



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 „Transilvania“ din Brașov

► **CONSIDERAȚII GENERALE**

Prin cererea înregistrată la Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior, cu nr. 5695 din data de 20.09.2019, **Universitatea „Transilvania” din Braşov** solicită evaluarea externă periodică a domeniului de studii universitare de master **MARKETING**.

Dosarul a fost înregistrat la ARACIS cu numărul 7269 din data de 18.12.2019.

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

Politici și strategii de marketing.

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 ESG 1.1, ESG 1.2, ESG 1.3			
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.	<ul style="list-style-type: none">Misiunea și obiectivele <i>programului de studii universitare de master (PSUM) „Politici și strategii de marketing”, din domeniul de studii universitare de master (DSUM) Marketing</i> sunt în concordanță cu misiunea Universității Transilvania din Brașov (UTBv), a Facultății de Științe Economice și administrarea afacerilor (FSEAA) și a cerințelor educaționale de pe piața muncii.Universitatea Transilvania din Brașov este o instituție de învățământ superior, de stat, acreditată, are personalitate juridică, caracter nonprofit, este apolitică și dispune de autonomie și libertate academicăMisiunea UTBv constă în producerea și transferul de cunoaștere către societate prin: (1) formare inițială la nivel universitar concretizată prin programe de studii de licență, master și doctorat; (2) cercetare științifică avansată, dezvoltare, inovare și transfer tehnologic; (3) programe postuniversitare; (4) dezvoltarea interacțiunii dintre universitate și societate, prin parteneriate în acord cu principiile unei societăți bazate pe cunoaștere.Misiunea PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing este:<ul style="list-style-type: none">- dezvoltarea capacității de cercetare științifică a absolvenților săi, de a fundamenta științific, strategii de marketing pe baza unor informații relevante, actuale și cât mai complete despre mediul economico-social;-dezvoltarea și perfecționarea aptitudinilor practice de a aplica soluții eficiente, bazate pe buna cunoaștere și înțelegere a metodelor și tehnicilor specifice cercetărilor de marketing și astfel creșterea valorii absolvenților învățământului superior pe piața muncii,	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

		- promovarea profesionalismului în domeniul marketingului și cercetărilor de marketing, pe piața românească prin dezvoltarea resurselor umane specializate, competitive la nivel european.	
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 masterat evaluat, sunt exprimate explicit și sunt aduse la cunoștința candidaților și a beneficiarilor interni și externi.	<ul style="list-style-type: none">• Competențele PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing sunt exprimate explicit și aduse la cunoștința beneficiarilor interni și externi prin postarea Planului de învățământ pe site-ul facultății (https://econ.unitbv.ro/programe-de-studii/masterat), iar rezultatele obținute de studenți sunt aduse la cunoștința acestora prin platforma de e-learning.• De asemenea, informații despre obiectivele declarate sunt transmise prin Fișele de disciplină și Suplimentul la diplomă.	îndeplinit
3.	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.	<ul style="list-style-type: none">• Din documentele care însoțesc R.A. rezultă că în Universitatea Transilvania din Braşov/Facultatea de Științe Economice și Adminstrarea Afacerilor a fost organizată o întâlnire a Comitetului Consultativ al programului de master „Politici și strategii de marketing”, în data de 10.07.2019 cu reprezentanții Camerei de Comerț și Industrie Braşov, ai Grupului de firme Temad și ai pensiunii Andy.	îndeplinit
4.	Fiecare program de studii din domeniul de studii universitare de masterat evaluat este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile Cadrului Național 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.	<ul style="list-style-type: none">• PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile Cadrului Național al Calificărilor (CNC), cu Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) și cu Standardele specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS.• Prin însușirea cunoștințelor de specialitate, teoretice și practice, absolvenții PSUM „Politici și strategii de marketing” din DSUM Marketing sunt pregătiți să facă față solicitărilor pieței muncii.	îndeplinit
5.	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 standardele	<ul style="list-style-type: none">• Denumirea PSUM „Politici și strategii de marketing” este în corelare cu mai multe calificări existente în COR .• Planul de învățământ PSUM „Politici și strategii de marketing” asigură o pregătire compatibilă cu Cadrul național de calificări, cu accent pe următoarele ocupații posibile conform Clasificării Ocupațiilor din România – ISCO - 08: 263104 - Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing; 263120 - Cercetător	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

	ocupaţionale aferente sau cu calificări previzionate.	economist în marketing; 263121 - Asistent de cercetare economist în marketing.	
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.	<ul style="list-style-type: none"> • PSUM „Politici și strategii de marketing” este o continuare firească a <i>programului de studii de licență Marketing</i>, aflat în oferta educațională a Facultății de Științe Economice și Administrarea Afacerilor, încă din anul 1990, dar, totodată creează premise pentru ca absolvenții să poată continua cariera profesională în domeniul Marketing, prin <i>program de doctorat în Marketing</i>. • În cadrul <i>Școlii Doctorale Interdisciplinare a Universității Transilvania din Braşov</i> există <i>domeniul de doctorat Marketing</i>, cu 7 conducători de doctorat dintre care 5 sunt cadre didactice titulare ale facultății de Științe Economice și Administrarea Afacerilor https://www.unitbv.ro/cercetare/doctorat-si-postdoctorat/despre-scoala-doctorala/domenii-de-doctorat-si-conducatori.html 	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.	<ul style="list-style-type: none"> • Nu este cazul. PSUM „Politici și strategii de marketing” este program de master profesional	NU ESTE 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Universitatea Transilvania din Braşov 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. • Carta Universității Transilvania din Braşov conține domeniul de aplicare și obiectivele <i>Codului de etică și deontologie universitară</i>, valorile și principiile eticii universitare și încălcări grave ale eticii universitare regulamente și proceduri specifice. • Abaterile de la normele eticii sunt rezolvate de <i>Comisia de etică și deontologie profesională universitară</i> de la nivelul universității. Masteranzii au obligația să utilizeze softul anti-plagiat disponibil pe platforma de e-learning a universității (Turnitin) și să prezinte dovada coordonatorului științific	îndeplinit
A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare ESG 1.6			
9.	Instituția de învățământ superior prezintă dovada privind deținerea sau închirierea spațiilor pentru activitățile didactice/aplicative/ laboratoare etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Universitatea Transilvania din Braşov face dovada proprietății spațiilor adecvate, destinate PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing, supus evaluării. 	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	<ul style="list-style-type: none"> • Activitățile didactice se desfășoară în săli/laboratoare aparținând Universității Transilvania din Braşov, dotate corespunzător (sisteme audio-video, tehnică de calcul de ultimă generație, cu software adecvat) pentru toate disciplinele din planul de învățământ al PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing, în concordanță cu misiunea și obiectivele asumate, asigurându-se toate condițiile pentru buna desfășurare a acestor activități. 	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

	masterat și specificului disciplinelor din planul de învățământ.		
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.	<ul style="list-style-type: none">• Universitatea Transilvania din Braşov dispune de o bibliotecă centrală, cu 110 săli de lectură în suprafață de 2601 mp, cu un total de 1998 de locuri și acces la resurse electronice, inclusiv baze de date internaționale.• Biblioteca dispune de săli de lectură în diferite corpuri de clădiri ale universității și în căminele studențești. Studenții masteranzi au acces electronic la mai multe baze de date internaționale Scencedirect, Springerlink, Proquest Central, CABI Forest Science Database, IEE/IEL, Legis, Thompson ISI Web of Knowledge etc. (https://www.unitbv.ro/biblioteca).	îndeplinit
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	<ul style="list-style-type: none">• Biblioteca centrală a UTBv dispune de un fond de carte care acoperă disciplinele din planul de învățământ al PSUM „Politici și strategii de marketing”.• Peste 50% dintre publicațiile existente pe domeniul Marketing sunt cărți sau cursuri de specialitate publicate în ultimii 10 ani, în edituri recunoscute la nivel național și internațional. Universitatea Transilvania din Braşov are editură proprie, Editura Universității Transilvania din Braşov.	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.	<ul style="list-style-type: none">• PSUM „Politici și strategii de marketing” este program de master profesional.• Facultatea de Științe Economice și Administrarea Afacerilor dispune de 7 laboratoare (4 laboratoare de informatică, 2 laboratoare de statistică și previziuni economice și 1 laborator de cercetări de marketing) dotate astfel încât să se asigure existența unui calculator la cel mult 2 studenți. Dotarea acestora este corespunzătoare atât misiunii și obiectivelor asumate, cât și disciplinelor cuprinse în planul de învățământ al PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing. Se utilizează softuri specifice performante (Access, SPSS, Clementine)• Stagiile de cercetare ale masteranzilor se pot desfășura în Centrul de cercetări economice din cadrul Institutului de Cercetare Dezvoltare al Universității Transilvania din Braşov (https://icdt.unitbv.ro/centre-de-cercetare/centrul-de-cercetari-economice.html).	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 pe plan național și eventual internațional.	SUM „Politici și strategii de marketing” este program de master profesional. Nu este cazul.	NU ESTE CAZUL

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

15.	Serviciile/Reţeaua ICT (Information and Communication Technology) sunt permanent actualizate, iar studenţii au acces la aceasta fie individual, fie în grupuri organizate.	<ul style="list-style-type: none"> • Universitatea Transilvania din Braşov oferă tuturor masteranzilor acces la resurse educaţionale digitale (https://www.unitbv.ro/biblioteca) şi activităţi de suport on-line, implementate pe platforma de e-Learning (https://elearning.unitbv.ro/login/index.php) 	îndeplinit
16.	Pentru programele de studii cu predare în limbi străine există resurse de studiu realizate în limbile respective.	PSUM „Politici şi strategii de marketing” este program de master cu predare în limba română. Nu este cazul	NU ESTE CAZUL
A3. Resurse umane şi capacitatea instituţiei de atragere a resursei umane externe instituţiei ESG 1.5			
17.	Personalul didactic este angajat conform criteriilor de recrutare stabilite la nivel instituţional, în conformitate cu prevederile legale.	<ul style="list-style-type: none"> • Cadrele didactice, din cadrul Facultăţii de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor/ Universitatea Transilvania din Braşov, implicate în procesul educaţional al PSUM „Politici şi strategii de marketing”, din DSUM Marketing, îndeplinesc condiţiile legale pentru ocuparea posturilor didactice, fiind calificate în domeniile specifice disciplinelor predate. • Metodologia de concurs pentru ocuparea posturilor didactice şi de cercetare vacante a fost aprobată de Senatul Universităţii Transilvania din Braşov la data de 21.11.2018. 	îndeplinit
18.	Cadrul didactic coordonator/responsabil al domeniului de masterat asigură compatibilizarea programelor de studii din domeniu.	• Coordonatorul PSUM „Politici şi strategii de marketing”, din DSUM Marketing este prof. dr. Gabriel Brătucu, conducător de doctorat în domeniul Marketing din anul 2005, afiliat la Şcoala Doctorală Interdisciplinară a Universităţii Transilvania din Braşov şi, totodată, Decan al Facultăţii de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor .	îndeplinit
19.	Personalul didactic este format din profesori universitari, conferenţieri universitari, şefi de lucrări (lectori universitari) titulari sau asociaţi, sau specialiştii reputaţi (maxim 20% din total cadre didactice implicate într-un program); titularii disciplinelor complementare trebuie să aibă titlul de doctor în domeniul disciplinelor predate.	<ul style="list-style-type: none"> • Toate cadrele didactice de la PSUM „Politici şi strategii de marketing”, din DSUM Marketing, sunt titulari în Universitatea Transilvania din Braşov şi au titlul de doctor. <p>În structură, cele 22 de cadre didactice sunt :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 profesori - 27.3% - 13 conferenţieri – 59.1% - 3 lectori - 13,6% <p>Titularii disciplinelor au titlul de doctor în domeniul disciplinelor predate.</p>	îndeplinit
20.	Pentru acreditarea domeniilor şi a programelor de studii universitare de masterat este necesară prezenţa la fiecare program de studii universitare de masterat a cel puţin unui cadru didactic cu titlul de profesor universitar şi a unui conferenţiar universitar, titulari în universitatea organizatoare, având pregătirea iniţială sau doctoratul, abilitarea, conducere de	<ul style="list-style-type: none"> • În cadrul Şcolii Doctorale Interdisciplinare a Universităţii Transilvania din Braşov există domeniul de doctorat Marketing, cu 7 conducători de doctorat, dintre care 5 sunt cadre didactice titulari ale FSEAA şi predau discipline la PSUM „Politici şi strategii de marketing”, din DSUM Marketing (prof.dr. Gabriel Brătucu, prof.dr. Cristinel Constantin, prof.dr. Gheorghe Epuran, prof.dr. Liliana Duguleană, prof.dr. Bianca Tescaşiu) https://www.unitbv.ro/cercetare/doctorat-si-postdoctorat/despre-scoala-doctorala/domenii-de-doctorat-si-conducatori.html 	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

	doctorat și/sau rezultate științifice recunoscute și relevante în ramura de știință în care se încadrează domeniul de masterat evaluat.		
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.	<ul style="list-style-type: none"> Toate cele 22 cadre didactice (100%) care prestează activități didactice asistate integral la PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing au calitatea de titular în Universitatea Transilvania din Braşov. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> Peste 90% dintre disciplinele prevăzute în Planul de învățământ al PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing sunt susținute de cadre didactice titulare, cu titlul de profesor universitar sau conferențiar universitar. Există 2 discipline (<i>Politici și strategii de marketing în comerț, Microeconomie avansată</i>) care sunt susținute atât la curs cât și la seminar de lectori, iar la o disciplină activitatea de seminar este susținută de un lector (<i>Comportamente de piață</i>) 	îndeplinit
23.	Personalul auxiliar care asigură suportul tehnic în laboratoarele didactice și de cercetare/creație artistică este adecvat pentru a asigura desfășurarea activităților practice prevăzute în planul de învățământ.	Nu este cazul.	îndeplinit
B. EFICACITATEA EDUCAȚIONALĂ			
B.1 - Conținutul programelor de studii ESG 1.4			
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.	<ul style="list-style-type: none"> În cadrul Universității Transilvania din Braşov, recrutarea studenților, se face printr-o procedură de admitere proprie. Toate informațiile privind admiterea sunt postate public pe site-ul universității (https://admitere.unitbv.ro/). La concursul de admitere se pot înscrie, fără discriminare, absolvenți ai programelor de licență, posesori ai diplomei de licență (https://econ.unitbv.ro/admitere/informa%C8%9Bii-pentru-admitere). 	îndeplinit
25.	Admiterea se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică niciun fel de criterii discriminatorii.	<ul style="list-style-type: none"> Admiterea la PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing constă în concurs pe bază de dosar și interviu, media de admitere fiind calculată astfel: pondere de 50% media examenului de licență, pondere de 50% media obținută la interviul desfășurat, pe baza unei tematici afișate pe site-ul facultății. La medii egale departajarea se face luând în considerare, în ordine, media anilor de studii, media probei scrise la examenul de licență și media susținerii lucrării de licență (https://econ.unitbv.ro/admitere/informa%C8%9Bii-pentru-admitere). 	îndeplinit
26.	La nivelul universității/ facultății există o metodologie de admitere la ciclul de studii universitare de masterat, ca document	<ul style="list-style-type: none"> Admiterea la Universitatea Transilvania din Braşov/ FSEAA se realizează conform <i>Metodologiei privind organizarea și desfășurarea concursului de admitere pentru ciclurile de studii de licență și masterat</i> 	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

	distinct sau ca parte a unui regulament de admitere pentru toate ciclurile de studii din universitate.	/https://www.unitbv.ro/documente/despre-unitbv/regulamente-hotarari/regulamentele-universitatii/studenti/Metodologia_admitere_licenta_masterat_23.10.2017.pdf									
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.	<ul style="list-style-type: none"> Pondere cea mai mare a candidaților înscriși la PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing provine din absolvenții Facultății de Științe Economice și Administrarea Afacerilor (Anexa II.9 Situații studenți). 	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.	PSUM „Politici și strategii de marketing” este program de master profesional. Nu este cazul.	Nu este cazul.								
29.	Gradul de promovare a studenților după primul an de studii confirmă adecvarea condițiilor de admitere (statistici din ultimele trei promoții).	Statistici privind promovabilitatea studenților <table border="1"> <thead> <tr> <th>Promoția</th> <th>Gradul de promovare după anul I %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016-2017</td> <td>62%</td> </tr> <tr> <td>2017-2018</td> <td>71%</td> </tr> <tr> <td>2018-2019</td> <td>79%</td> </tr> </tbody> </table>	Promoția	Gradul de promovare după anul I %	2016-2017	62%	2017-2018	71%	2018-2019	79%	îndeplinit
Promoția	Gradul de promovare după anul I %										
2016-2017	62%										
2017-2018	71%										
2018-2019	79%										
30.	Admiterea/transferul se face în limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS și publicate în HG din anul calendaristic curent.	<ul style="list-style-type: none"> Admiterea/transferul se face în limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS, 100 locuri. https://admitere.unitbv.ro/images/Admitere/Masterat_IF_2019_dupa_CPV.pdf 	îndeplinit								
31.	Studenții înmatriculați au încheiat cu instituția un Contract de studii, în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților.	<ul style="list-style-type: none"> Toți studenții înmatriculați la PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing au încheiate Contracte de studii cu Universitatea Transilvania din Braşov în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților (Anexa II.10.-Contract de studii) 	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.	<ul style="list-style-type: none"> Planul de învățământ al PSUM „Politici și strategii de marketing” fost realizat prin consultări la nivelul departamentului Marketing, Turism Servicii și Afaceri internaționale (departament coordonator) în cadrul Consiliului FSEAA și Consiliului de Administrație al Universității Transilvania din Braşov, fiind validat anual de către Senatul Universității. Concomitent au fost consultate, prin intermediul unor chestionare, asociații profesionale și studențești https://www.unitbv.ro/despre-unitbv/regulamente-si-hotarari/hotarari-senat.html, https://econ.unitbv.ro/despre/hotarari-ale-consiliului-facultatii Documente justificative au fost prezentate comisiei cu ocazia vizitei: Fișă pentru culegerea de informații folosită pentru consultarea partenerilor din mediul de afaceri, Fișă pentru culegerea de informații Asociații studențești, Raport de sinteză asupra rezultatelor procesului de sondare a opiniei studenților masteranzi după primul an de studii. 	îndeplinit								

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

		<ul style="list-style-type: none"> Începând din 2014 în cadrul universităţii se organizează semestrial acţiunea <i>”Comitetul reprezentanţilor mediului economic”</i> ocazie cu care reprezentanţi din conducerea universităţii şi a facultăţilor împreună cu reprezentanţi ai studenţilor dezbate aspecte legate de metodele de predare, structura planurilor de învăţământ şi posibilitatea de adaptare a acestora la cerinţele mediului economic şi aşteptările studenţilor. Concluziile întâlnirilor sunt făcute publice pe site-ul universităţii. Cu ocazia vizitei au fost prezentate procesele verbale ale acestor întâlniri. Din documentele care însoţesc R.A. rezultă că, în Universitatea Transilvania din Braşov/Facultatea de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor a fost organizată o întâlnire a Comitetului Consultativ al programului de master „Politici şi strategii de marketing”, în data de 10.07.2019 cu reprezentanţii Camerei de Comerţ şi Industrie Braşov, ai Grupului de firme Temad şi ai pensiunii Andy (<i>Anexa II.15.- Comitet consultativ</i>). Discuţiile purtate au vizat competenţele studenţilor. Din documentul prezentat nu rezultă că la consultări au participat şi studenţi de la PSUM „Politici şi strategii de marketing”. La vizită au fost prezentate, ca documente suplimentare, <i>Rapoartele de evaluare al PSUM „Politici şi strategii de marketing”</i>, pentru anii universitari 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019. 	
33.	Structura şi conţinutul programelor de studii, organizarea proceselor de predare, învăţare şi evaluare precum şi cele de supervizare a cercetării sunt centrate pe dezvoltarea de competenţe şi contribuie prin adecvarea lor la atingerea obiectivelor şi rezultatelor aşteptate.	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea şi conţinutul PSUM „Politici şi strategii de marketing” sunt centrate pe dezvoltarea competenţelor asumate prin Planul de învăţământ. Acesta este structurat pe 4 semestre a câte 14 săptămâni fiecare şi cuprinde atât discipline obligatorii, cât şi opţionale şi facultative într-o structura logică 	îndeplinit
34.	Planurile de învăţământ cuprind explicit activităţi practice (laboratoare, proiecte, stagii de practică, activităţi de creaţie şi performanţă, internship etc.) şi o disertaţie prin care se atestă că fiecare student a acumulat competenţele aşteptate.	<ul style="list-style-type: none"> Planul de învăţământ al PSUM „Politici şi strategii de marketing” cuprinde: <ul style="list-style-type: none"> - discipline cu caracter aplicativ: laboratoare la Modelarea deciziilor economice, proiecte la discipline ca Etică şi integritate academică, E-marketing şi social media mix, Design şi estetica mărfurilor, Analiza datelor de marketing, Tehnologii informatice în comerţ şi marketing etc., - stagiu de practică (6 ore/săptămână în semestrul 3), - elaborarea lucrării de disertaţie (7 ore/săptămână în semestrul 4), - activităţi de cercetare ştiinţifică (Activitate de cercetare ştiinţifică I <i>Strategii ale mixului de marketing</i> 2 ore proiect/ săptămână în semestrul 3, Activitate de cercetare ştiinţifică I - <i>Proiecte complexe privind cercetarea fenomenelor de piaţă</i> 2 ore proiect/ săptămână în semestrul 	îndeplinit
35.	Conceperea curriculumului reflectă centrarea pe student a procesului de învăţare şi predare, permiţând alegerea unor trasee de învăţare flexibile, prin discipline opţionale şi facultative şi	<ul style="list-style-type: none"> Planul de învăţământ al PSUM „Politici şi strategii de marketing” cuprinde discipline opţionale (9%) şi discipline facultative (15,18%), reflectă centrarea pe student a procesului de învăţare/predare, şi permite alegerea unor trasee de învăţare flexibile. Disciplinele opţionale reprezintă 9% din totalul orelor şi sunt prevăzute în semestrele 2 şi 3 sub forma a două trasee opţionale: Politici de marketing în comerţ şi Strategii de marketing. Totodată, în cadrul fiecărui traseu 	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

	încurajează astfel studenții să aibă un rol activ în procesul de învățare.	sunt 5 discipline obligatorii și una opțională. În funcție de alegerea făcută după semestrul 1, masterandul va studia, în mod obligatoriu o serie de discipline în semestrele următoare.	
36.	Modul de organizare a procesului de învățare și predare și metodele pedagogice folosite sunt evaluate periodic și modificate atunci când este cazul.	Modul de organizare a procesului de învățare și predare și metodele pedagogice folosite sunt evaluate periodic. La vizită au fost prezentate ca documente suplimentare <i>Rapoartele de evaluare al PSUM „Politici și strategii de marketing”</i> , pentru anii universitari 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019 și de asemenea, Procesele verbale ale ședințelor de Departament MTSAl. (https://econ.unitbv.ro/despre/hotarari-ale-consiliului-facultatii)	îndeplinit
37.	Structura programelor de studii încurajează o abordare interdisciplinară, prin activități care contribuie la dezvoltarea profesională și în carieră a studenților.	<ul style="list-style-type: none"> Structura <i>PSUM „Politici și strategii de marketing”</i>, încurajează o abordare interdisciplinară. În Planul de învățământ al <i>PSUM „Politici și strategii de marketing”</i> sunt prevăzute discipline care oferă studenților, alături de disciplinele specifice marketingului, o perspectivă interdisciplinară: <i>Microconomie avansată, Modelarea deciziilor economice, Statistică aplicată în afaceri etc.</i> <p>În planul de învățământ și în fișele de disciplină sunt precizate activitățile care contribuie la dezvoltarea profesională și în carieră a studenților.</p>	îndeplinit
38.	Conținutul programelor de studii de masterat de cercetare constituie o bază efectivă pentru studiile doctorale în domeniul evaluat.	<i>PSUM „Politici și strategii de marketing”</i> este program de master profesional. Nu este cazul.	Nu este cazul
39.	Fișele disciplinelor reflectă centrarea pe student a procesului de învățare-predare-evaluare, includ activități didactice și specifice studiului individual, precum și ponderea acestora în procesul de evaluare finală.	<ul style="list-style-type: none"> Fișele de disciplină pentru <i>PSUM „Politici și strategii de marketing”</i> reflectă centrarea pe student a întregului proces de învățare-predare-evaluare, fiecare disciplină incluzând atât activități didactice, cât și specifice studiului individual (studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe, documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren, pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate) precum și ponderea acestora în procesul de evaluare. 	îndeplinit
40.	Fișele disciplinelor pentru programele de studii de masterat de cercetare științifică sunt proiectate astfel încât să asigure studenților abilități practice/de cercetare, care să le permită realizarea/ conducerea unor lucrări/proiecte de cercetare.	<i>PSUM „Politici și strategii de marketing”</i> este program de master profesional. Nu este cazul.	Nu este cazul
41.	Pentru toate programele din domeniul de studii universitare de masterat evaluat, procesul didactic este astfel organizat încât să permită studenților dezvoltarea competențelor formulate ca rezultate așteptate ale programului de studii, în perioada legală prevăzută pentru finalizarea studiilor.	<ul style="list-style-type: none"> Procesul didactic al <i>PSUM „Politici și strategii de marketing”</i>, din <i>DSUM Marketing</i> este organizat astfel încât să permită studenților dezvoltarea competențelor formulate ca rezultate așteptate ale programului de studii, în perioada legală, de 4 semestre a câte 14 săptămâni fiecare, prevăzută pentru finalizarea studiilor. Activitățile didactice sunt programate pe tot parcursul săptămânii, preponderent după ora 14,00 astfel încât să permită și masteranzilor angajați să participe la aceste activități. <p><i>Cu ocazia vizitei a fost consultat orarul afișat.</i> https://econ.unitbv.ro/studenti/consult%C4%83-orarul</p>	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

42.	Timpul alocat și metodele de predare și învățare sunt adecvate conținutului disciplinelor, centrate pe nevoile studenților, asigură dezvoltarea competențelor declarate și prezintă un echilibru între activitățile față în față și cele de studiu individual.	<ul style="list-style-type: none">• Pentru PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing, timpul alocat, metodele de predare și învățare sunt adecvate conținutului disciplinelor și centrate pe nevoile studenților.• Metodele de predare precum prelegerea, expunerea, exemplificarea, studiul de caz, simularea, dezbateră, aplicațiile, utilizarea softurilor de specialitate, asigură dezvoltarea competențelor declarate și prezintă un echilibru între activitățile față în față și cele de studiu individual. Orele de studiu individual sunt corelate cu numărul de credite alocate disciplinei respective.	îndeplinit
43.	Procesul didactic este astfel organizat încât să dezvolte abilități de studiu individual și dezvoltare profesională continuă	<ul style="list-style-type: none">• Procesul didactic al PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing este organizat astfel încât să permită dezvoltarea de abilități de studiu individual• De asemenea, activitățile didactice desfășurate conform structurii planului de învățământ și fișelor de disciplină prevăd evaluarea pe parcurs a performanțelor masteranzilor prin elaborarea și prezentarea unor proiecte de specialitate, realizate individual sau în echipă, menite să asigure însușirea cunoștințelor specifice domeniului și dezvoltarea competențelor necesare experților în domeniul Marketing.	îndeplinit
44.	Rezultatele analizelor referitoare la calitatea predării, învățării și evaluării studenților confirmă adecvarea metodelor de predare și evaluare utilizate.	<ul style="list-style-type: none">• În cadrul Universității Transilvania din Braşov se realizează monitorizarea și evaluarea periodică a planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină (https://econ.unitbv.ro/despre/hotarari-ale-consiliului-facultatii). De asemenea, s-au inițiat mecanisme de analiză și evaluare a activităților de predare precum și a gradului de satisfacție a studenților privind cunoștințele transmise și asimilate. Periodic este evaluată de către studenți calitatea actului didactic, respectiv a predării, învățării și evaluării. <ul style="list-style-type: none">• Rezultatele acțiunilor de monitorizare ce pot fi regăsite în Rapoartele de evaluare al PSUM „Politici și strategii de marketing”, pentru anii universitari 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019 și de asemenea în Procesele verbale ale ședințelor de Departament MTSAl contribuie la îmbunătățirea permanentă a metodelor de predare și evaluare utilizate. Conform discuțiilor purtate cu studenții, cadrele didactice folosesc resursele noilor tehnologii pentru realizarea și transmiterea programelor, bibliografiilor, suporturilor de curs și realizarea unui dialog permanent cu studenții	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.	<ul style="list-style-type: none">• Fișele de disciplină, aferente PSUM „Politici și strategii de marketing”, din DSUM Marketing, cuprind: modalitatea de evaluare a rezultatelor învățării, pe tipuri de activități (curs, seminar/laborator/proiect), criteriile și metode de evaluare și ponderea fiecărui tip de activitate în nota finală și un <i>Standard minim de performanță</i>.	îndeplinit
46.	Mecanismele de contestare a evaluării competențelor și abilităților sunt publice și oferă garanții studenților privind o reevaluare obiectivă.	<ul style="list-style-type: none">• La UTBv, studenții au posibilitatea de a contesta evaluarea competențelor conform <i>Regulamentului privind activitatea profesională a studenților</i>. https://www.unitbv.ro/documente/despre-unitbv/regulamente-hotarari/regulamentele-universitatii/studenti/Regulament_activitate_profesionala_studenti.pdf	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

47.	În procesul de evaluare a activităţii de practică/ creaţie artistică/ cercetare ştiinţifică se ţine cont de aprecierile tutorelui de practică/ îndrumătorului ştiinţific din entitatea/ organizaţia în care s-a desfăşurat respectiva activitate.	<ul style="list-style-type: none"> • În evaluarea activităţii de practică de la PSUM „Politici şi strategii de marketing” se ţine cont şi de aprecierile tutorelui de practică/ îndrumătorului ştiinţific din entitatea/organizaţia în care s-a desfăşurat respectiva activitate (<i>art. 17, alin (4)</i>). • Evaluarea studenţilor se efectuează, la sfârşitul perioadei de practică, sub forma unui colocviu, de către cadrele didactice desemnate drept responsabili de practică, în şedinţa departamentului, cadre didactice care formează comisia de examinare. 	îndeplinit								
48.	Tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a studiilor (disertaţia) poate conţine subiecte propuse şi/sau formulate în colaborare cu mediul ştiinţific, mediul socio-economic şi cultural.	<ul style="list-style-type: none"> • Tematica pentru elaborarea disertaţiei de către studenţii de la PSUM „Politici şi strategii de marketing” cuprinde şi propuneri de teme din partea companiilor cu care facultatea are contracte de colaborare sau la care masterandul şi-a realizat stagiul de practică (https://econ.unitbv.ro/studenti/licenta-si-disertatie) „Ghid de elaborare lucrare de finalizare studii” 	îndeplinit								
49.	Eficacitatea evaluării cunoştinţelor/ abilităţilor şi legătura cu rezultatele declarate ale instruirii sunt periodic monitorizate şi evaluate.	<ul style="list-style-type: none"> • În cadrul Universităţii Transilvania din Braşov se realizează monitorizarea şi evaluarea periodică a planurilor de învăţământ şi a fişelor de disciplină. https://econ.unitbv.ro/despre/hotarari-ale-consiliului-facultatii Desfăşurarea procesului didactic este monitorizat în permanenţă stabilindu-se măsurile care se impun în vederea îmbunătăţirii acestuia. Acest proces de monitorizare are în vedere: <ul style="list-style-type: none"> - calitatea activităţii didactice – prezentată în mod sintetic în <i>Raport anual program de studii</i>). - adaptarea planurilor de învăţământ la cerinţele manifestate pe piaţa muncii prin identificarea modificărilor care se impun în planurile de învăţământ şi în Fişa disciplinei. (<i>Anexa II.15 Comitet consultativ</i>). 	îndeplinit								
50.	Există programe de stimulare şi recuperare a studenţilor cu dificultăţi în procesul de învăţare, a studenţilor netradiţionali sau a celor aflaţi în situaţie de risc.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Universitatea Transilvania din Braşov dispune de programe de sprijin pentru cei cu dificultăţi în învăţare. În FSEEA există un program de prevenire a abandonului universitar pentru anul I licenţă (programul ROSE, finanţat de BM prin MEC). Cadrele didactice au program săptămânal de consultaţii pentru studenţi. De asemenea se acordă consiliere prin Centrul de Informare, Consiliere şi Orientare a Carierei (CICOC).</i> 	îndeplinit								
51.	Rata de absolvire cu diplomă de master a programelor de studii de masterat din domeniul evaluat confirmă adecvarea/eficacitatea procesului de predare-învăţare. (Statistici din ultimele trei promoţii).	Statistici privind Rata de absolvire cu diplomă de master a PSUM „Politici şi strategii de marketing” din DSUM Marketing <table border="1" data-bbox="660 1013 1120 1149"> <thead> <tr> <th>Promoţia</th> <th>Rata de absolvire %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016-2017</td> <td>77</td> </tr> <tr> <td>2017-2018</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>2018-2019</td> <td>57</td> </tr> </tbody> </table> Rata ridicată confirmă eficienţa procesului de predare-învăţare.	Promoţia	Rata de absolvire %	2016-2017	77	2017-2018	68	2018-2019	57	îndeplinit
Promoţia	Rata de absolvire %										
2016-2017	77										
2017-2018	68										
2018-2019	57										
B2. Accesibilitatea resurselor educaţionale ESG 1.6											
52.	Instituţia/facultatea supusă evaluării trebuie să dispună de bibliotecă cu fond de carte şi periodice relevante în domeniul specializării în care se organizează învăţământul la nivel de masterat, în format	<ul style="list-style-type: none"> • Universitatea Transilvania din Braşov/ Facultatea de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor dispun de editură proprie <i>Editura Universităţii Transilvania din Braşov</i> şi de bibliotecă cu fond de carte actualizat şi periodice relevante în domeniul Marketing. Fondul de carte propriu, reprezentat de 447 titluri publicate în ultimii zece ani, la care se adaugă colecţii de specialitate şi abonamente la un număr semnificativ de publicaţii de 	îndeplinit								

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

	fizic și/sau electronic (acces la baze de date academice online).	specialitate românești și străine corespunzător misiunii asumate la nivelul întregii universități și a programelor sale. • UTBv asigură resursele pentru învățare prin: achiziția de manuale și alte publicații, abonamente la reviste naționale și internaționale și accesul la baze de date relaționale, cursuri în format electronic etc. Cursurile în format electronic pot fi consultate de către studenți pe platforma electronică.	
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.	• Disciplinele din planul de învățământ PSUM „Politici și strategii de marketing” din DSUM Marketing sunt acoperite cu bibliografia didactică necesară (tratate, manuale, îndrumare, note de curs, suporturi de curs) la dispoziția studenților, în format electronic și în număr suficient de exemplare tipărite (https://www.unitbv.ro/biblioteca , https://www.unitbv.ro/editura-universitatii ,	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.	• Universitatea Transilvania din Braşov/Facultatea de Ştiinţe Economice şi Adminstrarea Afacerilor asigură studenților acces electronic la mai multe baze de date internaționale Science direct, Springerlink, Proquest Central, CABI Forest Science Database, IEE/IEL, Legis, Thompson ISI Web of Knowledge etc. (https://www.unitbv.ro/biblioteca ,	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.	• Universitatea Transilvania din Braşov are încheiate convenții de colaborare pentru efectuarea stagiilor de practică cu firmele, cu asociațiile și organizațiile de profil pentru a asigura locuri viabile de practică (<i>Anexa II.20- Practica de specialitate</i>)	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.	PSUM „Politici și strategii de marketing” este program de master cu predare în limba română. Nu este cazul.	Nu este cazul
57.	Instituția de învățământ superior oferă studenților sprijin relevant pentru procesul de învățare: consiliere în carieră, consultanță și asistență etc.	• În cadrul Universității Transilvania din Braşov există <i>Centrul de Informare, consiliere și orientare a carierei CIOC</i> , al cărui scop este asigurarea premiselor pentru integrarea studenților și tinerilor absolvenți în societate la nivel social, economic, cultural, artistic prin acces la informație și activități specifice de formare și consiliere	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

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.	<ul style="list-style-type: none"> În cadrul Universității Transilvania din Braşov se oferă studenților sprijin relevant pentru procesul de învățare: îndrumare privind studiul, burse de studiu și sociale, consiliere în carieră, consultanță și asistență psihologică și educațională, asistență socială și medicală, tutorat. FSEAA implementează din anul universitar 2017-2018 un proiect prin apelul ROSE, Granturi necompetitive pentru universități, un proiect care vizează prevenirea abandonului universitar adresat studenților din anul I licență care provin din mediul rural sau au obținut o medie mai mică de 7 la examenul de Bacalaureat. 	îndeplinit
59.	Există resurse educaționale alternative digitale și activități de suport on-line, implementate pe platforme e-Learning	<ul style="list-style-type: none"> Universitatea Transilvania din Braşov oferă acces la resurse educaționale alternative digitale (https://www.unitbv.ro/biblioteca) și activități de suport online, implementate pe platforma de e-Learning (https://elearning.unitbv.ro/login/index.php) 	îndeplinit
B3. Rezultatele învățării ESG 1.3			
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; 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.	<ul style="list-style-type: none"> Activitatea științifică a masteranzilor de la PSUM „Politici și strategii de marketing” din DSUM Marketing a constat în : a) publicații în Buletinul Universității Transilvania din Braşov, revistă indexată în baze de date internaționale: http://webbut.unitbv.ro/BU2017/Series%20V/2017/BULETIN%20I%20PDF/06_LAZAR.pdf, http://webbut.unitbv.ro/BU2017/Series%20V/2017/BULETIN%20I/04_MANIC.pdf, http://webbut.unitbv.ro/BU2017/Series%20V/2017/BULETIN%20I/08_STOIAN.pdf, http://webbut.unitbv.ro/Bulletin/Series%20V/2018/BULETIN%20I%20PDF/06_HEGEDUS.pdf, http://webbut.unitbv.ro/Bulletin/Series%20V/2018/BULETIN%20I%20PDF/05_GRAJDIERU.pdf b) participări la conferința AFCO – Absolvenții în Fața Companiilor, Tudor Andra Ioana Maria, Sirghi Anamaria Mihaela, ”Opinii și percepții ale victimelor din Braşov cu privire la campaniile de informare și prevenire a hărțuirii cu tentă sexuală”; Megelea Laura Andreea ”Viscri- un model de inovație și originalitate în turism”; Cruceanu Andreea Nuți, Ciorciovel Casiana Larisa ”Studiu privind analiza mediului de marketing în mediul online” http://old.unitbv.ro/afco2018/Lucrariinscise/Lucrariinscise-VI.aspx, Mihaela Hogaș, masterand anul I PSUM „Politici și strategii de marketing”, campioană națională la seniori la patinaj viteză, participantă la Cupa Mondială ediția 2019-2020 a) Studenții Szakal Anita anul I și Roșca Alexandru anul II de la PSUM „Politici și strategii de marketing” au făcut parte din echipa proiectului E-biz Research cu tema ”Cuantificarea nevoii serviciilor de consultanță ale firmelor din Regiunea Centru a României”, cu valoare de 10.000 de euro. 	îndeplinit
61.	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.	<ul style="list-style-type: none"> Facultatea de Științe Economice și Administrarea Afacerilor are o bază de date cu lucrările de disertație susținute, fiecare masterand la predarea lucrării de disertație fiind obligat să o prezinte și în format electronic. DVD-urile se arhivează pe o perioadă de cel puțin 10 ani de la absolvire. 	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

62.	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	Statistici privind angajarea absolvenților în domeniul marketing			îndeplinit
		Promoția	Angajați în momentul înmatriculării	Angajați la un an de la absolvire	
		2015-2017	25%	87%	
		2016-2018	20%	84%	
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%.	Nu este cazul			Nu este cazul
64.	Instituția de învățământ superior a definit standarde de calitate minimale pentru elaborarea lucrării de disertație, pe care le operaționalizează periodic și le face publice.	<ul style="list-style-type: none"> • Lucrarea de disertație se realizează conform recomandărilor existente pe site-ul facultății (https://econ.unitbv.ro/studenti/licenta-si-disertatie) • În cadrul Universității Transilvania din Braşov se aplică <i>Metodologia de organizare și desfășurare a examenelor de finalizare a studiilor universitare</i> https://www.unitbv.ro/documente/despre-unitbv/regulamente-hotarari/regulamentele-universitatii/studenti/Regulament_finalizare_studii.pdf și <i>Procedura de verificare antiplagiat existentă pe Intranet</i> • La nivelul FSEAA a fost realizat un <i>Ghid de elaborare a lucrărilor de finalizare a studiilor</i>, în care sunt prevăzute condițiile de formă și de conținut pe care trebuie să le îndeplinească acestea. https://econ.unitbv.ro/studenti/licenta-si-disertatie Lucrările de disertație sunt verificate cu un soft antiplagiat (și sunt considerate suspicioase la depășirea pragului de 30% pentru coeficientul de similitudini, prag maximal aprobat în ședința Consiliului Facultății din 03.02.2020, pct 4, https://econ.unitbv.ro/images/despre-facultate/Hotarari/PV_03.02.2020.pdf) 			îndeplinit
B4. Activitatea de cercetare științifică (Criteriu aplicabil programelor se studii universitare de masterat de cercetare)					
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	Nu este cazul.			Nu este cazul

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

	participă și studenții, iar contribuțiile acestora sunt diseminate în publicații relevante.		
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
B5. Activitatea financiară a organizației			
69.	Resursele financiare disponibile sunt adecvate și asigură că obiectivele programelor de studii de masterat pot fi realizate.	<ul style="list-style-type: none"> Resursele financiare de care dispune Universitatea Transilvania din Braşov, ca instituție de învățământ superior, provin din surse bugetare și din surse proprii și permit realizarea misiunii asumate și a obiectivelor propuse. Bugetul de venituri și cheltuieli al UTBv este elaborat anual conform normelor în vigoare. UTBv poate să susțină financiar PSUM „Politici și strategii de marketing”, asigurând atingerea obiectivelor stabilite. 	îndeplinit
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.	PSUM „Politici și strategii de marketing” este program de master profesional. Nu este cazul.	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.	<ul style="list-style-type: none"> Universitatea Transilvania din Braşov dispune de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității. Este stabilită și o procedură clară de auditare internă a activității. 	îndeplinit
C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII			
C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității ESG 1.1			

RAPORTUL CONSILIULUI ARACISprivind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

72.	Instituția de învățământ superior aplică politica asumată privind asigurarea calității și dovedește existența și funcționarea structurilor și mecanismelor de asigurare a calității.	<ul style="list-style-type: none"> • În Universitatea Transilvania din Braşov evaluarea și asigurarea calității la nivel instituțional este realizată de <i>Prorectorul cu internaționalizarea universității și evaluarea calității</i>, care are în subordine <i>Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității la nivel de universitate (CEAC-U)</i> și <i>Biroul de Asigurare a Calității (DAC)</i>. • CEAC-U cuprinde Comisii pentru Evaluarea și Asigurarea Calității create la nivelul departamentelor (CEAC-D). Activitățile derulate de aceste structuri au la bază planurile anuale elaborate de CEAC-U și DAC (https://didactic.unitbv.ro/biroul-de-asigurare-a-calitatii/activitati). • La nivelul FSEAA există, de asemenea, Comisia pentru evaluarea și asigurarea calității cu responsabili la nivel de departament și pe fiecare program de studii. 	îndeplinit
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,</p> <p>b) procese de predare-învățare-evaluare,</p> <p>c) resurse materiale, financiare și umane,</p> <p>d) concordanța dintre rezultatele declarate ale învățării și metodele de evaluare ale acestora,</p> <p>e) rezultate privind progresul și rata de succes a absolvenților,</p> <p>f) rata de angajabilitate a absolvenților în domeniul studiat,</p> <p>g) existența unui sistem de management al calității în scopul asigurării continuității și relevanței.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Din documentele ce însoțesc R.A., rezultă că PSUM „Politici și strategii de marketing” a fost evaluat în anul universitar 2018-2019, privind următoarele aspecte: activitatea studenților, evaluarea activității didactice de către studenți, evaluarea colegială, admitere, colaborare cu mediul socio-economic, admiterea, conținutul planului de învățământ, conținutul fișelor de disciplină, resurse umane, materiale, bibliotecă, infrastructură, activități de tutorat, analiza SWOT. <p>La vizită au fost prezentate ca documente suplimentare și Rapoartele de evaluare al PSUM „Politici și strategii de marketing”, pentru anii universitari 2016-2017.</p>	îndeplinit
74.	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).	<ul style="list-style-type: none"> • Monitorizarea opiniei studenților de la PSUM „Politici și strategii de marketing” se realizează semestrial, cu ajutorul chestionarului de opinie masteranzi (<i>Anexa II.13 – Formulare calitate + Evaluarea calității de către masteranzi</i>) • Măsurile de îmbunătățire sunt discutate în cadrul ședințelor departamentului coordonator (MTSAI) 	îndeplinit
75.	Rezultatele monitorizării opiniei absolvenților asupra procesului de învățare din perioada studiilor universitare sunt utilizate în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.	<ul style="list-style-type: none"> • Monitorizarea opiniei absolvenților se realizează anual cu ajutorul chestionarului de opinie absolvenți • Rezultatele monitorizării opiniei absolvenților programului PSUM „Politici și strategii de marketing” se discută și se utilizează pentru îmbunătățirea conținutului și structurii programului de studii în cadrul ședințelor de departament. 	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

privind evaluarea periodică a domeniului de studii universitare de masterat **MARKETING**

Universitatea „Transilvania” din Braşov

76.	Rezultatele monitorizării opiniei angajatorilor cu privire la pregătirea absolvenţilor sunt utilizate în procesul de îmbunătăţire a conţinutului şi structurii programelor de studii.	<ul style="list-style-type: none">Opinia angajatorilor este monitorizată periodic cu ajutorul unor chestionare adresate asociaţiilor profesionale partenere şi celor studenteşti https://www.unitbv.ro/despre-unitbv/regulamente-si-hotarari/hotarari-senat.html, https://econ.unitbv.ro/despre/hotarari-ale-consiliului-facultatii.Începând din 2014 în cadrul UTBv se organizează semestrial acţiunea <i>”Comitetul reprezentanţilor mediului economic”</i> ocazie cu care reprezentanţi din conducerea universităţii şi a facultăţilor împreună cu reprezentanţi ai studenţilor dezbate aspecte legate de metodele de predare, structura planurilor de învăţământ şi posibilitatea de adaptare a acestora la cerinţele mediului economic şi aşteptările studenţilor. Concluziile întâlnirilor sunt făcute publice pe site-ul universităţii.	îndeplinit
77.	Monitorizarea opiniei studenţilor cu privire la procesul didactic confirmă eficienţa acestuia şi a serviciilor suport oferite.	<ul style="list-style-type: none">Monitorizarea opiniei studenţilor confirmă eficienţa procesului didactic şi a serviciilor suport oferite	îndeplinit
78.	Instituţiile de învăţământ superior/Facultăţile organizatoare a programelor din domeniul de studii universitare de masterat oferă informaţii publice complete, actualizate şi uşor accesibile, asupra: a) obiectivelor programelor de studii şi curriculumul, b) calificările şi ocupaţiile vizate, c) politicile de predare-învăţare şi evaluare, d) resursele de studiu existente, e) rezultatele obţinute de studenţi/absolvenţi, f) sistemul de management a calităţii.	<ul style="list-style-type: none">Universitatea Transilvania din Braşov/Facultatea de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor asigură accesul la informaţiile publice în conformitate cu legile naţionale, acesta fiind reglementat prin Procedura <i>”Accesul la informaţii de interes public”</i>. De asemenea, facultatea oferă informaţii despre calificările, programele de studii, diplomele, personalul didactic şi de cercetare, facilităţile oferite studenţilor şi despre orice aspecte de interes pentru public prin site-ul universităţii, medii de socializare online administrate de personal calificat al Universităţii Transilvania din Braşov pe pagina web a facultăţii (https://econ.unitbv.ro/), pliante etc.	îndeplinit

IV. Recomandări

- Respectarea cerinţelor şi criteriilor referitoare la Structurile instituţionale, administrative şi manageriale ESG 1.1, ESG 1.2, ESG în ceea ce priveşte „realizarea de consultări periodice, cu reprezentanţi ai mediului academic inclusiv studenţi, ai mediului socio-economic şi cultural-artistic şi ai pieţei muncii, în cadrul unor întâlniri oficiale consemnate prin procese verbale, minute etc”
- Instrumentele de evaluare: chestionare utilizate în evaluarea cadrelor didactice, chestionare utilizate în relaţia cu partenerii economici, chestionare utilizate în evaluarea colegială sunt concepute şi implementate unitar la nivelul întregii universităţi. Recomandăm corelarea şi actualizarea conţinutului acestor instrumente de evaluare cu conţinutul cerinţelor şi criteriilor din fişa vizitei.

► PROPUNEREA COMISIEI DE EVALUARE

Propunerea Comisiei de experți permanenți de specialitate – Științe Economice 1, adoptată în ședința online din data de 07.04.2020 a fost: **Menținerea acreditării domeniului** de studii universitare de masterat **MARKETING**, cu o capacitatea de școlarizare de 75 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. 91 din 07.04.2020.

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.	Politici și strategii de marketing	Brașov	româna	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:

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.	Politici și strategii de marketing	Braşov	româna	IF	120	Profesional

⇒ **Universitatea „Transilvania” din Braşov;**

⇒ capacitatea de școlarizare în primul an de studiu: **75 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 16.04.2020.

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 16.04.2025 (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 și Cercetării în vederea elaborării Hotărârii de Guvern și spre luare la cunoștință de către Universitatea „Transilvania” din Braşov.

**AGENȚIA ROMÂNĂ DE ASIGURARE A CALITĂȚII ÎN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR***Membră în Asociația Europeană pentru Asigurarea Calității în Învățământul Superior – ENQA**Înscrisă în Registrul European pentru Asigurarea Calității în Învățământul Superior – EQAR*

Anexă

	Denumire /Indicatori	Observații
1.	Instituția de învățământ superior (denumire în limba română și în engleză)	UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV/ TRANSILVANIA UNIVERSTY OF BRASOV
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)	POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING/ MARKETING POLICIES AND STRATEGIES
4.	Numărul de studenți înmatriculați la programele de studii de masterat din domeniu	61 anul I, 39 anul II
5.	Numărul de cadre didactice care predau la programele de studii de masterat din domeniu, din care titulari	22 cadre didactice titulare
6.	Diplomă eliberată	Diplomă de masterat
7.	Nivelul de calificare conform CNC	7
8.	Obiectivele comune ale programelor de studii de masterat din domeniu	-
9.	Durata de școlarizare (exprimată în număr de semestre)	4 semestre
10.	Numărul total de credite ECTS	120 credite
11.	Scurtă descriere a calificărilor vizate pe domeniu	263104Consilier/expert/inspector/referent/economist în comerț și marketing; 263120 - Cercetător economist în marketing; 263121 - Asistent de cercetare economist în marketing.
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	17.04.2008
15.	Echipa de evaluatori ARACIS:	Prof. univ. dr. Jugănaru Mariana Prof. univ. dr. Preda Oana Student Buhuși Ștefănuț Iulian
16.	Perioada vizitei de evaluare	3 martie-5 martie 2020

16.04.2020