anc.edu.ro/">http://site.anc.edu.ro/</a> din care se observă disponibilitatea publică a informațiilor menționate). Toate aceste informații sunt diseminate și prin intermediul broșurii de promovare a programelor de studii ale facultății (a se vedea Anexa <i>Broșura programe studii FSEGA 2017 &amp; 2018</i>). Aceasta este distribuită în format tipărit potențialilor candidați și, respectiv, beneficiarilor interni/externi, fiind totodată disponibilă în format electronic pe website-ul facultății (<a href="http://econ.ubbcluj.ro">http://econ.ubbcluj.ro</a>) în secțiunile "Oferta educațională" și, respectiv, "Admitere" (în formă integrală sau prin secțiuni aferente unor programe de studii specifice).</p> <p>Competențele dobândite pentru toate cele trei programe de studii din cadrul <i>domeniului de studii universitare de masterat Marketing</i> se referă la elaborarea și implementarea unei strategii de marketing, a unei campanii de marketing, a unor demersuri de interrelaționare cu alte entități, toate cu scopul de a administra cât mai bine activitatea unei organizații. Absolventul va avea capacitatea de a selecta, de a combina și de a utiliza adecvat cunoștințele, în vederea rezolvării cu succes a unei anumite categorii de situații de muncă sau de învățare, circumscrise profesiei respective, în condiții de eficacitate și eficiență (Raport DSUM, pg.50). Toate informațiile sunt puse la dispoziție candidaților, încă din faza de pre-admitere, dar și a altor beneficiari. (Anexa <i>Broșura admitere 2017,2018</i> <a href="http://www.econ.ubbcluj.ro">www.econ.ubbcluj.ro</a>, Anexa <i>Programe de studii UBB validate și înregistrate RNCIS</i>).</p>	
3.	<p>Instituția coordonatoare a programelor de studii universitare de masterat din domeniul de masterat evaluat realizează consultări periodice, cu reprezentanți ai mediului academic inclusiv studenți, ai mediului socio-economic și cultural-artistic și ai pieței muncii, în cadrul unor întâlniri oficiale consemnate prin procese verbale, minute etc.</p>	<p><i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> a constituit de-a lungul timpului un factor catalizator pentru dezvoltarea comunității, contribuind nu doar prin prisma activităților academice, dar și prin cercetarea aplicativă și serviciile pe care le oferă spre mediul economic și social. În prezent, <i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> ca instituție publică a devenit tot mai preocupată de obligațiile față de societate, față de mediul economic și social în particular. (Anexa- <i>Strategia Universității Babeș-Bolyai privind relația cu societatea și implicarea în comunitate între 2016-2020</i>) .</p> <p>În vederea corelării programului de studiu, <i>Strategii și Politici de Marketing IF, Ib.maghiară</i> , cu nevoile pieței de muncă se monitorizează ofertele de muncă din <i>domeniului marketingului</i>, se realizează workshopuri, consultări prin email cu reprezentanții angajatorilor.</p> <p><b>Comisia de Curriculum, Calitate și Învățământ Netradițional</b>, reprezintă structura specializată a Senatului <i>Universității Babeș-Bolyai</i> care asigură armonizarea și compatibilizarea specializărilor (nivel licență și master) cu practica europeană și cu cerințele de dezvoltare socio-economică și culturală a României (Anexa 1.3.03 și Anexa 1.3.07).</p> <p>La nivelul <i>DSUM-Marketing</i> există o preocupare constantă pentru creșterea calității ofertei educaționale. În acest context, se realizează periodic consultarea și colaborarea atât cu mediul academic, cât și cu mediul de afaceri. Astfel de colaborări s-au derulat în mod consistent în ultimii ani sub egida unor proiecte de cercetare, cu finanțare națională sau europeană, ca de exemplu Proiectul eMarketing al Academiei de Studii Economice București, finanțat de UEFISCDI-CNMP (<a href="http://www.cnmp.ro/pncdi2/program4/2008/main/index.php?&amp;we=a4e9428fad82837902e19b9a12e1443f&amp;wf=detail&amp;id=2304&amp;wchk=60ac8e8fb027cb2d6c28fb89785e134e">http://www.cnmp.ro/pncdi2/program4/2008/main/index.php?&amp;we=a4e9428fad82837902e19b9a12e1443f&amp;wf=detail&amp;id=2304&amp;wchk=60ac8e8fb027cb2d6c28fb89785e134e</a>) în care <i>UBB</i> a fost partener printr-o echipă a <i>Departamentului de Marketing</i>. În același timp, consultarea mediului de</p>	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<p>afaceri pe planul conținutului curricular și al competențelor ce ar trebui livrate absolvenților de marketing s-a concretizat prin publicare unor articole științifice, unele chiar în reviste aflate în fluxul științific internațional (Anexa- <a href="#">Lista lucrărilor științifice</a> ).</p> <p>Parteneriatele realizate cu mediul economic și social evidențiază preocuparea clară a <b>Universității Babeş-Bolyai</b> pentru evoluția ulterioară a mediului economic și social. La nivel instituțional sau al unor structuri ale acesteia sunt în vigoare 52 de parteneriate strategice (pentru minim 5 ani), dintre care 43 cu organizații din societatea civilă și 9 cu întreprinderi. Aceste parteneriate vizează în special activitățile de cercetare și transfer de cunoaștere, având ca obiect schimbul de informații, resurse intelectuale sau materiale destinate acestor activități. (<i>Raport DSUM, pg.12</i>)</p> <p>Au fost organizate întâlniri oficiale cu reprezentanți ai mediului academic inclusiv studenți, ai mediului socio-economic și ai pieței muncii, în cadrul unor întâlniri oficiale consemnate prin documente specifice. În documentul <a href="#">Consultare masteranzi și absolvenți FSEGA</a> (Anexa Consultare masteranzi și absolvenți), se face referire o serie de aspecte privitoare la cunoștințele și competențele furnizate absolvenților. Feed-back-ul transmis de aceștia fiind unul cât se poate de pozitiv.</p>	
4.	<p>Fiecare program de studii din domeniul de studii universitare de masterat evaluat este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile Cadrelor Naționale al Calificărilor (CNC), cu Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) și cu Standardele specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS. Absolvenții programelor de studii de masterat au clar definită perspectiva ocupației pe piața muncii.</p>	<p>Toate programele de masterat din <b>domeniul Marketing</b> sunt înregistrate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) .(Anexa <a href="#">Programe master FSEGA înregistrate RNCIS</a>). <b>DSUM-Marketing</b> se adresează tuturor categoriilor de public interesate de o aprofundare și chiar o rafinare a cunoștințelor de marketing deja acumulate.</p> <p>De asemenea, fiecare program de studii din <b>domeniul de studii universitare de masterat Marketing</b> este proiectat în concordanță cu Standardele specifice evaluării programelor de studii universitare de master elaborate de comisiile ARACIS "Științe economice" în aprilie 2017.</p> <p>Programul <b>Strategii și Politici de Marketing IF, lb.maghiară</b>, deservește acea piață a muncii care solicită cunoștințe de specialitate de marketing atât în limba maghiară cât și în limba română: firme cu capital maghiar care își desfășoară activitatea în România (ex. OTP Bank România, Mol România etc.), firme cu capital român care își desfășoară activitatea și în Ungaria (ex. Autonet etc.) și firme autohtone care deservește piața autohtonă bilingvă (ex. Travelminit).</p> <p>La nivelul <b>UBB</b>, a fost creat și activează <b>Centrul de Dezvoltare Universitară și Management al Calității (CDUMC) al UBB</b>, acesta având printre obiective derularea de sondaje privind opinia studenților, a absolvenților și a angajatorilor cu privire la studiile universitare (Anexa -<a href="#">Centrul de Dezvoltare Universitară și Management al Calității</a>).</p> <p>În documentul <a href="#">Consultare masteranzi și absolvenți FSEGA</a> (Anexa Consultare masteranzi și absolvenți), se face referire o serie de aspecte privitoare la cunoștințele și competențele furnizate absolvenților. Feed-back-ul transmis de aceștia fiind unul cât se poate de pozitiv.</p>	Îndeplinit
5.	<p>Denumirea fiecărui program de studii universitare de masterat este în strânsă corelare cu una sau mai multe calificări și ocupații existente în Clasificarea Ocupațiilor din România (COR) și</p>	<p>Fiecare program de studii din <b>domeniul de studii universitare de masterat Marketing</b> este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile CNC și RNCIS. (Anexa <a href="#">Programe studii UBB înregistrate RNCIS</a> și Anexa <a href="#">Programe master FSEGA înregistrate RNCIS</a>, website-ul <a href="http://site.anc.edu.ro/">http://site.anc.edu.ro/</a> din care se observă definirea perspectivei ocupației pe piața muncii).</p>	Îndeplinit

## RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca

	standardele ocupaționale aferente sau cu calificări previzionate.	Perspectivile de carieră sunt de asemenea descrise, pentru fiecare program de studii ( <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> ), în broșura de promovare a programelor de studii ale facultății (Anexa <a href="#">Broșura programe studii FSEGA 2017 &amp; 2018</a> ). Aceasta este distribuită în format tipărit potențialilor candidați la programele de masterat și, respectiv, beneficiarilor interni/externi, fiind totodată disponibilă în format electronic pe website-ul facultății ( <a href="http://econ.ubbcluj.ro">http://econ.ubbcluj.ro</a> ) în secțiunile "Oferta educațională" și, respectiv, "Admitere" ( <a href="https://econ.ubbcluj.ro/documente2018/bannere/masterat/Strategii%20si%20politici%20de%20marketing.png">https://econ.ubbcluj.ro/documente2018/bannere/masterat/Strategii%20si%20politici%20de%20marketing.png</a> ) (în formă integrală sau prin secțiuni aferente unor programe de studii specifice). Programele de master din oferta educațională sunt <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> . Acestea își definesc orientarea prin facilitarea, accesului la informația științifică avansată pentru orice specialist, care poate ocupa următoarele posturi: <i>Referent de Specialitate Marketing – 243203; Specialist Marketing – 243103; Șef Birou Marketing – 122102; Manager marketing 122107</i> . ( <a href="http://www.mmuncii.ro/j33/images/Documente/MMJS/Munca/COR/20171124-ISCO-08-lista-cresc-cod-ocupatii-cor.pdf">http://www.mmuncii.ro/j33/images/Documente/MMJS/Munca/COR/20171124-ISCO-08-lista-cresc-cod-ocupatii-cor.pdf</a> , Anexa <a href="#">Programe master FSEGA inregistrate RNCIS</a> ).	
6.	Programele de studii universitare de masterat profesional creează premisele pentru continuarea studiilor în ciclul al treilea de studii universitare și dezvoltare profesională continuă în carieră prin studii postuniversitare.	<b>DSUM-Marketing</b> din <b>Universitatea Babeș-Bolyai</b> oferă <b>3</b> programe de studii universitare de masterat : <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> care, prin conținutul curricular, se poziționează ca și masterate profesionale. (Anexa – <a href="#">Planuri de Învățământ</a> și Anexa – <a href="#">Fișe Discipline</a> ). Tot în baza pregătirii pe parcursul studiilor masterale și ca urmare a faptului că există, în cadrul <b>Școlii doctorale FSEGA</b> , un domeniu de doctorat acreditat <b>Marketing</b> , se creează premisele pentru continuarea studiilor în ciclul al treilea de studii universitare, absolvenților programelor de masterat. Totodată, prin oferta educațională a ÎS- <b>Universitatea Babeș-Bolyai</b> , există posibilitatea dezvoltării profesionale continue în carieră, prin studii postuniversitare. (Anexa <a href="#">Regulament programe postuniversitare UBB</a> )	Îndeplinit
7.	Programele de studii universitare de masterat de cercetare oferă oportunități de continuare a studiilor în ciclul de studii de doctorat, prin recunoașterea unor module de studii din ciclul de masterat și stagii la universități partenere.	Nu e cazul	
8.	Instituția de Învățământ Superior promovează și aplică politici clare și documentate privind integritatea academică, protecția dreptului de autor și împotriva plagiatului, a fraudei și a oricărei forme de discriminare, conform legislației în vigoare și Codului de etică și deontologie aprobat de Senatul universitar.	<b>Universitatea Babeș-Bolyai</b> , prin Codul de Etică, adoptat prin hotărârea Senatului nr. 632/SEN/09.12.2013, promovează și aplică politici clare și documentate privind integritatea academică și împotriva plagiatului, fraudei și a discriminării de orice fel. (Anexa <a href="#">Codul de etică și deontologie profesională UBB</a> ). Componenta și activitatea <b>Comisiei de Etică a UBB</b> sunt făcute publice la adresa web <a href="http://www.ubbcluj.ro/ro/despre/organizare/comisia_de_etica">http://www.ubbcluj.ro/ro/despre/organizare/comisia_de_etica</a> Totodată, atât Carta Universității <b>Babeș-Bolyai</b> , cât și planurile strategice al universității, respectiv ale facultății, includ integritatea academică și nediscriminarea printre principiile și valorile	Îndeplinit

## RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<p>fundamentale ale universității, respectiv facultății (a se vedea în acest sens Anexele <a href="#">Carta UBB</a>, <a href="#">Plan strategic UBB 2016-2020</a> și <a href="#">Plan strategic FSEGA 2016-2020</a>).</p> <p>De asemenea, în toate Planurile de Învățământ ale programelor de studiu din <i>domeniul Marketing, din cadrul FSEGA</i> este inclusă disciplina obligatorie ”Cercetare științifică pentru elaborarea lucrării de disertație”, aceasta având prevăzute activități didactice referitoare la etică și integritate academică.</p> <p>În ceea ce privește protecția dreptului de autor, la nivelul <i>Universității Babeș-Bolyai</i> este constituit Oficiul de Management, Transfer Tehnologic și Cognitiv (OMTTC), printre responsabilitățile căruia se regăsește gestionarea activelor de proprietate intelectuală (Anexa <a href="#">Oficiul de Management, Transfer Tehnologic și Cognitiv UBB</a>). Mai multe detalii despre OMTTC se găsesc la <a href="http://cercetare.ubbcluj.ro/ro/cercetarea-la-ubb/cercetare-aplicativa/">http://cercetare.ubbcluj.ro/ro/cercetarea-la-ubb/cercetare-aplicativa/</a>. Totodată, la nivelul <i>Universității Babeș-Bolyai</i> se aplică o politică privind proprietatea intelectuală, aprobată de Senatul universității (a se vedea Anexa <a href="#">Politica privind proprietatea intelectuală UBB</a>).</p>	
A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare <b>ESG 1.6</b>			
9.	Instituția de învățământ superior prezintă dovada privind deținerea sau închirierea spațiilor pentru activitățile didactice/aplicative/ laboratoare etc.	<p>Toate spațiile didactice, de cercetare și administrative se află în proprietatea ÎS <i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> și sunt atribuite <i>FSEGA</i> pentru desfășurarea activităților (Anexele: 2.1.6-4 <a href="#">Dovada deținerii spațiilor</a>; 2.1.6-3 <a href="#">Situția asigurării spațiilor</a>).</p> <p><i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> dispune de spații de învățământ și de cercetare, adecvate pentru a susține activitățile didactice, de cercetare și administrative. <i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> dispune de peste 60 de clădiri aflate în administrare alocate ca spații de învățământ, cu o suprafață desfășurată de aproximativ 175.000 mp, din care 55.817 mp reprezintă suprafață de învățământ. În cadrul spațiilor de învățământ există 51 de amfiteatre, 105 săli de curs, 286 săli de seminar, 524 laboratoare și 127 săli de lectură (Anexa 1.2.1).</p> <p><i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> are în structură facultăți, departamente, extensii universitare, institute, biblioteci, laboratoare, unități de cercetare, muzee, cămine, cantine (Anexa 1.1.6). Sunt parte integrantă a UBB serviciile tehnice, administrative, editurile, tipografia și alte unități experimentale, baze de practică, de agrement, sociale etc.</p> <p><i>FSEGA</i> funcționează într-un sediu propriu (situat pe strada Teodor Mihali, nr. 58-60) care asigură toate facilitățile necesare desfășurării activităților didactice și de cercetare (amfiteatre, săli de seminar, laboratoare, bibliotecă, ateliere etc. (Anexa 2.1.6)</p>	Îndeplinit
10.	Dotarea sălilor/laboratoarelor didactice, a laboratoarelor de cercetare sau creație artistică și/sau a centrelor de cercetare corespunde misiunii și obiectivelor asumate prin programele de studii, tipului de masterat și specificului disciplinelor din planul de învățământ.	<p>Dotarea sălilor de curs/seminar și a laboratoarelor didactice și de cercetare corespunde stadiului actual de dezvoltare a cunoașterii științifice. La fiecare facultate sălile de curs sunt dotate cu echipament tehnic și mijloace performante de funcționare: videoproiectoare, ecrane de proiecție, flipchart-uri.</p> <p>În cadrul <i>Universității Babeș-Bolyai</i> există o rețea de laboratoare de informatică, laboratoare didactice și laboratoare performante de predare-învățare a limbilor străine. (Anexa 1.2.1) (<a href="#">Anexa</a></p>	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<p><a href="#">A.1.3.5, Anexa 2.1.6-1</a>).</p> <p>Programele de studii masterale incluse în <b>DSUM-Marketing</b> se desfășoară în spațiul generos aflat la dispoziția <b>FSEGA</b>, din structura căreia fac parte. Chiar dacă studenții au practic acces la oricare din spațiile facultății, conform programării semestriale a orarului, unele săli situate la etajul al treilea al clădirii sunt cu predilecție repartizate orelor aferente <i>programelor de studii în Marketing</i>. Toate aceste sălile sunt dotate cu echipament multimedia pentru prezentare de cursuri, seminarii, proiecte și lucrări ale studenților, iar unele dintre ele (inclusiv dintre cele oarecum exclusive <b>domeniului Marketing</b>) dispun și echipamente de comunicare la distanță. A se vedea și Anexele <a href="#">Situatia asigurării spațiilor FSEGA 2018</a> și <a href="#">Lista laboratoarelor didactice și a sălilor cu dotari FSEGA 2018</a>.</p>	
11.	Unitatea de învățământ supusă evaluării trebuie să dispună de spații de studiu individual sau în grup cu acces la fond de carte, baze de date internaționale și periodice în domeniul specializării în care se organizează învățământul la nivel de masterat.	<p>Universitatea <b>Babeș-Bolyai</b> dispune de impresionante resurse de documentare, prin <b>Biblioteca Centrală Universitară „Lucian Blaga” (BCU)</b>, împreună cu rețeaua sa formată din 29 de biblioteci filiale, 4 speciale și 8 biblioteci ale extensiilor universitare.</p> <p><b>Biblioteca Centrală Universitară „Lucian Blaga”</b> a dezvoltat strategii pe termen lung pentru eficientizarea și modernizarea serviciilor pe care le pune la dispoziția utilizatorilor săi. De menționat următoarele:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-solicitare on line a cărților din depozitele închise, serviciu de bibliotecă unic la nivel național;</li><li>- transpunerea în format digital a cataloagelor tradiționale și preînregistrarea utilizatorilor, cu impact pozitiv asupra managementului timpului dedicat cercetării;</li><li>-din 2012 a fost introdus și configurat portalul unic de interogare simultană a catalogului on line și resurselor electronice, prin platforma <b>EBSCO Discovery Services (EDS)</b>;</li><li>- a fost configurată platforma <b>Dspace</b> <a href="http://www.dspace.bcucuj.ro">www.dspace.bcucuj.ro</a> care permite interogarea full text a bibliotecii digitale;</li><li>- din 2012 s-a reușit transpunerea bibliotecii electronice din <b>Dspace</b> în renumitul catalog <b>WorldCat</b> ce rulează pe platforma <b>OCLC (Online Catalog of Library of Congress)</b>. Astfel, documentele regășibile în colecțiile BCU și totodată în <b>Dspace</b> sunt vizibile și în <b>WorldCat</b>. Acest lucru are o importanță deosebită în contextul în care niciun catalog on line a vreunei biblioteci universitare din România nu se regăsește în <b>WorldCat</b>.</li><li>- începând cu 2012-2013 a fost lansat serviciul <b>„Întrebă bibliotecarul”</b> ce rulează pe așa numitul sistem de „ticketing” <b>HESK</b>, permițând o monitorizare atentă a răspunsurilor și întrebărilor și totodată o conturare a problemelor frecvente pe care cititorii le întâmpină, iar de aici remedierea lor.</li></ul> <p><b>Studenții domeniului de studii master Marketing</b> au la dispoziție un fond de publicații pus la dispoziție de Biblioteca Centrală Universitară „Lucian Blaga”(BCU) și de filialele acesteia (a se vedea Anexa <a href="#">Raport Biblioteca Centrală Universitară BCU Lucian Blaga 2017</a>).</p> <p>Una dintre cele mai mari filiale ale BCU activează chiar în incinta clădirii <b>FSEGA – Biblioteca FSEGA “Aurel Negucioiu”</b> – aceasta punând la dispoziția studenților facultății trei săli de lectură (a se vedea Anexa <a href="#">Situatia asigurării spațiilor FSEGA 2018</a>).</p> <p>Fondul de carte propriu din literatura de specialitate română și străină există într-un număr de</p>	Îndeplinit



**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<p>exemplare suficient pentru a acoperi integral disciplinele din planurile de învățământ ale programelor de studii din cadrul <i>domeniului marketing</i>: <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b>. (Anexele <a href="#">Resurse Biblioteca Centrală Universitară BCU Lucian Blaga 2018</a> și <a href="#">Resurse Biblioteca FSEGA Aurel Negucioiu 2018</a>).</p> <p>Studentii și cadrele didactice ale <b>FSEGA</b> dispun de acces constant la biblioteci electronice și baze de date științifice internaționale, atât pentru literatura de specialitate (Anexa <a href="#">Resurse Biblioteca Centrală Universitară BCU Lucian Blaga 2018</a>), iar pentru date despre companii și piețe Anexa <a href="#">Acces baze de date despre companii și piețe FSEGA</a>).</p> <p>Accesibilitatea și gradul adecvat de actualitate al listei bibliografice obligatorii aferente fiecărei discipline incluse în planurile de învățământ ale programelor de studii <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b>, se poate verifica în Anexa <a href="#">Lista lucrărilor bibliografice</a>, care cuprinde și detalii privind modalitatea de accesare de către studenți.</p> <p>Un număr important de lucrări de specialitate sunt disponibile și la nivelul departamentelor didactice care gestionează programele de studii din <b>DSUM-Marketing</b>, în limbile română, maghiară, engleză, germană.</p>	
12.	Fondul de carte propriu din literatura de specialitate română și străină trebuie să existe într-un număr de exemplare suficient pentru a acoperi integral disciplinele din planurile de învățământ, din care cel puțin 50% să reprezinte titluri de carte sau cursuri de specialitate pentru domeniul supus evaluării, apărute în ultimii 10 ani în edituri recunoscute la nivel național, precum și internațional	<p>Numărul de volume existente în <b>BCU</b> în 2016 a fost de 3.836.380, dintre care 39.860 intrate în cursul anului 2016. Documentele audiovizuale și multimedia se ridică la 11.230 (996 achiziționate în cursul anului 2016), iar colecțiile electronice însumează un număr de 2.119.475 (27.071 intrate în 2016), dintre care 86 baze de date, 36.445 periodice electronice, 7958 cărți electronice și 59.014 documente rare. Numărul documentelor cu acces liber la raft este de 279.740. Numărul utilizatorilor înscrși este de 85.934, dintre care 19.027 activi (Anexa 1.2.2).</p> <p>În ceea ce privește politica de achiziții a materialelor dedicate informării și cercetării, BCU „Lucian Blaga” a făcut eforturi constante și consistente pentru completarea titlurilor de periodice deja existente în colecțiile bibliotecii, dar și pentru achiziția de publicații de specialitate din țară și din străinătate atât în format tipărit cât și în format electronic. (<i>Raport DSUM, pg.7</i>)</p>	Îndeplinit
13.	Stagiile de cercetare se pot efectua în laboratoarele și/sau în centrele de cercetare ale facultății/universității, cu condiția existenței unei dotări corespunzătoare.	<p>La nivelul <b>Departamentului de Marketing</b>, începând din anul 2017 funcționează un centru de cercetare științifică în domeniul marketingului, astfel încât se asigură în perspectivă posibilitatea efectuării stagiilor de cercetare și în cadrul acestei unități de cercetare. În același timp, în situațiile în care unele teme de cercetare presupun pluridisciplinaritate, departamentele sprijină inițierea colaborării cu alte unități de cercetare ale facultății/universității. (a se vedea Anexa <a href="#">Lista unităților de cercetare acreditate UBB 2018</a>).</p>	Îndeplinit
14.	Dotarea laboratoarelor de cercetare corespunde exigențelor temelor abordate în cadrul programelor de studii de masterat de cercetare și permite și realizarea unor cercetări de anvergură	<p>Dotarea laboratoarelor <b>FSEGA</b> corespunde exigențelor temelor de cercetare abordate în cadrul facultății și a programelor de studii de masterat <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> (Anexa <a href="#">Lista laboratoarelor didactice și a sălilor cu dotări FSEGA 2018</a>).</p>	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

	pe plan național și eventual internațional.	<p>În cadrul <b>FSEGA</b> activează două centre de cercetare acreditate: Centrul de Cercetări în Informatică Economică și Centrul de Marketing (a se vedea Anexa <a href="#">Lista unităților de cercetare acreditate UBB 2018</a>).</p> <p><b>FSEGA</b> găzduiește unul dintre elementele de bază ale infrastructurii strategice de cercetare a <b>UBB</b> – un sistem de calcul de înaltă performanță (a se vedea Anexa <a href="#">Infrastructura strategică de cercetare UBB 2018</a>).</p> <p>Studentii și cadrele didactice ale <b>FSEGA</b> dispun de acces constant la date despre companii și piețe prin trei servicii esențiale: Thomson Reuters Eikon, Euromonitor Passport și Statista (a se vedea Anexa <a href="#">Acces baze de date despre companii și piețe FSEGA</a>).</p>	
15.	Serviciile/Rețeaua ICT (Information and Communication Technology) sunt permanent actualizate, iar studenții au acces la aceasta fie individual, fie în grupuri organizate.	<p>Rețeaua <b>UBBNet</b> este integrată în rețeaua națională educațională RoEduNet, iar <b>UBB</b> respectă în cadrul rețelei statutul și regulamentul de funcționare al acesteia, conform legislației în vigoare.</p> <p><i> Direcția Tehnologiei Informației și Comunicațiilor (DTIC) din UBB asigură accesul la rețeaua ICT și asistență de specialitate pentru toate facultățile și structurile din cadrul UBB (Anexele <a href="#">Regulament organizare Direcția Tehnologiei Informației și Comunicațiilor și Descrierea infrastructurii de comunicații hardware și software a UBB</a>).</i></p> <p>Serviciile ITC oferite utilizatorilor, statutul și securitatea informațiilor și aplicațiilor informatice din <b>UBB</b>, precum și drepturile și obligațiile utilizatorilor sunt stipulate explicit în cadrul regulamentului DTIC (Anexa <a href="#">Regulament organizare Direcția Tehnologiei Informației și Comunicațiilor și Descrierea infrastructurii de comunicații hardware și software a UBB</a>). Mai multe informații despre DTIC se regăsesc la <a href="http://dtic.ubbcluj.ro/">http://dtic.ubbcluj.ro/</a>, website prin intermediul căruia se furnizează utilizatorilor și informații utile privind utilizarea unor componente ale rețelei ICT a UBB, precum și suport tehnic.</p> <p><i> Universitatea Babeş-Bolyai oferă o serie de facilități IT studenților și angajaților, după cum urmează:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-MAIL.UBB (<a href="http://mail.ubbcluj.ro/">http://mail.ubbcluj.ro/</a>) - serviciul de mail oferit pentru angajații UBB;</li><li>-EDUROAM (<a href="http://dtic.ubbcluj.ro/configurari-eduroam/">http://dtic.ubbcluj.ro/configurari-eduroam/</a>); - acces la rețeaua EduRoam, prin intermediul rețelei UBBNet</li><li>MAIL PORTAL UBBONLINE (<a href="https://webmail.ubbonline.ubbcluj.ro/owa">https://webmail.ubbonline.ubbcluj.ro/owa</a>) - acces email oferit în cadrul portalului UbbOnline;</li><li>-PORTAL UBBONLINE (<a href="https://portal.ubbcluj.ro/">https://portal.ubbcluj.ro/</a>) - sistem e-learning, planuri de învățământ, cursuri, materiale didactice, email, pagina personală, grupuri de discuții, partajare de documente;</li><li>-PORTAL IDFR UBB (<a href="https://portal.portalid.ubbcluj.ro/">https://portal.portalid.ubbcluj.ro/</a>) - sistem e-learning pentru IDFR, planuri de învățământ, cursuri, materiale didactice, email, pagina personală</li><li>PORTAL NOU IDFR UBB (<a href="https://cursuri.elearning.ubbcluj.ro/">https://cursuri.elearning.ubbcluj.ro/</a>) - sistem e-learning pentru IDFR, planuri de învățământ, cursuri, materiale didactice, email, pagina personală;</li><li>-MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚII ACADEMICE/ȘTIINȚIFICE UBB (<a href="https://infocercetare.ubbcluj.ro/">https://infocercetare.ubbcluj.ro/</a>) - management al activității academice/științifice din UBB;</li><li>-MANAGEASIST (<a href="http://manageassist.ubbcluj.ro/">http://manageassist.ubbcluj.ro/</a>) - managementul financiar al proiectelor</li></ul>	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<p>instituționale TRAIECTORIA ȘCOLARĂ (<a href="https://academicinfo.ubbcluj.ro/Info/">https://academicinfo.ubbcluj.ro/Info/</a>) - planuri de învățământ, evaluări, cataloage online, situații statistice PLĂȚI ONLINE (<a href="https://plati.ubbcluj.ro/">https://plati.ubbcluj.ro/</a>) - serviciul de plată online, cu cardul, destinat organizării de evenimente. Accesul la Internet în cadrul <b>FSEGA</b> este asigurat prin fibră optică, atât prin cablu, cât și wireless, în spațiile didactice și pe holurile din cadrul clădirii (Anexa <a href="#">Lista laboratoarelor didactice și a sălilor de curs FSEGA 2018</a>). <b>Facilitățile TIC</b> (Tehnologia Informației și Comunicațiilor) destinate studenților Universității Babeş-Bolyai cuprind: 1. Infrastructura TIC (Laboratoarele didactice din facultăți și infrastructura de comunicații aferentă, infrastructura existentă și în curs de dezvoltare din complexul Hașdeu; 2. Software de bază - Microsoft Windows, MS Office, MS Front Page și alte software-uri instalate în laboratoarele didactice; 3. Sisteme informatice dedicate tuturor studenților din Universitatea Babeş-Bolyai, precum posibilitatea de consultare a traiectoriei școlare printr-o interfață web accesibilă, acces la e-mail prin conturi create în domeniul ubbcluj.ro; 4. Sistemele InfoChioșc de informare asupra facilităților oferite în Universitatea Babeş-Bolyai; 5. Acces la Internet wireless - Clădirea Centrală, Campus; 6. Biblioteci electronice - utilizatorilor rețelei UBBNet li se oferă acces on-line la bibliotecile electronice abonate prin intermediul Bibliotecii Centrale Universitare "Lucian Blaga": Proquest, Springerlink, European Sources Online, PCI FullText, History Online, Literature Online, Ebsco.(Raport Autoevaluare, pg. 13)</p>	
16.	Pentru programele de studii cu predare în limbi străine există resurse de studiu realizate în limbile respective.	<p>Există resurse de studiu adecvate pentru programul de studiu <b>Strategii și Politici de Marketing -IF</b>, cu predare în <b>lb.maghiară</b> (Anexa <a href="#">Lista lucrărilor bibliografice</a>, care cuprinde și detalii privind modalitatea de accesare de către studenți). De asemenea, prin bazele de date internaționale accesibile din cadrul rețelei de Internet a facultății, există acces atât la literatură de specialitate, cât și la date despre companii și piețe, în limbi de circulație internațională (a se vedea Anexele <a href="#">Resurse Biblioteca Centrală Universitară BCU Lucian Blaga 2018</a> și <a href="#">Acces baze de date despre companii și piețe FSEGA</a>).</p>	Îndeplinit
<b>A3. Resurse umane și capacitatea instituției de atragere a resursei umane externe instituției ESG 1.5</b>			
17.	Personalul didactic este angajat conform criteriilor de recrutare stabilite la nivel instituțional, în conformitate cu prevederile legale.	<p>Ocuparea posturilor didactice și de cercetare vacante în <b>Universitatea Babeş-Bolyai</b> se realizează în conformitate cu prevederile legale, în baza unei metodologii și a unei proceduri proprii la nivelul universității (Anexele <a href="#">Metodologie ocupare posturi UBB</a> și <a href="#">Procedura concursuri ocupare posturi didactice și cercetare UBB</a>). În mod suplimentar față de metodologia universității, la nivelul <b>FSEGA</b> a fost instituit, prin hotărâre a Senatului UBB, un sistem de criterii minimale suplimentare pentru ocuparea posturilor didactice, adaptat Științelor Economice (Anexa <a href="#">Criterii suplimentare ocupare posturi FSEGA</a>). În vederea verificării îndeplinirii exigențelor prevăzute de metodologie, la nivelul facultății există constituită în acest sens o comisie de evaluare (a se vedea <a href="#">Comisia Cercetare și Concursuri Didactice</a></p>	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai“ din Cluj-Napoca

		<a href="#">FSEGA</a> ). Încadrarea personalului didactic asociat se face, la rândul său, prin respectarea unei proceduri și îndeplinirea unor criterii stabilite prin hotărâre a Consiliului de Administrație a <i>Universității Babeş-Bolyai</i> (a se vedea Anexa <a href="#">Încadrarea personalului didactic asociat UBB</a> ).	
18.	Cadrul didactic coordonator/responsabil al domeniului de masterat asigură compatibilizarea programelor de studii din domeniu.	Responsabilul <i>domeniului de masterat Marketing</i> efectuează periodic consultări cu responsabilii de programe de studii din domeniu <i>Marketing</i> . Pe această bază și conform standardelor și reglementărilor ARACIS în domeniu, se iau decizii privind armonizarea ofertei educaționale a fiecărui program, concomitent cu înnoirea curriculară adecvată. (La momentul vizitei au fost prezentate procese-verbale)	Îndeplinit
19.	Personalul didactic este format din profesori universitari, conferențieri universitari, șefi de lucrări (lectori universitari) titulari sau asociați, sau specialiști reputați (maxim 20% din total cadre didactice implicate într-un program); titularii disciplinelor complementare trebuie să aibă titlul de doctor în domeniul disciplinelor predate.	Întregul colectiv academic care deservește programele de studii din <i>DSUM-Marketing</i> au cel puțin gradul didactic de lector universitar și au titlul științific de doctor. (a se vedea Anexa 5 la Fișa vizitei). De asemenea, cadrele didactice asociate îndeplinesc aceleași condiții, procesul de invitare/recrutare respectând reglementările ÎÎS- <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> (Anexa <a href="#">Încadrarea personalului didactic asociat UBB</a> ). În niciunul din programele de studii ale DSUM Marketing nu este implicat vreun specialist reputat din practică.	Îndeplinit
20.	Pentru acreditarea domeniilor și a programelor de studii universitare de masterat este necesară prezența la fiecare program de studii universitare de masterat a cel puțin unui cadru didactic cu titlul de profesor universitar și a unui conferențiar universitar, titulari în universitatea organizatoare, având pregătirea inițială sau doctoratul, abilitarea, conducere de doctorat și/sau rezultate științifice recunoscute și relevante în ramura de știință în care se încadrează domeniul de masterat evaluat.	Responsabilul <i>DSUM-Marketing</i> , implicat în activități didactice la nivelul programelor de studii, are gradul didactic de profesor universitar, deține Atestatul de Abilitare și este conducător de doctorat în cadrul școlii doctorale a <i>FSEGA</i> . De asemenea, în cadrul programelor de studii: <i>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</i> își desfășoară activitatea și alte cadre, cu gradul didactic de profesor universitar, unele titulare, altele asociate dar cu statut de conducător de doctorat în cadrul <i>Școlii doctorale a FSEGA</i> . (a se vedea Anexa 5 la Fișa vizitei) În DSUM Marketing activează 3 cadre didactice care au și calitatea de conducător de doctorat. (Anexă la fișa vizitei – Lista conducătorilor de doctorat în Domeniul Marketing).	Îndeplinit
21.	Cel puțin 50% din cadrele care prestează activități didactice asistate integral trebuie să presteze aceste activități în calitate de titular în instituția organizatoare a domeniului de masterat evaluat.	Într-o pondere substanțială (86,66%), cadrele didactice care prestează activități didactice la programul <i>Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară</i> au calitatea de titular în cadrul ÎÎS- <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> . Anexele <a href="#">Stat Funcții simulat marketing 2019-2020</a> și <a href="#">Situatia gradului de ocupare a personalului didactic Marketing</a>	Îndeplinit
22.	Cel puțin 50% din disciplinele din planul de învățământ asistate integral, normate în Statul de funcții potrivit formei de învățământ, au ca titulari cadre didactice cu titlul de profesor universitar sau conferențiar universitar.	Într-o pondere semnificativă (72%), disciplinele din planul de învățământ la programul <i>Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară</i> asistate integral au ca titulari cadre didactice cu gradul didactic de profesor sau conferențiar universitar. Anexele <a href="#">Stat Funcții simulat marketing 2019-2020</a> , <a href="#">Planul de Învățământ Strategii și Politici de Marketing în limba maghiară</a> și <a href="#">Situatia gradului de ocupare a personalului didactic Marketing</a>	Îndeplinit
23.	Personalul auxiliar care asigură suportul tehnic în laboratoarele didactice și de cercetare/creație	Nu este cazul, asistența tehnică se asigură de către cadrul didactic titular de disciplină.	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

	artistică este adecvat pentru a asigura desfășurarea activităților practice prevăzute în planul de învățământ.		
<b>B. EFICACITATEA EDUCAȚIONALĂ</b>			
<b>B.1 - Conținutul programelor de studii ESG 1.4</b>			
24.	Instituția de învățământ superior aplică o politică transparentă a recrutării, admiterii, transferurilor și mobilităților studenților la ciclul de studii universitare de masterat, potrivit legislației în vigoare.	<p>În ceea ce privește admiterea la <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i>, atât Regulamentul de admitere la nivel de universitate (Anexa <a href="#">Regulament admitere UBB 2017 &amp; 2018</a>), cât și cel propriu al facultății pentru programele de studii de masterat (Anexa <a href="#">Regulament admitere master FSEGA 2017 &amp; 2018</a>) sunt diseminate în mod public pe website-ul facultății (<a href="http://econ.ubbcluj.ro">http://econ.ubbcluj.ro</a>), în secțiunea "Admitere".</p> <p>Procedura și criteriile de admitere, pentru toate programele de studii, sunt diseminate prin broșuri și flyere (a se vedea, pentru exemplificare, Anexele <a href="#">Broșura programe studii FSEGA 2017 &amp; 2018</a> și <a href="#">Flyer admitere FSEGA 2017</a>), atât în format tipărit, cât și în format electronic pe website-ul facultății (<a href="http://econ.ubbcluj.ro">http://econ.ubbcluj.ro</a>) în secțiunea "Admitere".</p> <p>În cadrul <i>FSEGA</i> a fost creat și activează Oficiul pentru Admitere și Ofertă Educațională, având drept rol principal susținerea procesului de admitere la studii nivel licență și masterat, precum și mediatizarea ofertei educaționale a facultății (Anexa <a href="#">Consilii și oficii FSEGA</a>).</p> <p>La nivelul <i>Universității Babeş-Bolyai</i>, a fost stabilită o procedură privind organizarea și desfășurarea concursului de admitere la studii universitare de nivel licență și master (Anexa <a href="#">Procedura organizare concurs admitere UBB</a>).</p> <p>Conform consultării cu masteranzii și absolvenții <i>FSEGA</i> procesul de admitere la programele de masterat ale <i>FSEGA</i> este perceput de către o majoritate covârșitoare ca fiind transparent, corect, criteriile de admitere permițând participarea la proces a unei mari diversități de studenți în condiții de egalitate de șanse (Raport DSUM, pg. 55 Anexa 2.1.4-5).</p> <p>În ceea ce privește transferurile și mobilitățile studenților, acestea sunt permise în cadrul unor proceduri și cu anumite condiții, potrivit legislației în vigoare, acestea fiind prevăzute în Regulamentul privind activitatea profesională a studenților <i>Universității Babeş-Bolyai</i>, în baza sistemului european de credite transferabile (a se vedea Anexa <a href="#">Regulament activitate studenți UBB</a>). Conform acestuia, studenților le sunt permise patru tipuri de mobilități: interne temporare, internaționale temporare, interne definitive și internaționale definitive. Acest regulament este diseminat în mod public atât pe website-ul <i>Universității Babeş-Bolyai</i>, (<a href="http://ubbcluj.ro">http://ubbcluj.ro</a>), cât și pe website-ul Consiliului Studenților din <i>UBB</i> (<a href="http://csubb.ro/">http://csubb.ro/</a>).</p> <p>În privința mobilităților internaționale temporare, <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i>, în ansamblu, și <i>FSEGA</i>, în mod particular, oferă studenților proprii numeroase alternative și oportunități (a se vedea Anexa <a href="#">Broșura programe studii FSEGA 2017 &amp; 2018</a>, p.18-19 &amp; p. 16-17), beneficiind totodată de asistența Centrului de Cooperări Internaționale al <i>UBB</i> (<a href="http://cci.ubbcluj.ro/">http://cci.ubbcluj.ro/</a>) și a Oficiului pentru Relații</p>	Îndeplinit

## RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<i>Internaționale al FSEGA (Anexa <a href="#">Consilii și oficii FSEGA</a>).</i>													
25.	Admiterea se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică niciun fel de criterii discriminatorii.	<p>Conform criteriilor de admitere definite prin regulamentul specific (Anexe <a href="#">Regulament admitere master FSEGA 2017 &amp; 2018</a>), nu există niciun fel de formă de discriminare între candidații înscriși la concursul de admitere la <b>Universitatea Babeș-Bolyai</b>.</p> <p>Cea mai recentă versiune a metodologiei de admitere la programele de studii din cadrul <b>DSUM-Marketing</b>, în vigoare începând cu admiterea din anul 2017, reliefează o evaluare cât mai obiectivă și transparentă a candidaților, atât media finală de admitere, cât și elementele pentru o eventuală departajare a candidaților bazându-se pe o structură formată din 3 elemente: nota obținută la proba scrisă, media anilor de studii de licență și, respectiv, media obținută la examenul de licență.</p>	Îndeplinit												
26.	La nivelul universității/ facultății există o metodologie de admitere la ciclul de studii universitare de masterat, ca document distinct sau ca parte a unui regulament de admitere pentru toate ciclurile de studii din universitate.	În fiecare an, metodologia de admitere la programele de studii oferite de ÎS- <b>Universitatea Babeș-Bolyai</b> (care conține și secvențe specifice admiterii la studiile de master) este actualizată conform reglementărilor naționale nou apărute și aprobată prin hotărâre a senatului. Aceste aspecte se regăsesc în documente distincte (Anexele <a href="#">Regulament admitere UBB 2017 &amp; 2018</a> și <a href="#">Regulament admitere master FSEGA 2017 &amp; 2018</a> )	Îndeplinit												
27.	Se recomandă ca studenții de la programele de masterat profesionale să fie absolvenți ai programelor de licență din aceeași ramură de științe din care face parte programul de studii universitare de masterat.	Într-o proporție semnificativă, populația studentescă înmatriculată în anul I la programele de studii din <b>DSUM-Marketing</b> provine dintre absolvenții <b>FSEGA</b> (circa 50% în fiecare an). Dacă se iau în calcul și absolvenții care provin de la alte facultăți ale ÎS- <b>Universitatea Babeș-Bolyai</b> , dar tot de la programe de studii din aceeași ramură științifică ( <i>științe economice</i> ), ponderea acestei categorii de studenți, în total, se ridică la 75-80%. Anexa <a href="#">Analiza proveniența studenți masterat FSEGA</a>	Îndeplinit												
28.	Se recomandă ca studenții de la programele de masterat de cercetare să fie absolvenți ai programelor de licență din domeniul fundamental din care face parte programul de studii universitare de masterat.	Nu este cazul.													
29.	Gradul de promovare a studenților după primul an de studii confirmă adecvarea condițiilor de admitere (statistici din ultimele trei promoții).	<p>Statistici privind promovabilitatea studenților după anul I – Strategii și Politici de Marketing IF linia română</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Promoția</th> <th>Gradul de promovare %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.2014-2015</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>2. 2015-2016</td> <td>85,24%</td> </tr> <tr> <td>3.2016-2017</td> <td>80%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Statistici privind promovabilitatea studenților după anul I – Strategii și Politici de Marketing IF linia maghiară</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Promoția</th> <th>Gradul de promovare anul I %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.2014-2015</td> <td>80%</td> </tr> </tbody> </table>	Promoția	Gradul de promovare %	1.2014-2015	82%	2. 2015-2016	85,24%	3.2016-2017	80%	Promoția	Gradul de promovare anul I %	1.2014-2015	80%	Îndeplinit
Promoția	Gradul de promovare %														
1.2014-2015	82%														
2. 2015-2016	85,24%														
3.2016-2017	80%														
Promoția	Gradul de promovare anul I %														
1.2014-2015	80%														



**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai“ din Cluj-Napoca

		2. 2015-2016	75%		
		3.2016-2017	80%		
30.	Admiterea/transferul se face în limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS și publicate în HG din anul calendaristic curent.	Conform datelor din secretariat referitor la înmatricularea studenților din anul I de studii din anii universitari 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017 se observă respectarea capacității maxime de școlarizare aprobată în fiecare an prin HG. Anexele <a href="#">HG Capacitate de școlarizare master FSEGA 2017</a> și <a href="#">Locuri admitere master FSEGA 2017</a>			Îndeplinit
31.	Studenții înmatriculați au încheiat cu instituția un Contract de studii, în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților.	La momentul înmatriculării, studenții încheie un contract de studii cu ÎS- <b>Universitatea Babeş-Bolyai</b> . Formularul-tip de contract este adaptat studenților IF/IFR și prevede explicit o serie de drepturi și obligații pentru părți. Anexele <a href="#">Contract studii IF 2017</a> și <a href="#">Contract studii FR 2017</a>			Îndeplinit
32.	Concepția planurilor de învățământ s-a realizat cu consultarea mediului academic, a instituțiilor de cercetare, a angajatorilor, a absolvenților și prin consultarea Standardelor specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS. Se vor prezenta documente doveditoare ale consultărilor purtate.	<p>La nivelul <b>DSUM-Marketing</b> există o preocupare constantă pentru creșterea calității ofertei educaționale. În acest context, se realizează periodic consultarea și colaborarea atât cu mediul academic, cât și cu mediul de afaceri. Astfel de colaborări s-au derulat în mod consistent în ultimii ani sub egida unor proiecte de cercetare, cu finanțare națională sau europeană, ca de exemplu Proiectul eMarketing al Academiei de Studii Economice București, finanțat de UEFISCDI-CNMP (<a href="http://www.cnmp.ro/pncdi2/program4/2008/main/index.php?&amp;we=a4e9428fad82837902e19b9a12e1443f&amp;wf=detail&amp;id=2304&amp;wchk=60ac8e8fb027cb2d6c28fb89785e134e">http://www.cnmp.ro/pncdi2/program4/2008/main/index.php?&amp;we=a4e9428fad82837902e19b9a12e1443f&amp;wf=detail&amp;id=2304&amp;wchk=60ac8e8fb027cb2d6c28fb89785e134e</a>) în care <b>UBB</b> a fost partener printr-o echipă a <b>Departamentului de Marketing</b>.</p> <p>Preocuparea de a realiza consultări cu mediului de afaceri în ceea ce privește conținutul curricular, dar și competențele ce ar trebui livrate absolvenților de marketing, s-a concretizat în publicare unor articole științifice, unele chiar în reviste aflate în fluxul științific internațional ( vezi <a href="#">Lista lucrărilor științifice</a>).</p> <p>În <b>Universitatea Babeş-Bolyai</b>, a fost creat și activează Centrul de Dezvoltare Universitară și Management al Calității (CDUMC) al UBB, acesta având printre obiective derularea de sondaje privind opinia studenților, a absolvenților și a angajatorilor cu privire la studiile universitare (a se vedea Anexa <a href="#">Centrul de Dezvoltare Universitară și Management al Calității</a>).</p> <p>De asemenea, documentul <a href="#">Consultare masteranzi și absolvenți FSEGA</a> include o serie de aspecte privitoare la cunoștințele și competențele furnizate absolvenților, feed-back-ul transmis de aceștia fiind unul cât se poate de pozitiv.</p>			Îndeplinit
33.	Structura și conținutul programelor de studii, organizarea proceselor de predare, învățare și evaluare precum și cele de supervizare a cercetării sunt centrate pe dezvoltarea de competențe și contribuie prin adecvarea lor la atingerea obiectivelor și rezultatelor așteptate.	Ca și materializare a preocupării pentru furnizarea celor mai potrivite cunoștințe și competențe, atât <a href="#">Planurile de învățământ</a> , cât și <a href="#">Fișele de discipline</a> aferente programelor: <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> au fost concepute într-o orientare și o focalizare spre a permite absolvenților să ajungă la rezultatele dorite. (Anexale <a href="#">Planuri de Învățământ</a> 2017-2018, 2018-2019; Anexa <a href="#">Fișa disciplinei</a> ).			Îndeplinit
34.	Planurile de învățământ cuprind explicit activități practice (laboratoare, proiecte, stagii de practică, activități de creație și performanță, internship etc.) și o	Structura și conținutul <a href="#">Planurilor de Învățământ</a> aferente programelor: <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de</b>			Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca

	disertație prin care se atestă că fiecare student a acumulat competențele așteptate.	<b>Marketing IFR</b> cuprind explicit activitățile practice preconizate, atât ca natură, cât și ca volum de timp alocat. De asemenea, în structura planurilor de învățământ este menționat clar elaborarea lucrării finale de disertație, ca sinteză a competențelor acumulate de fiecare student. (Anexa <a href="#">Planuri de Învățământ 2017-2018, 2018-2019</a> )	
35.	Conceperea curriculumului reflectă centrarea pe student a procesului de învățare și predare, permițând alegerea unor trasee de învățare flexibile, prin discipline opționale și facultative și încurajează astfel studenții să aibă un rol activ în procesul de învățare.	<p>Conținutul <a href="#">Planurilor de Învățământ</a> reliefează elocvent centrarea pe student a procesului de învățare. Planurile includ seturi de discipline opționale și facultative. În plus, ca politică a IÎS-Universitatea <b>Babeș-Bolyai</b>, studenții pot opta și pentru materii de la alte programe de studii din cadrul universității. (Anexa <a href="#">Planuri de Învățământ</a>)</p> <p>Programele de studii de master <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> se prezintă sub forma unui pachet de documente ce include: obiectivele generale și specifice fiecărui program; planurile de învățământ, fișele disciplinelor. Disciplinele existente în planul de învățământ, într-o succesiune logică și eșalonate pe câte un semestru, respectă standardele ARACIS, fiind studiate atât discipline obligatorii, dar și discipline opționale/facultative. (Anexa <a href="#">Planuri de Învățământ</a> și Anexa <a href="#">Fișa disciplinei</a>)</p>	Îndeplinit
36.	Modul de organizare a procesului de învățare și predare și metodele pedagogice folosite sunt evaluate periodic și modificate atunci când este cazul.	<p>Există preocupări de evaluare periodică și de modificare, atunci când este cazul, a modului de organizare a procesului de învățare, de predare și a metodelor pedagogice folosite în cadrul programelor de studii de master: <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> .</p> <p>Evaluarea modului de organizare a procesului de predare și învățare și a metodelor pedagogice folosite se realizează semestrial.</p> <p>Pe de o parte, are loc o evaluare a prestației didactice de către studenți, prin intermediul platformei informatice a Universității <b>Babeș-Bolyai</b> (<a href="http://academicinfo.ubbcluj.ro/info/">http://academicinfo.ubbcluj.ro/info/</a>), în baza unei proceduri specifice (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura evaluare prestație didactică de studenții IF</a> și Anexa <a href="#">Procedura evaluare prestație didactică de studenții FR</a>), și a unui chestionar standard pus la dispoziția studenților în limbile română, maghiară, germană și engleză (a se vedea Anexa <a href="#">Chestionare evaluare didactică IF-IDFR</a>). Rezultatele evaluărilor prestației didactice de către studenți sunt făcute publice pe website-ul universității, la <a href="http://qa.ubbcluj.ro/">http://qa.ubbcluj.ro/</a> (a se vedea Anexele <a href="#">Raport evaluare didactică de studenți 2016-2017 s1</a> și <a href="#">Raport evaluare didactică de studenți 2016-2017 s2</a>).</p> <p>De asemenea, semestrial are loc și evaluarea activității cadrelor didactice de către colegi, în baza unei proceduri specifice, inclusiv prin observarea predării (a se vedea Anexele <a href="#">Procedura evaluare didactică de către colegi</a>, <a href="#">Evaluare didactică de către colegi UBB 2014-2017</a> și <a href="#">Evaluare didactică de către colegi FSEGA 2014-2017</a>).</p>	Îndeplinit
37.	Structura programelor de studii încurajează o abordare interdisciplinară, prin activități care contribuie la dezvoltarea profesională și în carieră a studenților.	Programele de studii <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> , (în special prin structura planurilor de învățământ și a conținutului fișei disciplinelor) încurajează o abordare interdisciplinară, prin activități care contribuie la dezvoltarea profesională și în carieră a studenților. La nivelul <b>DSUM-Marketing</b> există o preocupare constantă pentru creșterea calității ofertei educaționale. (Anexa-	Îndeplinit



**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<a href="#">Planuri de Învăţământ</a> , Anexa Fişa disciplinei)	
38.	Conţinutul programelor de studii de masterat de cercetare constituie o bază efectivă pentru studiile doctorale în domeniul evaluat.	Nu este cazul în <b>DSUM-Marketing</b> , FSEGA, <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i>	
39.	Fişele disciplinelor reflectă centrarea pe student a procesului de învăţare-predare-evaluare, includ activităţi didactice şi specifice studiului individual, precum şi ponderea acestora în procesul de evaluare finală.	În pachetele de documente aferente programelor de studii <b>Strategii şi Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii şi Politici de Marketing -IF, lb.maghiară şi Strategii şi Politici de Marketing IFR</b> sunt cuprinse şi Fişele disciplinelor. Informaţiile din structura acestora reflectă centrarea pe student a procesului de învăţare-predare-evaluare, fac referire la structura bugetului de timp necesar pregătirii, la activităţile didactice şi cele specifice studiului individual al bibliografiei recomandate, precum şi la ponderea acestora în procesul de evaluare finală.(Anexa Fişa disciplinei)	Îndeplinit
40.	Fişele disciplinelor pentru programele de studii de masterat de cercetare ştiinţifică sunt proiectate astfel încât să asigure studenţilor abilităţi practice/de cercetare, care să le permită realizarea/ conducerea unor lucrări/proiecte de cercetare.	Nu este cazul în <b>DSUM-Marketing</b> , FSEGA, <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i>	
41.	Pentru toate programele din domeniul de studii universitare de masterat evaluat, procesul didactic este astfel organizat încât să permită studenţilor dezvoltarea competenţelor formulate ca rezultate aşteptate ale programului de studii, în perioada legală prevăzută pentru finalizarea studiilor.	Structurarea planurilor de învăţământ ale programelor de studii <b>Strategii şi Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii şi Politici de Marketing -IF, lb.maghiară şi Strategii şi Politici de Marketing IFR ,din cadrul DSUM-Marketing</b> reliefează respectarea standardelor de calitate în vigoare. Numărul de discipline pe semestru, numărul şi tipul de ore pe disciplină, organizarea orarului sunt doar câteva dintre aspectele gestionate optim de către responsabilii de program, pentru a permite studenţilor să obţină rezultatele aşteptate şi, implicit, să-şi finalizeze studiile în perioada legală. Competenţele profesionale şi transversale ,dobândite de studenţi de la programele de studii de master <b>domeniul Marketing</b> , sunt suficiente pentru a le permite la absolvire angajarea pe piaţa muncii, dezvoltarea unei afaceri proprii sau continuarea studiilor în ciclul următor, cel al studiilor universitare de doctorat. Competenţele sunt bine definite şi prezentate într-o secţiune distinctă a Planului de învăţământ şi în structura Fişei de disciplină. (Anexa- <a href="#">Planuri de Învăţământ</a> , Anexa Fişa disciplinei)	Îndeplinit
42.	Timpul alocat şi metodele de predare şi învăţare sunt adecvate conţinutului disciplinelor, centrate pe nevoile studenţilor, asigură dezvoltarea competenţelor declarate şi prezintă un echilibru între activităţile faţă în faţă şi cele de studiu individual.	Pe baza abilităţilor pedagogice şi metodice ale titularilor de discipline (validate prin <a href="#">atestatele pedagogice</a> ), aceştia şi-au asumat organizarea fiecărei discipline de o manieră care să faciliteze asimilarea informaţiei ştiinţifice de către orice student, fără nicio discriminare. Modul de definire a orarului specific programelor de studii <b>Strategii şi Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii şi Politici de Marketing -IF, lb.maghiară şi Strategii şi Politici de Marketing IFR ,din cadrul DSUM-Marketing</b> (respectiv câte o disciplină pe zi, programată după orele 16) facilitează şi mai mult atât accesul propriu-zis al studenţilor la întâlniri, cât şi interacţiunea student-cadru didactic. Din conţinutului Planuri de învăţământ şi a Fişei disciplinelor, în ceea ce priveşte timpul alocat ,	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

		metodele de predare și învățare se dovedește că se asigură dezvoltarea competențelor declarate și prezintă un echilibru între activitățile față în față și cele de studiu individual. (Anexa- <a href="#">Planuri de Învățământ</a> , Anexa <a href="#">Fișa disciplinei</a> )	
43.	Procesul didactic este astfel organizat încât să dezvolte abilități de studiu individual și dezvoltare profesională continuă	Majoritatea disciplinelor incluse în planurile de învățământ ale programelor de studii <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR, din cadrul DSUM-Marketing</b> solicită studenților elaborarea de referate/proiecte/studii, cu indicarea metodelor, mijloacelor, surselor de informații necesare în acest sens, astfel încât aceștia au asigurate toate premisele pentru a-și dezvolta abilități de studiu individual. În plus, cele mai multe dintre aceste lucrări devin referințe utile în cariera urmată și a se forma în mod continuu și după absolvire. (Anexa <a href="#">Fișe discipline</a> )	Îndeplinit
44.	Rezultatele analizelor referitoare la calitatea predării, învățării și evaluării studenților confirmă adecvarea metodelor de predare și evaluare utilizate.	Percepția studenților <i>din cadrul DSUM-Marketing</i> asupra actului de predare și a procedurii de evaluare a progresului în învățare sunt monitorizate periodic. Rezultate ale aplicării acestui mecanism de monitorizare sunt prezentate în Anexele <a href="#">Raport evaluare de către studenți</a> .	Îndeplinit
45.	Metodele și criteriile de evaluare a competențelor dobândite (cunoștințe și abilități) de studenți sunt explicit incluse în fișele disciplinelor și sunt adecvate conținutului disciplinelor și rezultatelor așteptate.	Fișele de disciplină aferente programelor de studii de master <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR, din cadrul DSUM-Marketing</b> conțin informații diverse, printre care și cele referitoare la competențele specifice, profesionale și transversale pe care le asigură disciplina; obiectivele disciplinei (generale și specifice) conținutul disciplinei; modul de evaluare a studentului, adecvat conținutului disciplinei și rezultatelor așteptate. (Anexa <a href="#">Fișe discipline</a> )	Îndeplinit
46.	Mecanismele de contestare a evaluării competențelor și abilităților sunt publice și oferă garanții studenților privind o reevaluare obiectivă.	Atât Regulamentul privind activitatea profesională a studenților din <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> , în baza sistemului european de credite transferabile (a se vedea Anexa <a href="#">Regulament activitate studenți UBB</a> , art. 17), cât și <i>Statutul studentului UBB</i> (Anexa <a href="#">Statutul studentului UBB</a> , Art. 13), prevăd dreptul, respectiv mecanismele de contestare a evaluării competențelor și abilităților, oferind garanții studenților privind o reevaluare obiectivă. Ambele documente sunt diseminate în mod public atât pe website-ul <i>Universității Babeş-Bolyai</i> ( <a href="http://ubbcluj.ro">http://ubbcluj.ro</a> ), cât și pe website-ul Consiliului Studenților din <i>UBB</i> ( <a href="http://csubb.ro/">http://csubb.ro/</a> ).	Îndeplinit
47.	În procesul de evaluare a activității de practică/ creație artistică/ cercetare științifică se ține cont de aprecierile tutorelui de practică/ îndrumătorului științific din entitatea/ organizația în care s-a desfășurat respectiva activitate.	Activitatea de practică a studenților se derulează în baza unei proceduri generale la nivelul <i>Universității Babeş-Bolyai</i> (a se vedea Anexele <a href="#">Model acord practică 2017 -2018</a> , <a href="#">Model convenție practică 2017 -2018</a> și <a href="#">Model declarație practică 2017 -2018</a> ) și cu respectarea unei proceduri la nivelul facultății (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura practica FSEGA 2017 -2018</a> ). În procesul de evaluare a activității de practică, cadrul didactic supervisor, responsabil cu urmărirea derulării stagiului de practică, ține cont de aprecierile tutorelui din organizația în care s-a desfășurat stagiul, aceste aprecieri fiind luate în considerare pentru evaluare, alături de documentația pregătită de student în urma stagiului de practică și, respectiv, de modul de susținere a acestuia în cadrul colocviului de practică.	Îndeplinit
48.	Tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a	Finalizarea studiilor se realizează în conformitate cu regulamentul aferent la nivel de	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

	studiilor (disertația) poate conține subiecte propuse și/sau formulate în colaborare cu mediul științific, mediul socio-economic și cultural.	<i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> (a se vedea Anexa <a href="#">Regulament finalizare studii UBB 2017 &amp; 2018</a> ) și în baza procedurii stabilite la nivel de facultate (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura finalizare studii FSEGA 2017</a> ). Tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a studiilor nu este restrictivă, putând conține subiecte propuse și/sau formulate în colaborare cu mediul științific, mediul socio-economic și cultural, studenților punându-li-se la dispoziție un ghid adecvat pentru elaborare, la nivel de facultate (a se vedea Anexa <a href="#">Ghid lucrare finalizare studii FSEGA 2018</a> ).	
49.	Eficacitatea evaluării cunoștințelor/ abilităților și legătura cu rezultatele declarate ale instruirii sunt periodic monitorizate și evaluate.	<p>Evaluarea semestrială a prestației didactice de către studenți din <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i>, în baza unei proceduri specifice face referire la eficacitatea evaluării cunoștințelor/abilităților (a se vedea Anexele <a href="#">Procedura evaluare prestatie didactica de studenti IF</a> și <a href="#">Procedura evaluare prestatie didactica de studenti FR</a>). Astfel, chestionarul standard de evaluare a prestației didactice include întrebări specifice în acest sens ("Formulează cu claritate responsabilitățile studenților (sarcini, criterii de evaluare, etc." și "Oferă feedback util cu privire la prestația noastră").</p> <p>Rezultatele recente ale evaluărilor prestației didactice de către studenți din <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> evidențiază percepții pozitive din acest punct de vedere (a se vedea Anexele <a href="#">Raport evaluare didactică de studenți 2016-2017 s1 S 12.1</a> și <a href="#">Raport evaluare didactică de studenți 2016-2017 s2 S 12.2</a>).</p> <p>În <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> evaluarea periodică a prestației didactice de către colegi, în baza procedurii specifice face de asemenea, referire la eficacitatea evaluării cunoștințelor/ abilităților, procedura și criteriile de evaluare a studenților fiind unul dintre principalele aspecte evaluate în acest sens (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura evaluare didactică de catre colegi</a>).</p>	Îndeplinit
50.	Există programe de stimulare și recuperare a studenților cu dificultăți în procesul de învățare, a studenților netradiționali sau a celor aflați în situație de risc.	<p>La nivelul <i>Universității Babeş-Bolyai</i>, a fost stabilită o procedură privind monitorizarea populației de studenți aflați în risc de abandon școlar (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura monitorizare studenți cu risc de abandon școlar UBB</a>).</p> <p>Consiliul Studenților din <i>UBB</i>, cu sprijinul și finanțarea UBB, publică anual un ghid al studentului (a se vedea Anexa <a href="#">Ghidul Studentului UBB 2017-2018</a>).</p> <p>La nivelul <i>Universității Babeş-Bolyai</i>, toate cadrele didactice sunt obligate să stabilească un program săptămânal de consultații, pe care să-l disemineze prin afișare la avizare (a se vedea Anexa <a href="#">Statutul studentului UBB, Art. 36</a>).</p> <p>În cadrul <i>FSEGA</i>, sunt prevăzute în orarul studenților (atât la nivel de licență, cât și la nivel de masterat) activități de mentorat, la fiecare două săptămâni, fiecare program de studii având desemnat un tutore în acest sens (a se vedea anexele <a href="#">Orar mentorat 2017-2018 s1</a> și <a href="#">Orar mentorat 2017-2018 s2</a>).</p> <p>La nivelul <i>FSEGA</i> orarul activităților didactice este stabilit în baza unei proceduri care ține cont de condițiile specifice ale studenților înmatriculați la programele de masterat, o mare parte dintre aceștia fiind absorbiți de piața forței de muncă încă din timpul studiilor. Astfel, se urmărește, în măsura posibilului, continuitatea activității studenților în săli, precum și evitarea prevederii de activități</p>	Îndeplinit

## RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<p>didactice la programele de masterat înaintea orei 15:40 (a se vedea Anexele <a href="#">Procedura organizare orar 2017-2018 S1</a> și <a href="#">Procedura organizare orar 2017-2018 S2</a>, precum și <a href="#">Orar 2017-2018</a>).</p> <p>La nivelul <i>Universității Babeş-Bolyai</i>, se acordă burse de ajutor social atât din fonduri bugetare, cât și extrabugetare, studenților orfani, cu probleme medicale sau a căror familii realizează venituri reduse (a se vedea Anexa S 03 <a href="#">Regulament burse 2017-2018 UBB</a>).</p>																	
51.	Rata de absolvire cu diplomă de master a programelor de studii de masterat din domeniul evaluat confirmă adecvarea/eficacitatea procesului de predare-învățare. (Statistici din ultimele trei promoții).	<p>Strategii și Politici de Marketing IF, linia română Statistici privind absolvirea domeniului de studii</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la începutul anului 1</th> <th>Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la sfârșitul anului 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016 – 32/40 – 80%</td> <td>2016 – 32/38 - 84,2%</td> </tr> <tr> <td>2017 – 15/53 – 28,3%</td> <td>2017 – 15/27 – 55,55%</td> </tr> <tr> <td>2018 – 18/40 – 45%</td> <td>2018 – 18/34 - 52,94%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Strategii și Politici de Marketing IF, linia maghiară Statistici privind absolvirea domeniului de studii</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la începutul anului 1</th> <th>Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la sfârșitul anului 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016 – 8/15 – 53,33%</td> <td>2016 – 8/12 – 66,66%</td> </tr> <tr> <td>2017 – 12/13 – 92,3%</td> <td>2017 – 12/13 – 92,3%</td> </tr> <tr> <td>2018 – 7/19 – 36,84%</td> <td>2018 – 7/8 – 87,5%</td> </tr> </tbody> </table>	Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la începutul anului 1	Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la sfârșitul anului 2	2016 – 32/40 – 80%	2016 – 32/38 - 84,2%	2017 – 15/53 – 28,3%	2017 – 15/27 – 55,55%	2018 – 18/40 – 45%	2018 – 18/34 - 52,94%	Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la începutul anului 1	Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la sfârșitul anului 2	2016 – 8/15 – 53,33%	2016 – 8/12 – 66,66%	2017 – 12/13 – 92,3%	2017 – 12/13 – 92,3%	2018 – 7/19 – 36,84%	2018 – 7/8 – 87,5%	Îndeplinit
Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la începutul anului 1	Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la sfârșitul anului 2																		
2016 – 32/40 – 80%	2016 – 32/38 - 84,2%																		
2017 – 15/53 – 28,3%	2017 – 15/27 – 55,55%																		
2018 – 18/40 – 45%	2018 – 18/34 - 52,94%																		
Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la începutul anului 1	Rata de absolvire % absolvenți dintre cei înmatriculați la sfârșitul anului 2																		
2016 – 8/15 – 53,33%	2016 – 8/12 – 66,66%																		
2017 – 12/13 – 92,3%	2017 – 12/13 – 92,3%																		
2018 – 7/19 – 36,84%	2018 – 7/8 – 87,5%																		
<b>B2. Accesibilitatea resurselor educaționale ESG 1.6</b>																			
52.	Instituția/facultatea supusă evaluării trebuie să dispună de bibliotecă cu fond de carte și periodice relevante în domeniul specializării în care se organizează învățământul la nivel de masterat, în format fizic și/sau electronic (acces la baze de date academice online).	<p>Studenții din cadrul <i>Universității Babeş-Bolyai</i> domeniului de studiu de masterat <b>Marketing</b> au la dispoziție un fond de publicații pus la dispoziție de Biblioteca Centrală Universitară "Lucian Blaga"(BCU) și de filialele acesteia (a se vedea Anexa <a href="#">Raport Biblioteca Centrală Universitară BCU Lucian Blaga 2017</a>). Una dintre cele mai mari filiale ale BCU activează chiar în incinta clădirii FSEGA – Biblioteca FSEGA "Aurel Negucioiu".</p> <p>Fondul de carte propriu din literatura de specialitate română și străină există într-un număr de exemplare suficient pentru a acoperi integral disciplinele din planurile de învățământ ale programelor de studii din cadrul domeniului evaluat. (Anexele <a href="#">Resurse Biblioteca Centrală Universitară BCU Lucian Blaga 2018</a> și <a href="#">Resurse Biblioteca FSEGA Aurel Negucioiu 2018</a>).</p> <p>Un număr important de lucrări de specialitate sunt disponibile și la nivelul departamentelor care gestionează programele de studii <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR.</b></p>	Îndeplinit																

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai“ din Cluj-Napoca

53.	Disciplinele din planul de învățământ trebuie să fie acoperite cu bibliografia didactică necesară (tratate, manuale, îndrumare, note de curs, suporturi de curs) la dispoziția studenților, în format electronic sau în număr suficient de exemplare tipărite.	Accesibilitatea și gradul adecvat de actualitate al listei bibliografice obligatorii aferente fiecărei discipline incluse în planurile de învățământ ale programelor de studii <b>Strategii și Politici de Marketing - IF, Ib.română, Strategii și Politici de Marketing - IF, Ib.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> din cadrul domeniului <b>Marketing</b> se poate verifica în Anexa <a href="#">Lista lucrărilor bibliografice</a> , care cuprinde și detalii privind modalitatea de accesare de către studenți.	Îndeplinit
54.	Universitatea/facultatea care organizează programele de studii universitare de masterat asigură studenților accesul electronic la baze de date naționale și internaționale specifice domeniului de studii universitare de masterat.	Studenții și cadrele didactice din <b>Universitatea Babeş-Bolyai / FSEGA</b> dispun de acces constant la biblioteci electronice și baze de date științifice internaționale, atât pentru literatura de specialitate (a se vedea Anexa <a href="#">Resurse Biblioteca Central Universitară BCU Lucian Blaga</a> ), cât la pentru date despre companii și piețe prin trei servicii esențiale: Thomson Reuters Eikon, Euromonitor Passport și Statista (a se vedea Anexa <a href="#">Acces baze de date despre companii și pietele FSEGA</a> ).	Îndeplinit
55.	Stagiile de practică/cercetare/creație se desfășoară pe baza unor acorduri de colaborare cu agenți socio-economici, instituții, organizații non-profit cu activități de producție, proiectare, cercetare, și creație cultural-artistică, după caz, relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat.	Activitatea de practică a studenților de la programele de studii <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, Ib.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, Ib.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</b> se derulează în baza unei proceduri generale la nivelul <b>Universității Babeş-Bolyai</b> (a se vedea Anexele <a href="#">Model acord practică 2017 -2018</a> , <a href="#">Model convenție practică 2017 -2018</a> și <a href="#">Model declarație practică 2017 -2018</a> ) și cu respectarea unei proceduri la nivelul facultății (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura practică FSEGA 2017 -2018</a> ). O selecție a documentelor care se întocmesc cu ocazia organizării și desfășurării activității de practică a masteranzilor este prezentată în Anexa <a href="#">Acorduri practică</a> .	Îndeplinit
56.	Pentru programele de studii universitare de masterat cu predare în limbi de străine, universitatea / facultatea pune la dispoziția studenților resurse de studiu și materiale relevante în limba de predare.	Există resurse de studiu adecvate pentru programele de studii cu predare în limbi străine, realizate în limbile respective( așa cum este și programul <b>Strategii și Politici de Marketing -IF, în Ib.maghiară</b> ) după cum se poate verifica în Anexa <a href="#">Lista lucrărilor bibliografice</a> , care cuprinde și detalii privind modalitatea de accesare de către studenți. De asemenea, prin bazele de date internaționale accesibile din cadrul rețelei de Internet a facultății, există acces atât la literatură de specialitate, cât și la date despre companii și piețe, în limbi de circulație internațională (a se vedea Anexele <a href="#">Resurse Biblioteca Centrală Universitară BCU Lucian Blaga 2018</a> și <a href="#">Acces baze de date despre companii și pietele FSEGA</a> ).	Îndeplinit
57.	Instituția de învățământ superior oferă studenților sprijin relevant pentru procesul de învățare: consiliere în carieră, consultanță și asistență etc.	Consiliul Studenților din <b>Universitatea Babeş-Bolyai</b> , cu sprijinul și finanțarea UBB, publică anual un ghid al studentului (a se vedea Anexa <a href="#">Ghidul Studentului UBB 2017-2018</a> ). La nivelul <b>Universității Babeş-Bolyai</b> , toate cadrele didactice sunt obligate să stabilească un program săptămânal de consultații, pe care să-l disemineze prin afișare la avizare (a se vedea Anexa <a href="#">Statutul studentului UBB, Art. 36</a> ). La nivelul <b>FSEGA</b> , sunt prevăzute în orarul studenților (atât la nivel de licență, cât și la nivel de masterat) activități de mentorat, la fiecare două săptămâni, fiecare program de studii având desemnat un tutore în acest sens (a se vedea Anexele <a href="#">Orar mentorat 2017-2018 s1</a> și <a href="#">Orar mentorat 2017-2018 s2</a> ). La nivelul <b>Universității Babeş-Bolyai</b> , se acordă burse de ajutor social atât din fonduri bugetare,	Îndeplinit

## RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca

		<p>cât și extrabugetare, studenților orfani, cu probleme medicale sau a căror familii realizează venituri reduse (a se vedea <a href="#">Regulament burse 2017-2018 UBB</a>).</p> <p>Atât în <i>Universitatea Babeș-Bolyai</i>, cât și în <i>FSEGA</i>, există centre dedicate studenților pentru consiliere în carieră, consultanță și asistență psihologică și educațională (a se vedea anexele <a href="#">Centrul de Carieră, Alumni și Relația cu Mediul de Afaceri UBB</a> și <a href="#">Centrul de Orientare și Consiliere Profesională FSEGA</a>). Detalii despre aceste centre se regăsesc la <a href="http://cariera.centre.ubbcluj.ro/">http://cariera.centre.ubbcluj.ro/</a> și la <a href="https://econ.ubbcluj.ro/procariera/">https://econ.ubbcluj.ro/procariera/</a></p>	
58.	Există programe de stimulare și recuperare a studenților cu dificultăți în procesul de învățare, a studenților netradiționali sau a celor proveniți din zone dezavantajate.	<p>În cadrul <i>Universității Babeș-Bolyai</i> funcționează un <i>Birou pentru Studenți cu Dizabilități</i> (BSD), care facilitează și sprijină includerea studenților cu nevoi diverse de învățare în viața universitară, identificarea acestor nevoi, precum și informarea cadrelor didactice cu privire la nevoile de învățare ale studenților cu dizabilități. Printre atribuțiile BSD se numără facilitarea accesului studenților cu dizabilități la procesul de predare-învățare, oferirea de servicii în scopul soluționării dificultăților care pot să apară în contextul dizabilității, precum și oferirea de informații și formarea cadrelor didactice universitare cu privire la nevoile diverse de învățare.</p> <p>BSD dispune de un birou și are acces la un spațiu de organizare de activități (workshop, seminar, team-building) pentru grupuri. Mai multe informații despre BSD se regăsesc la: <a href="http://bsd.centre.ubbcluj.ro/">http://bsd.centre.ubbcluj.ro/</a></p> <p>ÎS este implicată în proiectul ROSE al Ministerului Educației Naționale privind reducerea abandonului în rândul studenților provenind din medii dezavantajate. Ca urmare a aplicării proiectului în cadrul FSEGA, rata de abandon a scăzut cu 12,46%. (Anexa <i>Raport studenți exmatriculați</i>, prezentată la momentul vizitei).</p>	Îndeplinit
59.	Există resurse educaționale alternative digitale și activități de suport on-line, implementate pe platforme e-Learning	<p>La nivelul <i>Universității Babeș-Bolyai</i> este funcțională o platformă de e-Learning (<a href="https://portal.portalid.ubbcluj.ro/">https://portal.portalid.ubbcluj.ro/</a>), precum și activități de suport online (a se vedea <i>Anexele Descrierea platformei de eLearning</i> și <i>Procedura utilizare si monitorizare eLearning</i>).</p> <p>De asemenea, sunt puse la dispoziția studenților, în special a celor înmatriculați la formele de învățământ ID/FR, resurse educaționale digitale. În plus, cadrele didactice implicate în activități ID/FR sunt stimulate să participe semestrial la o competiție cu premii acordate pentru îmbunătățirea și modernizarea suporturilor de curs digitale (a se vedea Anexa <i>Competiția calității în tehnologia IDFR</i>). Facultatea a dezvoltat și o facilitate MOODLE care se adresează inclusiv studenților de la programele de master cu frecvență. (a se vedea <a href="https://econ.ubbcluj.ro/">https://econ.ubbcluj.ro/</a>)</p>	Îndeplinit
<b>B3. Rezultatele învățării ESG 1.3</b>			
60.	Cunoașterea științifică generată în cadrul programelor de studii de masterat în ultimii 5 ani se evaluează luându-se în considerare, după caz: a) publicațiile studenților în reviste relevante domeniului; b) comunicări științifice, participări artistice sau sportive la manifestări naționale și internaționale;	<p>Studenții de la programele de studii universitare de master <i>Strategii și Politici de Marketing-IF, Ib.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, Ib.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IFR</i>, îndrumați de cadrele didactice din FSEGA (în special din <i>Departamentul de Marketing</i>) au elaborat lucrări/studii, cu care au participat la dezbateri, sesiuni, conferințe științifice din domeniu. Un exemplu îl reprezintă Conferința Internațională a Departamentului de Marketing, Marketing from Information to Decision. (ediția <b>2016</b>), iar un alt exemplu este dat de publicarea unui articol științific în</p>	Îndeplinit



## RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai“ din Cluj-Napoca

	<p>c)alte rezultate ale studiilor relevante domeniului (proponeri de brevete, studii de caz, patente, produse și servicii, studii parametrice de optimizare, produse culturale, produse artistice, competiții sportive etc.); d)contribuții la cercetarea integrată în rețele de cercetare națională sau internațională; e) comunicări științifice ale studenților realizate/publicate împreună cu cadre didactice sau cercetători.</p>	<p>Jurnalul <i>Marketing from Information to Decision</i>, indexat BDI, nr. 2/2018, de către o masterandă a programului Strategii și Politici de Marketing linia română (a se vedea <a href="https://econ.ubbcluj.ro/mid/journal/current.php">https://econ.ubbcluj.ro/mid/journal/current.php</a>)</p> <p>Totodată, studenții au fost încurajați în mod constant să participe atât la Olimpiadele economiștilor în formare, secțiunea Master, desfășurate sub egida Asociației Facultăților de Economie din România (AFER), cât și la alte competiții științifice sau de studii de caz din țară sau străinătate.</p> <p>De menționat și existența Cercul Științific al Studenților de Marketing în limba maghiară-MarkeTeam, prin care studenților li se oferă un cadru de specializare și socializare adecvat și eficient(Raport DSUM, pg.76).</p> <p><i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> a instituit, începând cu 2016, un sistem de stimulare prin granturi a organizării de conferințe/ cursuri avansate/ cercetări, sub denumirea generică de "Advanced Fellowships", sub coordonarea Institutului de Studii Avansate în Știință și Tehnologie STAR-UBB (a se vedea Anexa <a href="#">Granturi Advanced Fellowships organizare evenimente</a>).</p> <p>La nivelul <b>FSEGA</b> se organizează anual numeroase evenimente relevante de natura sesiunilor științifice, simpozioanelor, conferințelor etc. la care participă și studenții, în special masteranzi și doctoranzi (a se vedea Anexa <a href="#">Manifestări științifice FSEGA 2016-2018</a>).</p> <p>Rezultatele colaborării dintre cadrele didactice și studenții masteratului <i>Strategii și politici de marketing în limba maghiară</i> sunt prezentate în Raport DSUM, pg.56 și Anexele: <i>2.1.5-1 Planul de cercetare științifică al direcției de cercetare/ departamentului ; 2.1.5-2 Raportul direcției de cercetare; 2.1.5-3 Programul manifestărilor științifice organizate; 2.1.5-4 Instituții de cercetare.</i></p>													
61.	<p>Existența/Crearea progresivă a unei baze de date cu disertațiile susținute în ultimii ani. Lucrările prezentate sunt /vor fi stocate în extenso, în baza de date cel puțin 5 ani de la absolvire.</p>	<p>În conformitate cu procedura privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor la nivelul <b>FSEGA</b> (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura finalizare studii FSEGA 2017</a>), în maxim 48 de ore de la afișarea rezultatelor examenului de susținere a lucrărilor de disertație, se constituie la nivelul departamentelor câte o comisie de arhivare fizică și electronică a lucrărilor. Conform procedurii, arhivarea lucrărilor în format electronic se face pe cel puțin două medii de stocare, iar lucrările în format tipărit se arhivează în varianta legată cu spirală/compactată. Comisia întocmește un proces verbal de arhivare a lucrărilor, iar procesul verbal împreună cu mediile electronice de arhivare este predat pe bază de semnătură la secretariatul departamentului, pentru arhivare finală. Lucrările în extenso sunt menținute în arhivă cel puțin 5 ani, FSEGA deținând și administrând un spațiu dedicat arhivării lucrărilor de finalizare a studiilor, la subsolul clădirii.</p>	Îndeplinit												
62.	<p>Statistici privind angajarea în domeniul evaluat sau în domenii conexe a absolvenților din ultimele trei promoții: a) în momentul înmatriculării, ponderea studenților masteranzi angajați; b) la un an de la absolvire, ponderea studenților masteranzi angajați</p>	<p>Statistici privind angajarea absolvenților</p> <table border="1" data-bbox="745 1198 1592 1385"> <thead> <tr> <th>Promoția</th> <th>Angajați în momentul înmatriculării</th> <th>Angajați la un an de la absolvire</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. 2014</td> <td>50%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>2. 2015</td> <td>63%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>3. 2016</td> <td>70,9%</td> <td>77,3%</td> </tr> </tbody> </table>	Promoția	Angajați în momentul înmatriculării	Angajați la un an de la absolvire	1. 2014	50%	100%	2. 2015	63%	100%	3. 2016	70,9%	77,3%	Îndeplinit
Promoția	Angajați în momentul înmatriculării	Angajați la un an de la absolvire													
1. 2014	50%	100%													
2. 2015	63%	100%													
3. 2016	70,9%	77,3%													

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai“ din Cluj-Napoca

63.	Pentru programele de studii de masterat de cercetare din domeniul evaluat ponderea absolvenților din ultimele 5 promoții, care își continuă studiile la programele de doctorat (proprii sau externe instituției absolvite) să fie de peste 10%.	Chiar dacă programele de studii de master <b>Strategii și Politici de Marketing-IF, lb.română, Strategii și Politici de Marketing -IF, lb.maghiară și Strategii și Politici de Marketing IF</b> , din domeniul <b>Marketing</b> , fac parte din categoria <i>programelor profesionale</i> de studii de master, se poate remarca, că un număr important de absolvenți ai programelor de masterat ale <b>FSEGA</b> își continuă studiile prin programe de doctorat, în special în cadrul <i>Școlii Doctorale de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor</i> , Astfel, din totalul de 26 doctoranzi admiși în <b>2016</b> , 17 au fost absolvenți de programe de masterat ale FGEGA. De asemenea, din totalul de 28 doctoranzi admiși în <b>2017</b> , un număr de 16 fiind din rândul absolvenților programelor de masterat ale FSEGA (a se vedea Anexa <a href="#">Număr absolvenți master admiși la doctorat</a> ).	Îndeplinit
64.	Instituția de învățământ superior a definit standarde de calitate minimale pentru elaborarea lucrării de disertație, pe care le operationalizează periodic și le face publice.	Există o procedură distinctă privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor la nivelul <b>FSEGA</b> (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura finalizare studii FSEGA 2017 și Anexa 2.1.4.4 Ghid lucrare finalizare studii</a> ).	Îndeplinit
<b>B4. Activitatea de cercetare științifică (Criteriu aplicabil programelor de studii universitare de masterat de cercetare)</b>			
65.	Există planuri de cercetare la nivelul facultăților/departamentelor coordonatoare ale programelor din domeniul de studii universitare de masterat evaluat, ce includ teme de cercetare relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat.	Nu este cazul.	Nu este cazul.
66.	În domeniul de studii universitare de masterat supus evaluării se organizează periodic de către instituție sesiuni științifice, simpozioane, conferințe etc., la care participă și studenții, iar contribuțiile acestora sunt diseminate în publicații relevante.	Nu este cazul.	Nu este cazul.
67.	Instituția de învățământ superior face dovada existenței unor parteneriate reale cu mediul economic, social și cultural în domeniul de studii universitare de masterat evaluat, care asigură cadrul de dezvoltare și realizare a unor cercetări fundamentale sau aplicative.	Nu este cazul.	Nu este cazul.
68.	Studenții sunt informați despre implicațiile legale ale activității de cercetare și ale codurilor de etică și deontologie în cercetare.	Nu este cazul.	Nu este cazul.
<b>B5. Activitatea financiară a organizației</b>			
69.	Resursele financiare disponibile sunt adecvate și asigură că obiectivele programelor de studii de	Atât situația financiară a <i>Universității Babeş-Bolyai</i> (a se vedea Anexa <a href="#">Situația financiară UBB 2017</a> ), cât și cea a facultății (a se vedea Anexa <a href="#">Situația financiară FSEGA 2017</a> ), denotă disponibilitatea	Îndeplinit



**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

	masterat pot fi realizate.	<p>resurselor financiare în vederea asigurării îndeplinirii obiectivelor programelor de studii de masterat din <i>domeniul Marketing</i>.</p> <p>Analiza activității financiare a <i>Universității Babeş-Bolyai</i> indică o evoluție favorabilă a gestionării bugetului, a organizării și funcționării contabilității proprii. Bugetul de venituri și cheltuieli (Anexa 1.2.3) și Bilanțul contabil (Anexa 1.2.4) demonstrează că în cadrul <i>Universității Babeş-Bolyai</i> totalul veniturilor asigură o funcționare sustenabilă. (Raport DSUM, pg.7)</p> <p>În vederea asigurării sustenabilității financiare pentru programele de studii nivel masterat, la nivel <i>FSEGA</i> a fost concepută o metodologie de calcul prin care s-a determinat un prag specific (de acoperire a costurilor, exprimat în număr de studenți înmatriculați), la nivelul fiecărui program de studii de masterat, respectiv la nivelul grupurilor de programe de studii de masterat gestionate de către fiecare departament (a se vedea Anexa <a href="#">Analiza sustenabilitate financiara programe master FSEGA</a>).</p> <p>Totodată, în vederea asigurării sustenabilității financiare pentru toate programele de studii (licență și masterat), la nivel <i>FSEGA</i> norma didactică de bază a fost redimensionată (a se vedea Anexa <a href="#">Redimensionarea normei de bază FSEGA</a>).</p>	
70.	Instituția/facultatea/ departamentul asigură suportul financiar adecvat dezvoltării cercetărilor prevăzute în curriculumul programelor de studii universitare de masterat de cercetare din domeniul de masterat evaluat.	Nu este cazul.	
71.	Instituția de învățământ superior dispune de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității financiare, în condiții de transparență publică.	<p><i>Universitatea Babeş-Bolyai</i> dispune de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității financiare, în condiții de transparență publică.</p> <p>În structura ÎS există Biroul de audit public intern, ale cărui atribuții și activități sunt definite conform legislației în vigoare cu privire la practicile de auditare internă. (a se vedea <a href="https://www.ubbcluj.ro/ro/structura/unitati/unitati_administrative#biroul_audit">https://www.ubbcluj.ro/ro/structura/unitati/unitati_administrative#biroul_audit</a>)</p>	Îndeplinit
<b>C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII</b>			
<b>C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității ESG 1.1</b>			
72.	Instituția de învățământ superior aplică politica asumată privind asigurarea calității și dovedește existența și funcționarea structurilor și mecanismelor de asigurare a calității.	<p>La nivel de ÎS- <i>Universitatea Babeş-Bolyai</i>, dar și la nivel de <i>FSEGA</i> este elaborat și evaluat anual, Programul de Asigurare a Calității (a se vedea Anexele <a href="#">Program de asigurare a calității UBB 2017</a>, <a href="#">Evaluare program de asigurare a calității FSEGA 2017</a> și <a href="#">Program de asigurare a calității FSEGA 2018</a>).</p> <p>Elaborarea și evaluarea programului de asigurare a calității se realizează în baza unor proceduri definite la nivelul <i>UBB</i> (a se vedea Anexele <a href="#">Procedura elaborare program de asigurare a calității UBB</a> și <a href="#">Procedura evaluare program de asigurare a calității UBB</a>).</p> <p>În vederea aplicării politicii privind asigurarea calității, la nivelul <i>UBB</i> a fost creat și activează Centrul de Dezvoltare Universitară și Management al Calității (a se vedea Anexa <a href="#">Centrul de Dezvoltare Universitară și Management al Calității</a>, respectiv website-ul <a href="http://qa.ubbcluj.ro/">http://qa.ubbcluj.ro/</a>) și, respectiv, Comisia de Evaluare și Asigurare a Calității - CEAC</p>	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai“ din Cluj-Napoca

73.	<p>Programele de studii universitare de masterat sunt evaluate periodic intern privind următoarele aspecte:</p> <p>a) nevoi și obiective identificate pe piața muncii,  b) procese de predare-învățare-evaluare,  c) resurse materiale, financiare și umane,  d) concordanța dintre rezultatele declarate ale învățării și metodele de evaluare ale acestora,  e) rezultate privind progresul și rata de succes a absolvenților,  f) rata de angajabilitate a absolvenților în domeniul studiat,  g) existența unui sistem de management al calității în scopul asigurării continuității și relevanței.</p>	<p>Comisia de Evaluare și Asigurare a Calității (CEAC) din cadrul <i>Universității Babeş-Bolyai</i> este un organism consultativ al Rectoratului cu rol în definirea strategiilor în domeniul asigurării calității și care formulează puncte de vedere, elaborează strategii, regulamente și propuneri concrete de măsuri punctuale privind procesul de asigurare și evaluare a calității (a se vedea Anexa <a href="#">Comisia de Evaluare și Asigurare a Calității UBB</a>).</p> <p>CEAC are rolul de a elabora proceduri de evaluare și asigurare a calității, standarde și indicatori de performanță pentru activitățile desfășurate în universitate, verificând totodată aplicarea acestora (a se vedea Anexele <a href="#">Standarde de referință și indicatori de performanță ai calității UBB</a>, <a href="#">Principii, criterii și indicatori ai asigurării calității UBB</a> și, respectiv, <a href="#">Manualul calității UBB</a>).</p> <p>De asemenea, la nivelul fiecărei facultăți este constituită câte o Comisie de Evaluare și Asigurare a Calității (a se vedea Anexele <a href="#">Comisia de Evaluare și Asigurare a Calității facultăți</a> și <a href="#">Comisia de Evaluare și Asigurare a Calității FSEGA</a>).</p> <p>La nivelul <b>UBB</b>, acreditarea și evaluarea periodică a domeniilor de masterat se derulează în baza unei proceduri bine stabilite (a se vedea Anexa <a href="#">Procedura acreditarea-evaluare domenii master UBB</a>).</p>	Îndeplinit
74.	<p>Procesul de monitorizare a opiniei studenților este adecvat din punctul de vedere al relevanței informației colectate, al ratei de răspuns precum și al măsurilor de îmbunătățire (identificate și implementate).</p>	<p>Centrul de Dezvoltare Universitară și Management al Calității (CDUMC), din cadrul <i>Universității Babeş-Bolyai</i> are printre obiective derularea de sondaje privind opinia studenților, a absolvenților și a angajatorilor cu privire la studiile universitare. CDUMC realizează periodic studii/ analize/ rapoarte/ statistici referitoare la inserția pe piața muncii a absolvenților UBB, satisfacția studenților privind studiile la UBB, motivele alegerii UBB, evaluarea cursurilor de către studenți, analiza pieței muncii la nivel național, regional și local, analiza poziției UBB în clasamentele internaționale, statistici cu privire la mediul intern al Universității.</p>	Îndeplinit
75.	<p>Rezultatele monitorizării opiniei absolvenților asupra procesului de învățare din perioada studiilor universitare sunt utilizare în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.</p>	<p>La nivelul <b>FSEGA</b> se derulează periodic consultări în rândul masteranzilor și absolvenților de master cu privire la procesul de admitere și la conținutul planurilor de învățământ (a se vedea Anexa <a href="#">Consultare masteranzi și absolvenți FSEGA</a>).</p>	Îndeplinit
76.	<p>Rezultatele monitorizării opiniei angajatorilor cu privire la pregătirea absolvenților sunt utilizare în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.</p>	<p>La nivelul <b>FSEGA</b> au fost create și activează două structuri cu rol consultativ, inclusiv în privința programelor de studii organizate de facultate: Consiliul Consultativ al Mediului de Afaceri, format din reprezentanți ai mediului economic, care au statutul de parteneri pentru facultate, și respectiv Consiliul Consultativ Internațional, format din personalități ale mediului academic, cultural și profesional internațional (a se vedea Anexa <a href="#">Consilii și oficii FSEGA</a>).</p>	Îndeplinit
77.	<p>Monitorizarea opiniei studenților cu privire la procesul didactic confirmă eficiența acestuia și a serviciilor suport oferite.</p>	<p>La nivelul <b>UBB</b>, pentru evaluarea personalului didactic, de cercetare, auxiliar și nedidactic există proceduri bine stabilite. (a se vedea Anexele: <a href="#">Procedura evaluare personal didactic și de cercetare UBB</a> și <a href="#">Procedura evaluare personal auxiliar si nedidactic UBB</a>)</p> <p>La nivelul <b>FSEGA</b>, Consiliul Facultății a adoptat o procedură proprie de evaluare a personalului didactic și de cercetare. (A se vedea Anexa <a href="#">Procedura evaluare personal didactic și cercetare FSEGA</a>).</p> <p>În documentul <a href="#">Consultare masteranzi și absolvenți FSEGA</a> (Anexa Consultare masteranzi și</p>	Îndeplinit

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeș-Bolyai“ din Cluj-Napoca

		absolvenți), se face referire la o serie de aspecte privitoare la cunoștințele și competențele furnizate absolvenților. Feed-back-ul transmis de aceștia fiind unul cât se poate de pozitiv.	
78.	Instituțiile de învățământ superior/ Facultățile organizatoare a programelor din domeniul de studii universitare de masterat oferă informații publice complete, actualizate și ușor accesibile, asupra: a) obiectivelor programelor de studii și curriculumul, b) calificările și ocupațiile vizate, c) politicile de predare-învățare și evaluare, d) resursele de studiu existente, e) rezultatele obținute de studenți/absolvenți, f) sistemul de management a calității.	<p><i>Universitatea Babeș-Bolyai</i> oferă informații publice complete, actualizate și ușor accesibile, asupra:</p> <p>-obiectivelor programelor de studii și curriculumul, calificările și ocupațiile vizate( a se vedea în acest sens website-ul facultății <a href="http://econ.ubbcluj.ro">http://econ.ubbcluj.ro</a>, secțiunile <i>Oferta Educațională, respectiv Admitere</i>), precum și Anexa <a href="#">Programe studii UBB înregistrate RNCIS</a>, precum și Anexa <a href="#">Programe master FSEGA înregistrate RNCIS</a>, aceasta din urmă incluzând capturi de ecran din secțiunea RNCIS a website-ului <a href="http://site.anc.edu.ro/">http://site.anc.edu.ro/</a> din care se observă disponibilitatea publică a informațiilor menționate;</p> <p>politicilor de predare-învățare și evaluare, resurselor de studiu existente: planurile de învățământ, fișele disciplinelor și informații despre resursele de învățare (baze de date cu acces la literatură și la date) sunt disponibile în mod public pe website-ul facultății <a href="http://econ.ubbcluj.ro">http://econ.ubbcluj.ro</a> (respectiv la <a href="https://www.bcucluj.ro/">https://www.bcucluj.ro/</a> pentru catalogul resurselor bibliotecilor care deserveșc UBB);</p> <p>-sistemului de management a calității: a se vedea în acest sens informația disponibilă public la <a href="http://qa.ubbcluj.ro/">http://qa.ubbcluj.ro/</a>, precum și Anexele <a href="#">Procedura diseminarea info privind asigurarea calitatii UBB</a> și <a href="#">Regulament acces la informatii de interes public</a>.</p> <p>La nivelul <b>UBB și FSEGA</b>, există proceduri eficiente și transparente de evaluare a rezultatelor, atât pe parcursul anilor de studiu (a se vedea Anexele <a href="#">Regulament activitate studenți UBB</a> și <a href="#">Ghid evaluare studenți FSEGA</a>), cât și la finalizarea studiilor (a se vedea Anexele <a href="#">Regulament finalizare studii UBB 2017 &amp; 2018</a> și <a href="#">Procedura finalizare studii FSEGA 2017</a>).</p>	Îndeplinit

## ► PROPUNEREA COMISIEI DE EVALUARE

Propunerea Comisiei de experți permanenți de specialitate – Științe Economice 1, adoptată în ședința din data de 12.03.2019 a fost: **Menținerea acreditării domeniului de studii universitare de masterat MARKETING**, cu o capacitatea de școlarizare de 200 studenți școlarizați în primul an de studiu, conform Extrasului din procesul verbal, Raportului de evaluare al Comisiei și Fișelor de evaluare, înregistrate la ARACIS cu nr. 111 din 12.03.2019.

Structura domeniului de masterat evaluat este următoarea:

Nr. crt.	Programul de studii universitare de masterat	Locație	Limbă de predare	Formă de învățământ	Numărul de credite de studiu transferabile	Tip masterat (cercetare/ profesional/ didactic)
1.	Strategii și Politici de Marketing	Cluj-Napoca	Română	IF	120	Profesional
2.	Strategii și Politici de Marketing	Cluj-Napoca	Română	IFR	120	Profesional
3.	Strategii și Politici de Marketing	Cluj-Napoca	Maghiară	IF	120	Profesional

## ► EVALUAREA ÎN CONSILIU ȘI AVIZUL CONSILIULUI ARACIS

Consiliul ARACIS a apreciat că procesul de evaluare s-a desfășurat conform prevederilor Metodologiei de evaluare externă, a Ghidului activităților de evaluare a calității programelor de studii universitare și a instituțiilor de învățământ superior și a Ghidului de evaluare externă periodică a domeniilor de studii universitare de masterat.

Din analiza Raportului de autoevaluare, pe baza Rapoartelor înaintate de comisia de experți permanenți de specialitate și a avizului Directorului Departamentului de Acreditare privind respectarea procedurilor, Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior a constatat că:

Domeniul de studii universitare de masterat **MARKETING** cu structura menționată mai sus **satisface cerințele normative obligatorii, standardele și indicatorii de performanță și standardele specifice.**

## ► AVIZUL CONSILIULUI ARACIS

În Raportul Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior, elaborat și aprobat în conformitate cu prevederile Legii nr. 87/2006, cu modificările și completările ulterioare, se propune:

⇒ **Menținerea acreditării domeniului de studii universitare de masterat – MARKETING**; având următoarea structură:

## RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca

Nr. crt.	Programul de studii universitare de masterat	Locație	Limbă de predare	Formă de învățământ	Numărul de credite de studiu transferabile	Tip masterat (cercetare/ profesional/ didactic)
1.	Strategii și Politici de Marketing	Cluj-Napoca	Română	IF	120	Profesional
2.	Strategii și Politici de Marketing	Cluj-Napoca	Română	IFR	120	Profesional
3.	Strategii și Politici de Marketing	Cluj-Napoca	Maghiară	IF	120	Profesional

⇒ **Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca;**

⇒ capacitatea de școlarizare în primul an de studiu: **200 de studenți.**

⇒ Prezentarea sintetică a rezultatelor evaluării domeniului de studii universitare de masterat analizat se regăsește în anexa prezentului raport.

Raportul Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior și soluția propusă au fost discutate și aprobate de Consiliul ARACIS la data de 21.03.2019.

### Biroul Executiv al Consiliului ARACIS

Președinte	Prof. univ. dr. Iordan PETRESCU	_____
Vicepreședinte	Prof. univ. dr. Cristina GHIȚULICĂ	_____
Secretar general	Prof. univ. dr. Dorian COJOCARU	_____
Director Departament de evaluare externă	Conf. univ. dr. Mădălin BUNOIU	_____
Director Departament de acreditare	Prof. univ. dr. Simona LACHE	_____

***Acest aviz este valabil până la data de 21.03.2024 (cinci ani de la Ședința Consiliului ARACIS de avizare). Cererea de evaluare periodică se va depune cu trei luni înainte de expirarea termenului de valabilitate sub sancțiunea intrării în lichidare a domeniului de studii universitare de masterat.***

***Acest aviz se transmite Ministerului Educației Naționale în vederea elaborării Hotărârii de Guvern și spre luare la cunoștință de Universitatea „Babeş-Bolyai” din Cluj-Napoca.***



	Denumire /Indicatori	Observații
1.	Instituția de învățământ superior (denumire în limba română și în engleză)	Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca
2.	Domeniul de studii universitare de masterat evaluat (denumire în limba română și în engleză)	Marketing / Marketing
3.	Lista programelor de studii universitare de masterat din domeniu (denumire în limba română și în engleză)	1.Strategii și Politici de Marketing – IF / Marketing Strategies and Policies - FT 2. Strategii și Politici de Marketing – IFR / Marketing Strategies and Policies - PT 3. Strategii și Politici de Marketing – IF – în limba maghiară / Marketing Strategies and Policies – FT – in Hungarian
4.	Numărul de studenți înmatriculați la programele de studii de masterat din domeniu	1. 2017-2018 – 40 studenți în anul I 2018-2019 – 45 studenți în anul I 2. 0 3 2017-2018 – 19 studenți în anul I 2018-2019 – 15 studenți în anul I
5.	Numărul de cadre didactice care predau la programele de studii de masterat din domeniu, din care titulari	1. 18 cadre didactice, 17 titulari, 1 cadru didactic asociat 2. 18 cadre didactice, 17 titulari, 1 cadru didactic asociat 3. 22 cadre didactice, 18 titulari, 4 cadre didactice asociate
6.	Diplomă eliberată	Diplomă de Master
7.	Nivelul de calificare conform CNC	7 – CNC
8.	Obiectivele comune ale programelor de studii de masterat din domeniu	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.
9.	Durata de școlarizare (exprimată în număr de semestre)	1. 4 semestre 2. 4 semestre 3. 4 semestre

**RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS**privind acreditarea programului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Babeş-Bolyai“ din Cluj-Napoca

10.	Numărul total de credite ECTS	1. 120 credite 2. 120 credite 3. 120 credite
11.	Scurtă descriere a calificărilor vizate pe domeniu	Referent de Specialitate Marketing / 243203 Specialist Marketing / 243103 Sef Birou Marketing/ 122102
12.	Verdict - Menținerea acreditării / neacreditare (în limba română și în engleză)	Menținerea acreditării / Continue accreditation
13	Modificări solicitate în vederea reanalizării domeniului	
14.	Acreditat de ARACIS la data de 07.11.2007	2011
15.	Echipa de evaluatori ARACIS:	Prof. univ. dr. Jugănaru Mariana Prof. univ. dr. Foltean Florin Stud. Midrigan Dorina
16.	Perioada vizitei de evaluare	6-8 martie 2019