

UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA
FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR

RAPORT DE AUTOEVALUARE
al domeniului de studii universitare de masterat

MARKETING

Programul de studii selectat de către ARACIS pentru evaluare
PUBLICITATEA ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRILOR

DOMENIUL
MARKETING

FORMA DE ÎNVĂȚĂMÂNT
Învățământ cu frecvență

TIMIȘOARA
Aprilie 2019

DATE DE CONTACT

FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR

Adresa: str. J.H.Pestalozzi nr. 16, 300115, Timișoara

Date de contact:

Tel: +40.256.592.506 (decanat)

+40.256.592.505 (secretar șef)

+40.256.592.508 (master)

Fax: +40.256.592.500

www.feaa.uvt.ro

Persoane de contact:

Decan: ȘTEFEA Petru, e-mail petru.stefea@e-uvt.ro tel. +40.256.592.501

Director Departament: Conf. Univ. Dr. Renata NIȚU-ANTONIE

Responsabil domeniu studii universitare de masterat: Conf. Univ. Dr. Remus Ionuț NAGHI

Nr. înregistrare UVT..... /.....

RAPORT DE AUTOEVALUARE

FORMA DE ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ

Date prezentate Departamentului de acreditare evaluare din A.R.A.C.I.S. de către:

Universitatea de Vest din Timișoara

B-dul Vasile Pârvan nr. 4,

300223, Timișoara

Tel: 0256592168; fax: 0256592310; e-mail: marilen.pirtea@e-uvt.ro

Domeniul de studii universitare de masterat: Marketing

Programul de studii Publicitate și Promovarea Vânzărilor

Datele cuprinse în prezentul Raport sunt complete, corecte și conforme cu principiile eticii profesionale.

Rector,

Director departament,

Prof.univ.dr. Marilen Gabriel Pirtea

Conf. Univ. Dr. Renata Nițu-Antonie

Nr. înregistrare UVT

...../.....

Nr. înregistrare ARACIS

...../.....

Rectorat

Codul universității: 4250670

Către,
Consiliul A.R.A.C.I.S. București

Instituția de învățământ superior:

Universitatea de Vest din Timișoara

Adresa: B-dul Vasile Pârvan, nr.4, 300233

Tel.+40256592111, fax+40256592312

E-mail: marilen.pirtea@e-uvt.ro

Web: www.uvt.ro

SENATUL

Universității de Vest din Timișoara a hotărât, în conformitate cu prevederile art. 13, 17, 18, 29-32 din OUG nr. 75/2005 privind asigurarea calității educației, așa cum a fost aprobată de Legea 87/2006, să solicite îndeplinirea procedurilor de evaluare pentru evaluarea următorului domeniu de studii universitare de master:

- Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor
- Domeniul: MARKETING
- Programul de studii PUBLICITATE ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRILOR
- Forma de învățământ IF
- Limba de desfășurare a activităților din programul respectiv: ROMÂNĂ
- Număr de credite cuprins în programul pentru care se solicită evaluarea 120

Menționez că am luat la cunoștință de valoarea tarifelor stabilite prin H.G. nr. 1731/2006 pentru activitățile întreprinse de A.R.A.C.I.S.

RECTOR,
Prof.univ.dr. Marilen Gabriel PIRTEA

Extras din procesul verbal al Ședinței Senatului din data de

Omis cele de omis.

1. Senatul Universității de Vest din Timișoara a aprobat Raportul de autoevaluare al următorului domeniu de studii universitare de masterat, program de studii universitare de masterat, care să fie transmis către ARACIS în vederea acreditării.

Universitatea de Vest din Timișoara	Facultatea	Domeniul de masterat	Programul de studii universitare de master	Forma de învățământ
	Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor	MARKETING	PUBLICITATE ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRILOR	IF

Omis cele de omis.

Președintele Senatului Universității de Vest din Timișoara

Prof. univ. dr. Viorel NEGRU

CUPRINS:

PARTEA I - INTRODUCERE.....	9
PARTEA a II-a - RAPORT DE AUTOEVALUARE A DOMENIULUI DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT MARKETING	19
2.1. Descrierea domeniului de studii universitare de masterat.....	19
2.1.1. Descrierea misiunii și a obiectivelor de formare profesională și de cercetare ale domeniului de studii universitare de masterat (DSUM) MARKETING	19
2.1.2. Informații cu privire la tipul și forma de învățământ (IF și IFR), pentru fiecare program de studii universitare de masterat existent în DSUM MARKETING	22
2.1.3. Situația înmatriculării studenților pe ani de studii la toate programele de studii de masterat din DSUM MARKETING, supus evaluării de la acreditarea acestora sau de la ultima evaluare.....	22
2.1.4. Numărul maxim de studenți pe care Universitatea de Vest din Timișoara dorește să îi școlarizeze în DSUM MARKETING, cu respectarea capacității de școlarizare pe program de studii, stabilită conform legii.....	23
2.1.5. Planul de învățământ pentru fiecare program de studii universitare de masterat din DSUM MARKETING	23
2.1.6. Suplimentul la diplomă pentru fiecare program de studii universitare de masterat din DSUM MARKETING	24
2.1.7. Informații cu privire la activitatea didactică, proiectarea și implementarea metodelor și tehnicilor de predare, învățare și evaluare centrate pe student și asigurarea unui sistem eficient de suport și de evaluare a cunoștințelor studenților, pentru fiecare program de studii universitare de masterat (PSUM) din DSUM MARKETING	24
2.1.8. Informații cu privire la resursele de învățare (manuale, tratate, referințe bibliografice, acces la baze de date, antologii etc.) pentru fiecare PSUM, disponibile în biblioteci, centre de resurse etc., în format tipărit și/sau electronic	25
2.1.9. Informații cu privire la activitatea de cercetare științifică desfășurată de UVT-FEAA în DSUM MARKETING și implicarea studenților în această activitate. Valorificarea cercetării realizate prin: publicații pentru scopuri didactice, publicații științifice, transfer tehnologic și diseminare prin centre de consultanță, parcuri științifice sau alte structuri de valorificare, realizarea unor produse noi etc.	25
2.1.10. Descrierea bazei tehnico-materiale, a spațiilor de învățământ și de cercetare/creație alocate DSUM MARKETING, inclusiv a bazei materiale din alte locații geografice unde sunt acreditate programe universitare de studii de masterat	27
2.1.11. Descrierea infrastructurii hardware și software care asigură implementarea și administrarea platformelor eLearning	28
2.1.12. Informații privind personalul didactic și de cercetare/creație/formare implicat în activitățile didactice și de cercetare și de creație din DSUM MARKETING, cu precizarea gradului de încărcare a personalului didactic cu activități didactice și de cercetare desfășurate în cadrul și în afara instituției de învățământ superior evaluate	28
2.1.13. Informații privind serviciile suport studențești de care beneficiază studenții înmatriculați la programe de studii din DSUM MARKETING.....	29
2.1.14. Gradul de acoperire cu personal propriu și asociat a tuturor posturilor din statele de funcții aferente programelor de studii de masterat din DSUM MARKETING.....	30
2.1.15. Prezentarea procedurilor interne de asigurare a calității la nivelul programelor de studii universitare de masterat, din care să reiasă existența și aplicarea politicilor și practicilor în domeniul asigurării calității, precum și eficiența și transparența acestora. Vor fi furnizate dovezi de aplicare a acestor proceduri în ultimii 3 ani, concluzii și măsuri de remediere a aspectelor defectuoase identificate	30
2.2. Criterii, standarde și indicatori de performanță	33
A. CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ	33
A1. Structurile instituționale, administrative și manageriale	33
A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare.....	37
A3. Resurse umane și capacitatea instituției de atragere a resursei umane externe instituției	41
B. EFICACITATE EDUCAȚIONALĂ	42
B1. Conținutul programelor de studii	42

B2. Accesibilitatea resurselor educaționale	47
B3. Rezultatele învățării	49
B5. Activitatea financiară a organizației.....	50
C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII	51
C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității	51

**PARTEA a III-a - RAPORT DE AUTOEVALUARE A PROGRAMULUI DE STUDII
UNIVERSITARE DE MASTERAT PUBLICITATE ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRLOR 53**

3.1 Cerințe normative obligatorii	55
3.1.1 Cadrul juridic de organizare și funcționare a facultății, departamentului, specializării, instituției și a programului, misiune și obiective	55
3.1.2 Personal didactic.....	61
3.1.3 Conținutul procesului de învățământ	64
3.1.4 Studenții	65
3.1.5 Cercetarea științifică	67
3.1.6 Baza materială.....	67
3.2 Criterii și standarde de performanță	67
A. CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ	67
A1. Structurile instituționale, administrative și manageriale	67
A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare	70
A3. Resurse umane și capacitatea instituției de atragere a resursei umane externe instituției	70
B. EFICACITATE EDUCAȚIONALĂ	72
B1. Conținutul programelor de studii	72
B2. Accesibilitatea resurselor educaționale	73
B3. Rezultatele învățării	73
B4. Activitatea de cercetare științifică	74
C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII	75
C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității	75

ANEXE:..... 80

PARTEA I - INTRODUCERE

La baza înființării Universității de Vest din Timișoara (UVT) stă Decretul Regal nr. 660, semnat la 30 decembrie 1944. Acest act istoric prevedea ca institutul nou înființat să funcționeze începând cu anul universitar 1944-1945 cu următoarele specializări: Drept, Litere și Filosofie, Științe, Medicină umană, Medicină veterinară, Farmacie și Teologie. Universitatea devine o instituție de învățământ superior de stat acreditată prin Hotărârea Consiliului de Miniștri nr. 999/27.09.1962 ([Anexa I-A1.2 a Hotărâre înfiintare UVT](#); [Anexa I-A1.2 b MO înfiintare UVT](#)).

Prin adresa Ministerului Învățământului nr. 9874 din 09.10.1994, Universitatea dobândește confirmarea actualei sale denumiri de Universitatea de Vest din Timișoara ([Anexa I-A1.3 Confirmare schimbare denumire UVT 1994](#)).

Primele specializări ale Universității fie au devenit instituții independente (Universitatea de Medicină și Farmacie), fie au dispărut în timpul perioadei comuniste. Începând cu anul 1990, Universitatea de Vest din Timișoara și-a asumat o direcție de dezvoltare similară cu modelele clasice ale universităților europene, ajungând în scurt timp un important centru de învățământ, știință și cultură de referință la nivel național și internațional. Consolidându-și succesiv profilul științific, filologic, economic, juridic, artistic și pedagogic, structura Universității de Vest a cunoscut o diversificare accentuată, răspunzând nevoilor de instruire ale tinerilor, precum și așteptărilor și cerințelor manifeste pe piața forței de muncă. În prezent, Universitatea de Vest din Timișoara cuprinde 11 facultăți: Arte și Design; Chimie, Biologie, Geografie; Drept; Economie și Administrare a Afacerilor; Educație Fizică și Sport; Fizică; Litere, Istorie și Teologie; Matematică și Informatică; Muzică și Teatru; Sociologie și Psihologie; Științe Politice, Filosofie și Științe ale Comunicării.

Viața academică este dinamică și se bazează pe o evaluare continuă a sustenabilității derulării tuturor programelor de studii din Universitate, în baza unor criterii, între care menționăm: compatibilitatea programului de studii cu altele similare din UE, solicitările regionale și naționale existente, numărul de candidați la admitere, numărul de studenți care au promovat anul I, formarea unor linii de educație Licență – Masterat – Doctorat, compatibilitatea cu direcțiile de cercetare ale departamentelor coordonatoare, etc.

Întreaga activitate din Universitatea de Vest din Timișoara se desfășoară în acord cu exigențele Cartei universitare ale cărei prevederi sunt în concordanță cu legislația națională și cu principiile Spațiului European al Învățământului Superior și sunt cunoscute de către membrii comunității UVT ([Anexa I-A1.1 Carta UVT](#)). Conform art. 6-8 din Cartă, UVT își asumă misiunea generală de cercetare științifică avansată și educație, generând și transferând cunoaștere către societate prin: a) cercetare științifică, dezvoltare, inovare și transfer tehnologic, prin creație individuală și colectivă, în domeniul științelor, al literelor, al artelor, prin asigurarea performanțelor și dezvoltării fizice și sportive, precum și valorificarea și diseminarea rezultatelor acestora; b) formare inițială și continuă, la nivel universitar, în scopul dezvoltării personale, al inserției profesionale a individului și al satisfacerii nevoilor de competențe ale mediului socioeconomic.

UVT își asumă misiunea proprie de catalizator al dezvoltării societății românești prin crearea unui mediu inovativ și participativ de cercetare științifică, de învățare și de

creație cultural-artistică, transferând spre comunitate competențe și cunoștințe prin serviciile de educație, cercetare și de consultanță pe care le oferă partenerilor din mediul economic și sociocultural.

UVT dispune de un plan strategic cu obiective formulate pe termen mediu și lung ([Anexa I-A1.6 Plan strategic 2016-2020](#)) care prevede inclusiv mecanisme de adaptare la modificările structurale ce pot surveni în evoluția învățământului superior. Gradul de îndeplinire a acestor planuri reprezintă criteriu de apreciere în evaluarea performanțelor conducerii și administrației universității.

Universitatea de Vest din Timișoara dispune de o structură administrativă a cărei activitate se bazează pe reglementările legale în vigoare, urmărind păstrarea unor standarde ridicate de eficiență și calitate în toate serviciile oferite comunității academice. Funcționalitatea acestei structuri este asigurată și de încadrarea ei armonioasă în fluxul decizional și în organigrama UVT ([Anexa I-A1.4 Organigrama de învățământ și cercetare a UVT](#)).

Universitatea de Vest din Timișoara are un sistem de conducere, un regulament de organizare și funcționare și un regulament de ordine interioară elaborate în baza reglementărilor legale ([Anexa I-C1.6 Regulamentul de ordine interioară UVT](#); [Anexa I-C1.7 Regulament de organizare și funcționare al UVT](#)).

Structura de conducere a Universității este Senatul Universității ([Anexa I-A1.5 Regulament de funcționare a Senatului UVT](#); [Anexa I-A1.8 Membrii Senatului UVT](#); [Anexa I-A1.9 Comisii Senat UVT](#)) care cuprinde cadre didactice și studenți aleși în mod democratic din toate colectivele facultăților, precum și reprezentantul Sindicatului. Conducerea executivă a activității Universității este asigurată de către Consiliul de Administrație ([Anexa I-A1.10 Regulament de organizare și funcționare a CA UVT](#)).

În ceea ce privește departamentele administrative ale Universității de Vest din Timișoara, de-a lungul timpului au fost înființate o serie de departamente administrative suport, cu un rol bine definit pentru asigurarea unui grad ridicat de funcționalitate a întregii universități ([Anexa I-A1.7 Organigrama Tehnico-Administrativă a UVT](#)). Toate aceste departamente acționează convergent pentru armonizarea și eficientizarea tuturor proceselor și activităților interne, precum și a relaționării cu mediul socio-economic și cultural.

UVT are un sistem informatic care facilitează colectarea, prelucrarea și analiza datelor și informațiilor specifice. În cadrul UVT funcționează Serviciul IT&C (<https://it.uvt.ro/>) al cărui principal obiectiv este asigurarea unor comunicații performante printr-un acces fiabil la serviciile Internet pentru toate cadrele didactice, studenții și personalul UVT. Realizarea și implementarea conturilor de e-mail în cloud, pe domeniul e-uvt.ro, pentru toți studenții, și implementarea autentificării unice la serviciile informatice din UVT (e-mail, laboratoare, e-learning – ID, dreamspark etc.) creează premisele unei comunicări mai eficiente și rapide cu toți studenții (Premiul de excelență pentru cea mai modernă platformă IT din învățământul superior la Gala Edumanager.ro 2013). Utilizarea platformelor specifice de gestiune a studenților și a informații ce vizează planurile de învățământ, statele de funcții (tip UMS și ACADEMIS) este posibilă și ca urmare a suportului oferit în formarea și dobândirea deprinderilor de folosire a acestor instrumente dedicate.

Comunicarea instituțională respectă fluxul decizional, iar toate informațiile de interes pentru comunitatea UVT se regăsesc actualizate în timp real pe website-ul

Universității www.uvt.ro. Pentru eficientizarea comunicării interne toate cadrele didactice și toți studenții beneficiază gratuit din partea universității de o adresă instituțională de e-mail (cu formatul @e-uvt.ro), alocată cu titlul permanent și dispunând de spațiu de stocare nelimitat.

UVT dispune de un patrimoniu care contribuie în mod eficace la realizarea misiunii și obiectivelor sale. UVT asigură spații de învățământ și cercetare corespunzătoare specificului său de dezvoltare prin săli de predare, laboratoare didactice, centre de cercetare, în concordanță cu normele tehnice, de siguranță și igienico-sanitare în vigoare și respectând diferențele dintre formele de învățământ (la zi, cu frecvență redusă și la distanță) și, respectiv, obiectivele activităților de cercetare. Calitatea acestora este evaluată în funcție de suprafață, volum, stare tehnică, numărul total de studenți, numărul personalului didactic și de cercetare, în funcție de domenii, programe de studii și la nivel instituțional prin raportare la normele în vigoare. UVT oferă spații de cazare și spații pentru activitățile sociale, culturale sau sportive ale studenților ([Anexa I-A2.1 Camine UVT](#)) și dispune de planuri de dezvoltare și de investiții realiste, pe baza veniturilor previzionate ([Anexa I-A2.3 Obiective majore de investiții ale UVT](#)). Sălile de predare/seminarizare dispun de echipamente tehnice de învățare, predare și comunicare care facilitează activitatea cadrului didactic și receptivitatea studentului; laboratoarele didactice și de cercetare dispun de echipamente și mijloace de funcționare corespunzătoare stadiului actual de dezvoltare a cunoașterii științifice, fiind comparabile cu cele utilizate în universitățile dezvoltate din Europa și cu bunele practici internaționale.

Universitatea de Vest din Timișoara are în patrimoniul său un centru de editare și tipografie, care stau la dispoziția studenților și a profesorilor. Biblioteca Centrală Universitară (B.C.U.) „Eugen Todoran” este, conform Legii bibliotecilor 334/2002, o bibliotecă de drept public, de importanță națională, cu personalitate juridică, situându-se, alături de B.C.U. „Carol I” din București, B.C.U. „M. Eminescu” din Iași și B.C.U. „Lucian Blaga” din Cluj-Napoca, între primele patru biblioteci universitare din România. În prezent, B.C.U. „Eugen Todoran” deservește Universitatea de Vest din Timișoara și dispune de 1.002.603 documente, din care 672.121 cărți, 6.685 titluri de publicații seriale (260.929 fascicule) și 69.553 alte unități bibliotecare. B.C.U. „Eugen Todoran” este complet informatizată, utilizând unul dintre cele mai performante softuri de bibliotecă (ALEPH-500), precum și 99 calculatoare, dintre care 38 sunt la dispoziția utilizatorilor. Catalogul electronic (OPAC) al B.C.U. „Eugen Todoran” conține 334.656 unități bibliografice, ceea ce reprezintă peste 90% din fondul uzual de documente.

Editura Universității de Vest este o editură cu caracter academic, universitar. A luat ființă în anul 2001, în baza Cartei Universitare, ca departament al UVT și a publicat, până în prezent circa 1000 de titluri. Profilul cărților cuprinde o arie largă și se regăsește în structura academică a Universității de Vest. Editura este acreditată CNCIS și participă constant, din 2004, la cele mai importante Târguri de Carte din România: Târgul de Carte „Gaudeamus”, organizat de Societatea Română de Radiodifuziune, și „Bookfest”, tutelat de Asociația Editorilor din România. A fost distinsă cu premiul „Educația” la Târgul de Carte „Gaudeamus”, Craiova (2005) și Timișoara (2008).

Editura are un consiliu de coordonare științifică, aprobat de Senatul Universității, cu rolul de a aviza științific producția de carte și o structură proprie de personal specializat în activitatea editorială. Volumele EUV, organizate în colecții (9 până în prezent), sunt

distribuite prin intermediul unei librării proprii din Timișoara sau, nemijlocit, prin comenzi ferme înaintate Editurii.

Raportul dintre resursele de învățare disponibile și studenți este astfel stabilit încât fiecare student să aibă acces liber la orice resursă, conform obiectivelor și cerințelor programelor de studii. Fiecare cadru didactic din UVT dispune de strategii actualizate de predare pentru fiecare curs, conforme cu programul de studii, caracteristicile studenților, forma de învățământ și criteriile de calitate predefinite. Cadrele didactice folosesc resursele noilor tehnologii (e-mail, pagina personală web pentru tematică, bibliografie, resurse în format electronic și dialog cu studenții) și materiale auxiliare variate (tablă, flipchart, videoproiector).

UVT dispune de resurse financiare suficiente pe termen scurt (anual) și de surse de finanțare adecvate în perspectiva următorilor trei ani, care permit realizarea în mod sustenabil a misiunii și obiectivelor fixate ([Anexa I-B2.2 Taxe studiu UVT 2018-2019](#)). UVT are o politică financiară actualizată prin planurile de dezvoltare a bazei materiale și de investiții susținute de existența surse diversificate de finanțare. Planificarea și definirea politicilor de investiții și de gestiune financiară se face în mod riguros. Bugetul anual și bugetul previzionat pentru următorii trei ani justifică politicile financiare pe termen scurt și mediu și demonstrează sustenabilitatea financiară a acestora ([Anexa I-B4.1 Buget de venituri și cheltuieli UVT](#)). UVT are un Regulament de acordare a burselor pe care îl aplică în mod consecvent ([Anexa I-B2.1 Regulament acordare burse UVT](#)) și acordă sprijin material pentru studenți atât din alocații de la bugetul de stat cât și din resurse proprii.

UVT organizează activitățile de predare acordând o atenție deosebită rezultatelor învățării, iar activitățile de cercetare prin raportare directă la performanțele de dezvoltare și de transfer de cunoaștere și de tehnologie.

UVT are o politică de recrutare și admitere a studenților, aplicată în mod transparent și riguros, pe principiul egalității șanselor tuturor candidaților. UVT anunță condițiile și domeniile de admitere, precum și conținutul programelor de studii prin mijloace de promovare specifice (campanii radio, presă scrisă, TV) și de comunicare la distanță (Internet). Activitatea de promovare a concursului de admitere demarează la începutul fiecărui an calendaristic prin diseminarea informațiilor cu privire la oferta educațională a universității către cel puțin opt inspectorate școlare județene (Timiș, Arad, Caraș-Severin, Hunedoara, Mehedinți, Gorj, Bihor, Alba). Complementar, au loc acțiuni directe ale cadrelor didactice din universitate concretizate în întâlniri directe cu elevii claselor terminale din licee, colegii naționale, precum și evenimente de tip Zilele Porților Deschise și Caravana UVT.

Admiterea se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică nici un fel de criterii discriminatorii. Admiterea într-un ciclu de studii universitare în cadrul UVT are la bază regulamentul de admitere ([Anexa I-B1.1 Metodologia UVT de admitere licență UVT](#); [Anexa I-B1.2 Metodologia UVT de admitere master UVT](#); [Anexa I-B1.3 Metodologia privind organizarea și desfășurarea admiterii în programe postdoctorale în cadrul IOSUD-UVT](#)). Oferta educațională a Universității de Vest din Timișoara acoperă toate palierele de organizare a programelor de studii: licență, master și studii doctorale, respectiv include atât programe de studii care se desfășoară cu frecvență, frecvență redusă precum și învățământ la distanță ([Anexa I-A3.2 Proces educațional_Programe de studiu - Studenți UVT](#); [Anexa I-A4.1 HG 185 - 2018 Domenii și programe de master acreditate](#); [Anexa I-C4.7b Decizie Senat responsabili domenii](#)

master; Anexa I-B1.4 Conducatori-de-doctorat-UVT-14.03.2019; Anexa I-B1.5 Raport evaluare interna IOSUD-UVT-2018). Fiecare program de studii din cadrul UVT se bazează pe corespondența dintre rezultatele în învățare, respectiv cercetare în cazul masteratului sau doctoratului și calificarea universitară.

Programele de studii desfășurate în UVT sunt relevante din punct de vedere didactic și profesional, fiind adaptate cunoașterii științifice și tehnologiei din domeniu și sunt conforme cu cerințele pieței muncii și ale calificărilor. Programele de studii din cadrul UVT sunt revizuite periodic (Anexa I-B1.6 Macheta-fisa-disciplinei; Anexa I-B1.7a Regulamentul privind elaborarea planurilor de învățământ pentru programele de studii din UVT; Anexa I-B1.7b Macheta-plan-de-invatamant) și au fost publicate informații specifice în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior.

UVT dispune de un regulament propriu de elaborare a planurilor de învățământ care permite studenților să-și aleagă parcursul educațional prin alegerea unor discipline care să le genereze competențe transversale, care la rândul lor le vor permite o mai bună adaptare la exigențele sociale (Anexa I-B1.7a Regulamentul privind elaborarea planurilor de învățământ pentru programele de studii din UVT; Anexa I-B1.7b Macheta-plan-de-invatamant).

Sub aspectul resursei umane și a corpului academic, evoluția corpului profesoral (Anexa I-A3.1 Personal didactic, de cercetare si nedidactic UVT) pe perioada ultimilor 5 ani universitari (la 1 ianuarie al fiecărui an) evidențiază un trend descrescător pentru posturile didactice de profesor, în detrimentul unui efect de consolidare a pozițiilor academice de conferențiar și lector. Politica de resurse umane implementată de Universitate pe parcursul ultimilor ani a vizat cu precădere consolidarea staff-ului academic, situație concretizată prin creșterea considerabilă a posturilor didactice ocupate de titulari, în detrimentul posturilor didactice vacante.

Pentru menținerea unor standarde ridicate de promovare și de selecție a cadrelor didactice, Universitatea de Vest din Timișoara, prin decizia Consiliului de administrație și Hotărârea Senatului UVT a consemnat drept condiție obligatorie de participare la concursurile didactice de ocuparea a posturilor de profesor universitar deținerea atestatului de abilitare a candidatului.

Cunoștințele, competențele și abilitățile dobândite pe parcursul școlarizării universitare permit absolvenților universității să se angajeze pe piața muncii, să dezvolte o afacere proprie, să continue studiile universitare în ciclul următor și să învețe permanent. Pentru că există numeroase dificultăți de evaluare a capacității de angajare a absolvenților pe piața muncii, Universitatea de Vest din Timișoara a înființat Centrul de comunicare cu alumni care dispune de o bază de date cu contactele absolvenților din ultimele promoții și care va valorifica aceste informații în realizarea unor studii proprii despre inserția absolvenților pe piața muncii (<https://www.uvt.ro/ro/alumni/>).

Valorificarea calificării universitare de către absolvenții UVT prin activarea pe piața muncii înregistrează valori diferențiate de momentul absolvirii și de specificul domeniului de studii. În acest sens, în anul 2018 a fost realizat studiul privind angajabilitatea absolvenților Universității de Vest din Timișoara - "UVT și piața muncii", fiind dezvoltată platforma <https://angajabilitate.uvt.ro/> care oferă informații despre activitatea absolvenților și integrarea lor pe piața muncii. Platforma este concepută să ofere statistici accesibile, explicate, user-driven, utilizând indicatori descriptivi, grupați în următoarele

clase: (1) inserția (2) dispersia ocupațională (3) venit (4) sectoare economice (5) dimensiunea angajatorului (6) fluxuri studii-angajare.

De asemenea, la nivelul UVT funcționează Biroul pentru Relația cu Mediul Socio-Economic (BRMSE), o structură menită să asigure conectarea mediului academic la realitatea și necesitățile din mediul economic-social, contribuind direct la creșterea calității programelor educaționale ale UVT, la dezvoltarea culturii antreprenoriale și a competențelor practice dobândite de absolvenții săi, la creșterea gradului de inserție a acestora pe piața muncii precum și la creșterea implicării universității în comunitate (Anexa I-A4.2 Regulamentul de organizare și funcționare a BRMSE).

Complementar competențelor de instruire și predare, cadrele didactice dispun și de competențe de consiliere, monitorizare și facilitare a proceselor de învățare (Anexa I-C4.8 Ghid general tutorat; Anexa I-C4.7a Tutori-FEAA-2018-2019). Programele de studii sunt integrate cu stagii de practică (Anexa I-C2.3 Procedura de practica a studenților), plasament și internship și cu implicarea studenților în proiecte de cercetare. Cadrele didactice implică studenții în activitatea de predare (prin întrebări din sală, scurte prezentări, experimente demonstrative), iar procesul de predare este orientat după ritmul și modul de învățare al studenților.

Universitatea de Vest din Timișoara dispune de un Centru de Consiliere și Orientare în Carieră (CCOC - <https://ccoc.uvt.ro/>) deschis studenților, cu atribuții în consiliere psihologică și orientare profesională, derulând următoarele activități: consiliere educațională și vocațională, consiliere în carieră, sesiuni de pregătire a portofoliului de angajare, simularea interviului de angajare, organizarea de prezentări de companii, sesiuni de formare pentru dezvoltarea competențelor transversale ale studenților, realizarea de studii și analize periodice privind abandonul universitar, integrarea absolvenților pe piața muncii, elaborarea și aplicarea de instrumente specifice în scopul monitorizării inserției pe piața muncii, participări la activități organizate de către alumni, informarea și consilierea studenților asupra rutelor educaționale și ocupaționale din cadrul instituțiilor de învățământ superior (Anexa I-C2.4 Regulament de Organizare și Funcționare –CCOC; Anexa I-C2.5a Raport-CCOC-2018; Anexa I-C2.5b Raport CCOC-2017).

Activitatea de cercetare științifică și de creație universitară din cadrul UVT urmărește strategiile și direcțiile prioritare la nivel regional, național și internațional, precum și planul strategic la nivel instituțional (Anexa I-B1.8b Regulamentul-Cercetării-Stiințifice-si-Creatiei-Universitare). În cadrul UVT activează Departamentul pentru Cercetare Științifică și Creație Universitară (DCSCU) al cărui scop este de a contribui la dezvoltarea cercetării științifice și creației artistice în cadrul UVT, instituție de învățământ superior care își asumă misiunea proprie de catalizator al dezvoltării societății românești prin crearea unui mediu inovativ și participativ de cercetare științifică, de învățare și de creație cultural - artistică, transferând spre comunitate competențe și cunoștințe prin serviciile de educație, cercetare și de consultanță pe care le oferă partenerilor din mediul economic și socio-cultural (Anexa I-B1.8a ROF-Departamentul de cercetare stiintifica).

Strategia pe termen lung și programele pe termen mediu și scurt privind cercetarea sunt adoptate de Senat și Consiliile facultăților, odată cu specificarea practicilor de obținere și de alocare ale resurselor de realizare și a modalităților de valorificare. Interesele de cercetare sunt instituționale, cercetarea realizându-se în cadrul unor centre de cercetare acreditate și fiind relevantă în cadrul național, în privința programării,

competitivității și valorificării (https://cercetare.uvt.ro/?page_id=4412; Anexa I-B1.8c Metodologie-evaluare-centre-cercetare). În numeroase domenii, cercetarea este relevantă pe plan european și internațional (https://cercetare.uvt.ro/?page_id=4712).

Rezultatele cercetării științifice derulate în UVT pot fi sintetizate și prin poziția ocupată de Universitate în diversele clasificări internaționale. Potrivit ultimelor rezultate publicate în anul 2018, poziționarea UVT în clasificări internaționale generale este următoarea (Raportul Rectorului UVT pentru anul 2018 - <https://www.uvt.ro/files/8674ee272c38908789d56e0ec0d2c960cfcce4d5/>):

	QS World University Rankings	Top 801-1000 în 2018 din 1011 de universități din lume
	Emerging Europe and Central Asia University Rankings (EECA)	Locul 72 în 2018 din 300 de universități din țări din Europa și Asia Centrală
	Times Higher Education World University Rankings	Top 1001+ în 2018 din 1258 de universități din lume
	Times Higher Education Europe	Locul 412 în 2018 din 465 de universități din Europa
	Times Higher Education New Europe	Locul 29 în 2018 din 53 de universități din Europa (din cele 13 țări care au aderat la Uniunea Europeană începând cu anul 2004)
	Times Higher Education Emerging Economies University Rankings	Top 201-250 în 2018 din 378 de universități din 42 de țări din zona Emerging Economies
	U-Multirank	UVT a fost prezentă atât la nivel instituțional, cât și cu domeniile: Științe politice, Științele educației, Psihologie, Sociologie și Asistență socială
	Round University Ranking (RUR)	Locul 647 în 2018 din 750 de universități universități din lume

Poziționarea UVT în clasificări internaționale specifice este următoarea:



QS World University Rankings by Subject Top 251-300 (domeniul Limbi moderne) în 2018 din 302 de universități din lume



Times Higher Education Subject Rankings Top 801+ (domeniul Științe fizice) în 2018 din 963 de universități din lume



Round University Rankings Poziția 483 la nivel mondial din 584 de universități (domeniul Științe tehnice) și poziția 555 la nivel mondial din 603 de universități (domeniul Științe sociale) în 2018



RUR Reputation University Ranking Poziția 699 la nivel mondial din 784 de universități în 2018



RUR Academic World University Ranking Poziția 615 la nivel mondial din 784 de universități în 2018

Poziționarea UVT în clasificări internaționale legate de producția științifică și în clasificările tematice este următoarea:



University Ranking by Academic Performance Locul 1502 în 2018 din 2500 de universități din lume



Scimago Institutions Rankings (SIR) Locul 512 în 2018 din 630 de universități din lume



GreenMetric University Ranking Locul 600 în 2018 din 719 de universități din lume



Ranking Web of Universities Locul 1448 (ediția ianuarie 2018) și locul 1514 (ediția iulie 2018) din peste 27.000 de universități din lume



uniRank Locul 2683 (ediția ianuarie 2018) și locul 2755 (ediția iulie 2018) din aproximativ 13.600 de universități din lume

Universitatea de Vest din Timișoara are un Cod de Etică și integritate academică ([Anexa I-C1.3 Cod de Etica si Deontologie Universitara UVT](#)) prin care apără valorile libertății academice, autonomiei universitare și integrității etice. Acest cod este aplicat prin intermediul unei Comisii de Etică și Deontologie Universitară ([Anexa I-C1.4 Regulament de organizare si functionare CE](#)) care reunește cadre didactice cu prestigiu în spațiul academic și își desfășoară activitatea independent și funcționează după un regulament aprobat de Senat ([Anexa I-C1.5 Comisie de Etica UVT Hotararea Senatului nr. 80 din 14.03.2019](#)).

La nivelul UVT există Departamentul pentru Managementul Calității ([Anexa I-C1.2 Regulament de organizare si functionare -DMC UVT](#)) care promovează o cultură a calității prin angrenarea întregii comunități academice din UVT (personal didactic, personal de suport și studenți). UVT dispune de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității universitare, asigurându-se astfel că angajamentele pe care și le-a asumat sunt respectate riguros, în condiții de transparență publică ([Anexa I-C1.1 Manualul calitatii](#); [Anexa I-C1.2 Regulament de organizare si functionare - DMC UVT](#); [Anexa I-C8.1 Carta auditorului intern](#); [Anexa I-C8.2 Manual proceduri audit intern](#); [Anexa I-C8.3 Regulamentul de organizare si functionare Biroul de Audit Public Intern](#); [Anexa I-C8.4 Regulament de organizare si functionare a Corpului de Control Intern](#)). Rezultatele și observațiile auditului academic se publică într-un raport anual de audit.

În UVT există, la nivelul fiecărei facultăți, o Comisie pentru Managementul Calității (CMC), care participă la elaborarea instrumentelor de evaluare și de asigurare a calității programelor educaționale și la stabilirea standardelor de calitate la nivel de facultăți (<http://www.dmc.uvt.ro/sistemul-de-management-al-calitatii/comisiile-pentru-managementulcalitatii-cmc>).

În conformitate cu art. 192 din Legea educației naționale nr. 1/2011, asigurarea calității învățământului și cercetării este o obligație asumată a Universității de Vest din Timișoara, manifestată prin eforturi concertate de promovare a calității activităților universitare. Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (CEAC) a fost înființată, are structură și desfășoară activitățile prevăzute prin reglementările în vigoare (<http://www.dmc.uvt.ro/sistemul-demanagement-al-calitatii/comisia-pentru-evaluarea-si-asigurarea-calitatii-a-universitatii-de-vestdin-timisoara/>). Procedurile și activitățile de evaluare privind calitatea educației au fost elaborate și aprobate de Senatul universitar. Comisia elaborează Raportul anual de evaluare internă a calității, îl face public în format electronic pe site-ul Universității și formulează propuneri de îmbunătățire a calității educației în Universitatea de Vest din Timișoara.

Evaluarea colegială este organizată periodic, fiind bazată pe criterii generale și pe preferințe colegiale. Evaluarea colegială este obligatorie și anuală ([Anexa I-C4.2 Macheta evaluare colegiala](#)). Începând cu primul semestru din anul universitar 2016-2017 evaluarea cadrelor didactice din UVT se realizează on-line conform unei proceduri elaborate pe baza standardelor Europene în domeniul calității și a bunelor practici existente în universități din Belgia, Slovenia, Portugalia ([Anexa I-C4.3 Procedura de evaluare a cadrelor didactice de catre studenti](#)). Studenții pot accesa via on-line (inclusiv de pe dispozitive mobile) platforma de evaluare cu un ID unic într-un interval de 2 săptămâni înainte de sesiune ([Anexa I-C4.4 Chestionar on-line de evaluare de catre studenti a activitatii personalului didactic](#)).

Cadrul didactic se autoevaluează ([Anexa I-C4.1 Macheta autoevaluare](#)) și este evaluat anual de către directorul de departament ([Anexa I-C4.5 Macheta evaluare de catre directorul de departament](#); [Anexa I-C4.6 Macheta evaluare de catre decan](#)). Există un sistem de clasificare a performanțelor în predare, cercetare și servicii aduse instituției și comunității, alături de care sunt incluse și rezultatele evaluării colegiale și ale celei realizate de studenți.

În UVT există o procedură cu privire la inițierea (autorizarea), acreditarea și evaluarea periodică a programelor de studii și o procedură cu privire la monitorizarea și revizuirea periodică a programelor de studii, aplicate în mod riguros și consecvent ([Anexa](#)

I-C2.1 PS 01 Inițierea, acreditarea și evaluarea periodică a programelor de studii; Anexa I-C2.2 Procedura monitorizare și revizuire periodică). Programele de studii și diplomele emise de UVT sunt în conformitate cu cerințele calificării universitare. Pentru toate programele de studii de licență au fost elaborate documente care specifică competențele specifice și cele transversale, respectiv descriptorii de nivel ale elementelor structurale ale competențelor profesionale (Grila 1) și au fost postate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior.

Examinarea și notarea studenților se fac pe bază de criterii, regulamente și tehnici riguroși și consecvent aplicate. UVT dispune de o procedură și de un regulament care precizează procedeele, tehnicile și metodele de aplicare ale acestora în activitatea de examinare și notare a studenților (Anexa I-C2.6 Codul-drepturilor-și-obligațiilor-studentului-2018-2019; Anexa I-C2.7 Regulamentul-privind-sistemul-de-credite-transferabile). Acest regulament este aplicat în mod riguros și consecvent. La examinare participă, pe lângă titularul cursului, cel puțin încă un alt cadru didactic de specialitate, implicându-se, în situațiile relevante și un examinator din afara instituției. Fiecare disciplină desfășurată în UVT este proiectată pentru a îmbina predarea, învățarea și examinarea. Procedeele de examinare și evaluare a studenților sunt centrate pe rezultatele învățării și anunțate studenților din timp și în detaliu, prin afișare la sediile facultăților și/sau pe paginile de Internet ale facultății / UVT. Disciplinele prevăd evaluări diagnostice, formative și sumative, care asigură continuitatea și consecvența în învățare. Evaluarea stimulează studenții pentru învățarea creativă, manifestată prin elaborarea de lucrări independente bazate pe cunoștințele însușite.

PARTEA a II-a - RAPORT DE AUTOEVALUARE A DOMENIULUI DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT MARKETING

2.1. Descrierea domeniului de studii universitare de masterat

2.1.1. Descrierea misiunii și a obiectivelor de formare profesională și de cercetare ale domeniului de studii universitare de masterat (DSUM) MARKETING

Domeniul **Marketing** cuprinde 3 programe masterale: Marketing Strategic și Marketing Digital (MSMD), Marketing și Managementul Vânzărilor (MMV), respectiv Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV) care au ca **misiune** formarea de specialiști în domeniul marketingului, comunicării și vânzărilor. Programele masterale din domeniul Marketing își propun să contribuie la dezvoltarea mediului de afaceri prin formarea de profesioniști cu o înaltă calificare pentru regiunea de vest a țării și pentru piața națională, în toate subdomeniile esențiale ale marketingului și prin crearea de expertiză care să acopere toate funcțiile sau ariile de competență ale marketingului.

Obiectivul principal este acela de a forma competențele profesionale necesare exercitării profesiilor, „meseriilor” specifice domeniului „Marketing” prin:

- utilizarea avansată a instrumentelor specifice de marketing, atât în mediul online, cât și offline;
- colectarea de informații pentru fundamentarea deciziilor de marketing;
- elaborarea și implementarea de strategii și planuri de marketing;
- formarea abilităților și capabilităților specifice activităților de management al marketingului.

Obiectivele implicite derivate sunt:

- formarea și exersarea capacității de analiză și sinteză, de observare, de identificare, de abordare multi și interdisciplinară;
- dobândirea abilității de autoevaluare, lucrul în echipă, capacitatea de comunicare și interrelaționare;
- flexibilitatea și adaptarea la dinamica vieții economice și sociale și chiar anticiparea tendințelor, fenomenelor și proceselor din mediul de marketing;
- responsabilizarea și însușirea valorilor eticii și deontologiei profesionale.

În ceea ce privesc, punctual, competențele profesionale dobândite (a se vedea [Anexa I.01. Suplimente de diplomă](#)) și profesiile posibile precum și ocupațiile care pot fi practicate pe piața muncii potrivit Clasificării Ocupațiilor din România (COR) (a se vedea [Anexa I.02. Programe master Domeniul Marketing înregistrate RNCIS](#)), aspecte care pot fi consultate și pe site-ul <http://site.anc.dru.ro>, secțiunea RNCIS – Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior, redăm următoarea sinteză prezentată cu ajutorul unei structuri tabelare:

Tabel 1. Programe de masterat – competențe profesionale și ocupații COR

Nr. crt.	Program masteral	Competențe profesionale dobândite	Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii
1.	Marketing Strategic și Marketing Digital (MSMD)	1. Competențe profesionale: a) Elaborarea și implementarea planurilor de marketing pentru o companie / produs / brand în mediul digital; b) Utilizarea în marketing a instrumentelor digitale; c) Realizarea managementului relațiilor cu clienții și a managementului experienței digitale a clientului; d) Dezvoltarea și implementarea unui plan antreprenorial în mediul digital; e) Formarea unui comportament etic bazat pe valorile culturii de marketing. 2. Competențe transversale: a) Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; b) Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; c) Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.	Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii existente în Clasificarea Ocupațiilor din România (COR): 1. Specialist marketing 2. Manager de produs 3. Brand manager <i>Alte ocupații posibile:</i> 1. Șef serviciu marketing 2. Șef birou marketing 3. Manager marketing (tarife, contracte, achiziții)
2.	Marketing și Managementul Vânzărilor (MMV)	1. Competențe profesionale: a) Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind atragerea clienților, păstrarea și dezvoltarea relațiilor cu clienții și gestiunea echipei de vânzări; b) Însușirea și aplicarea diferitelor tehnici în procesul de vânzare, precum și fundamentarea tehnicilor de negociere utilizate în afaceri; c) Fundamentarea strategiilor de marketing în sectorul de retail și managementul activităților de marketing și vânzări în centre comerciale, magazinele fizice și virtuale; d) Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind strategia de marketing și comunicarea de marketing în mediul offline și online, precum și referitor la comunicarea verbală personală; e) Dezvoltarea aptitudinilor de a iniția afaceri, de a concepe și lansa noi produse, precum și conceperea și implementarea de strategii de creștere a afacerilor.	Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii existente în Clasificarea Ocupațiilor din România (COR): 1. Consilier / expert / inspector / referent / economist în comerț și marketing 2. Manager de produs 3. Analist servicii client <i>Alte ocupații posibile:</i> 1. Manager marketing 2. Manager de achiziții 3. Manager de vânzări 4. Manager magazin 5. Responsabil produs 6. Manager raion 7. Manager categorie de produs 8. Leasing manager 9. Manager logistic

		2. Competențe transversale: a) Promovarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în condiții de autonomie profesională; b) Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și cunoașterea tehnicilor de relaționare în cadrul departamentelor de marketing, a relaționării cu alte departamente, clienți, parteneri și furnizori locali și străini; c) Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.	10. Manager dezvoltare spații comerciale 11. Manager relații cu clienții 12. Manager unități HoReCa 13. Administrator franciză 14. Manager de dezvoltare a pieței
3.	Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV)	1. Competențe profesionale: a) Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind atragerea clienților, păstrarea și dezvoltarea relațiilor cu clienții și gestiunea echipei de vânzări; b) Însușirea și aplicarea diferitelor tehnici în procesul de vânzare, precum și fundamentarea tehnicilor de negociere utilizate în afaceri; c) Fundamentarea strategiilor de marketing în sectorul de retail și managementul activităților de marketing și vânzări în centre comerciale, magazinele fizice și virtuale; d) Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind strategia de marketing și comunicarea de marketing în mediul offline și online, precum și referitor la comunicarea verbală personală; e) Dezvoltarea aptitudinilor de a iniția afaceri, de a concepe și lansa noi produse, precum și conceperea și implementarea de strategii de creștere a afacerilor. 2. Competențe transversale: a) Promovarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în condiții de autonomie profesională; b) Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și cunoașterea tehnicilor de relaționare în cadrul departamentelor de marketing, a relaționării cu alte departamente, clienți, parteneri și furnizori locali și străini; c) Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.	Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii existente în Clasificarea Ocupațiilor din România (COR): 1. Specialiști în publicitate și marketing 2. Brand manager 3. Specialiști în relații publice <i>Alte ocupații posibile:</i> 1. Senior brand marketing executive 2. Manager de comunicare de marketing 3. Manager de publicitate 4. Specialist în comunicare și branding online 5. Specialist în Web Marketing 6. Consumer Insight Specialist 7. Specialist în social media 8. Public Relation Account Coordinator 9. Advertising Account Executive 10. Specialist în marketing prin motoare de căutare 11. Specialist în marketing prin conținut 12. Manager planificare media 13. Manager relații cu clienții 14. Manager de strategie în agenții de publicitate 15. Consultant în branding

2.1.2. Informații cu privire la tipul și forma de învățământ (IF și IFR), pentru fiecare program de studii universitare de masterat existent în DSUM MARKETING

Toate cele 3 programe de masterat din domeniul Marketing sunt **masterate profesionale cu forma de învățământ cu frecvență**, cu limba de predare **română**.

Tabel nr. 2. Programe de masterat – nume, tip, formă de învățământ

Nr. crt.	Nume program de masterat	Tip	Formă de învățământ
1.	Marketing Strategic și Marketing Digital (MSMD)	profesional	Învățământ cu frecvență
2.	Marketing și Managementul Vânzărilor (MMV)	profesional	Învățământ cu frecvență
3.	Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV)	profesional	Învățământ cu frecvență

2.1.3. Situația înmatriculării studenților pe ani de studii la toate programele de studii de masterat din DSUM MARKETING, supus evaluării de la acreditarea acestora sau de la ultima evaluare

Evoluția numărului de studenți înscriși la cele 3 programe de masterat ale domeniului Marketing în perioada 2014-2018 (pentru Anul 1 și, respectiv, Anul 2), pe fiecare an universitar este prezentată, într-o manieră sintetizatoare în tabelul de mai jos (a se vedea și [Anexa I.03. Evoluție număr studenți master FEAA 2014-2018](#)):

Tabel nr. 3. Programe de masterat – evoluție număr studenți înmatriculați pe ani de studiu în perioada 2014-2018

Program de masterat	Număr de studenți înmatriculați									
	2014 / 2015		2015 / 2016		2016 / 2017		2017 / 2018		2018 / 2019	
	An 1	An 2	An 1	An 2	An 1	An 2	An 1	An 2	An 1	An 2
MSMD	0	0	0	0	24	0	29	18	23	25
MMV	37	50	49	30	27	43	29	27	24	26
PPV	32	41	30	26	20	23	23	16	30	18
MARKETING	69	91	79	56	71	66	81	61	77	69

Comparând situația anului universitar 2018 / 2019 cu cea a anului universitar 2014 / 2015 se poate remarca o ușoară creștere a numărului de studenți înmatriculați în domeniul Marketing, **cu 11,59%** la nivelul anului 1 de studiu. La nivelul anului 2 de studiu se remarcă însă o scădere a numărului de studenți înmatriculați cu **24,18%**. Totuși, ca urmare a preocupărilor constante privind reducerea abandonului școlar, la nivelul anului universitar 2018 / 2019, numărul de studenți înmatriculați în anul 2 a crescut cu **13,11%** față de anul universitar anterior. De asemenea, la nivelul ultimilor doi ani se remarcă creșterea numărului de studenți înmatriculați în anul 1 la programul **Publicitate și Promovarea Vânzărilor**.

2.1.4. Numărul maxim de studenți pe care Universitatea de Vest din Timișoara dorește să îi școlarizeze în DSUM MARKETING, cu respectarea capacității de școlarizare pe program de studii, stabilită conform legii

Pentru domeniul de studii universitare de masterat **Marketing**, respectând capacitatea de școlarizare pe program de studii, stabilite conform legii și ținând cont de Anexa nr. 1 a HG nr. 185 / 04 aprilie 2018, publicată în Monitorul Oficial al României nr. 323 din 12 aprilie 2018 (a se vedea Anexa [I.04. HG Capacitate de școlarizare master FEAA 2018](#)), capacitatea de școlarizare pe care o solicităm este redată în următoarea structură tabelară:

Tabel nr. 4. Programe de masterat – capacitate maximă de școlarizare solicitată

Nr. crt.	Domeniul de studii universitare de masterat	Denumirea programului de studii universitare de masterat	Locația geografică	Limba de predare	Formă de învățământ	Număr de credite de studiu transferabile	Număr maxim de studenți ce pot fi școlarizați
1.	Marketing	Marketing Strategic și Marketing Digital	Timișoara	română	IF	120	60
2.	Marketing	Marketing și Managementul Vânzărilor	Timișoara	română	IF	120	50
3.	Marketing	Publicitate și Promovarea Vânzărilor	Timișoara	română	IF	120	50
x	Marketing	x	Timișoara	română	IF	120	160

2.1.5. Planul de învățământ pentru fiecare program de studii universitare de masterat din DSUM MARKETING

Planurile de învățământ valabile începând cu anul universitar 2019 / 2020 pentru toate cele 3 programe de masterat ale domeniului Marketing sunt redată în [Anexa I.05. Planuri de învățământ. An universitar 2019-2020](#). Planurile de învățământ conțin toate informațiile necesare potrivit prevederilor legale. În tabelul 5 de mai jos este prezentată o sinteză pe categorii de discipline:

Tabel nr. 5. Marketing. Programe de masterat – planuri de învățământ, an universitar 2019 / 2020

Nr. crt.	Categorie disciplină	Program studii de masterat		
		MSMD	MMV	PPV
1.	Discipline obligatorii	93,33%	93,33%	93,33%
2.	Discipline opționale	6,67%	6,67%	6,67%

La nivelul tuturor celor trei programe de masterat din domeniului Marketing se poate observa că disciplinele obligatorii reprezintă 93,33%, iar cele opționale doar 6,67% din numărul total de discipline incluse în planurile de învățământ. Toate cele trei planuri de învățământ conțin (în semestrul II din anul I și, respectiv, în semestrul I din anul II), câte două coșuri de discipline opționale, proiectate pentru a permite alegerea unui traseu flexibil din partea studentului.

2.1.6. Suplimentul la diplomă pentru fiecare program de studii universitare de masterat din DSUM MARKETING

Suplimentele de diplomă pentru toate cele 3 programe de masterat prezintă aceeași structură informațională redată pe 8 secțiuni:

- date de identificare a titularului diplomei;
- informații privind calificarea: denumirea calificării și titlul acordat, domeniul de studii, programul de studii, limba de studiu / examinare, etc.
- informații privind nivelul calificării;
- informații privind curriculumul și rezultatele obținute;
- informații suplimentare;
- informații privind drepturile conferite de calificare și de titlu;
- legalitatea suplimentului;
- informații privind sistemul național de învățământ.

Toate cele 8 secțiuni sunt prezentate în limba română și limba engleză. Pentru fiecare program de masterat sunt particularizate **competențele profesionale și competențele transversale**. Pe fiecare an universitar sunt redată disciplinele parcurse cu denumire, număr de ore de curs respectiv seminar, lucrări practice, etc. semestrul aferent, nota obținută, numărul de credite ECTS (a se vedea [Anexa I.01. Suplimente de diplomă](#)).

2.1.7. Informații cu privire la activitatea didactică, proiectarea și implementarea metodelor și tehnicilor de predare, învățare și evaluare centrate pe student și asigurarea unui sistem eficient de suport și de evaluare a cunoștințelor studenților, pentru fiecare program de studii universitare de masterat (PSUM) din DSUM MARKETING

Activitatea didactică, metodele și tehnicile de predare, învățare și evaluare centrate pe student și asigurarea unui sistem suport eficient și de evaluare a cunoștințelor studenților sunt particularizate pentru fiecare disciplină predată potrivit planurilor de învățământ și se regăsesc în fișele disciplinelor (a se vedea [Anexa I.06. Fișele disciplinelor](#)). Fiecare fișă de disciplină prezintă, in extenso, date despre programul din care face parte, date ale disciplinei, titularul cursului, titularul seminarului, etc., timpul total estimat (ore / semestru), precondiții, condiții de desfășurare a cursului, seminarului, competențele profesionale și transversale acumulate, obiectivul general al disciplinei, obiectivele specifice, conținutul tematic al cursului respectiv al seminarului, metodele de predare folosite, indicarea bibliografiei, indicarea coroborării / validării conținuturilor disciplinei cu așteptările angajatorilor reprezentativi ai domeniului, asociațiilor

profesionale, prezentarea criteriilor de evaluare, metodelor de evaluare, a ponderilor în nota finală, a standardului minim de performanță.

2.1.8. Informații cu privire la resursele de învățare (manuale, tratate, referințe bibliografice, acces la baze de date, antologii etc.) pentru fiecare PSUM, disponibile în biblioteci, centre de resurse etc., în format tipărit și/sau electronic

Studentii domeniului de studiu de masterat Marketing au la dispoziție un fond de publicații pus la dispoziție de Biblioteca Centrală Universitară „Eugen Todoran” (BCUT) și de filialele acesteia (a se vedea [Anexa I.7. Raport Biblioteca Centrala Universitara Eugen Todoran 2019](#)).

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. A se vedea în acest sens [Anexa I.08. Resurse Biblioteca Centrala Universitara Eugen Todoran \(BCUT\) 2019](#) și [Anexa I.09. Resurse Biblioteca FEAA 2019](#).

În Biblioteca FEAA sunt la puse la dispoziția cititorilor **1.866 de cărți în domeniul Marketing**, dintre care 350 sunt în limba engleză și 88 în limba franceză. Dintre acestea, 373 de cărți au fost achiziționate în ultimii 10 ani. La acest fond de carte, se adaugă un număr de 24 de seriale, dintre care 5 au intrat în ultimii 10 ani.

Studentii și cadrele didactice ale facultății dispun de acces constant la biblioteci electronice și baze de date științifice internaționale în care poate fi consultată literatura de specialitate (a se vedea [Anexa I.10. Lista bazelor de date electronice internaționale FEAA](#)). Utilizatorii au acces la bazele de date pe bază de IP, din cadrul tuturor facultăților din UVT, din cadrul BCUT, din campusul universitar sau pe baza parolei unui cont personal creat în ANELIS.

Accesibilitatea și gradul adecvat de actualitate al listei bibliografice obligatorii aferente fiecărei discipline incluse în planurile de învățământ ale programelor de studii din cadrul domeniului evaluat se poate verifica în [Anexa I.11. Lista lucrărilor bibliografice](#), care cuprinde și detalii privind modalitatea de accesare de către studenți.

Colectivul de Marketing dispune de un fond de carte achiziționat prin granturile de cercetare câștigate prin competiție națională de către membrii săi și la care au acces cadrele didactice și, prin intermediul acestora, și studenții programelor de masterat ale domeniului și nu numai. A se vedea în acest sens [Anexa I.12. Situația fondului de publicații din cadrul Bibliotecii Colectivului de Marketing](#).

2.1.9. Informații cu privire la activitatea de cercetare științifică desfășurată de UVT-FEAA în DSUM MARKETING și implicarea studenților în această activitate. Valorificarea cercetării realizate prin: publicații pentru scopuri didactice, publicații științifice, transfer tehnologic și diseminare prin centre de consultanță, parcuri științifice sau alte structuri de valorificare, realizarea unor produse noi etc.

La nivelul Universității de Vest din Timișoara există un plan strategic de dezvoltare instituțională bine conturat în care o componentă esențială o reprezintă obiectivele și direcțiile strategice referitoare la activitatea de cercetare științifică și creație universitară

(a se vedea [Anexa I.13. Planul strategic de dezvoltare instituțională al UVT 2016-2020](#)). La nivel de facultate există un plan strategic (a se vedea [Anexa I.14. Plan strategic FEAA 2016-2020](#)), unde sunt fixate obiectivele strategice, obiectivele operaționale cât și direcțiile de acțiune planificate. Strategia de cercetare a FEAA face parte integrantă din planul managerial al Decanului FEAA pentru perioada 2016-2020.

La nivelul UVT există, începând cu anul 2018, un Regulament al Cercetării Științifice și Creației Universitare în care sunt prevăzute (la Articolul 6.14) și formele de stimulare și susținere a cadrelor didactice, cercetătorilor și studenților cu performanțe științifice și de creație excepționale (a se vedea [Anexa I.15. Regulamentul Cercetării Științifice și Creației Universitare al UVT](#)). Conform acestui regulament, studenții interesați pot fi implicați în activități de cercetare și creație universitară ale unităților de cercetare și creație universitară în cadrul unor granturi de cercetare. Pentru activitatea desfășurată, studenții pot fi angajați pentru perioadă determinată sau pot primi: premii, burse de performanță, alte stimulente.

Rezultatele obținute în cadrul activității de cercetare științifică dețin o pondere însemnată în evaluarea candidaților care solicită acordarea gradației de merit. În plus, conform metodologiei UVT, pentru înscrierea la concursul privind acordarea gradației de merit, suplimentar față de condițiile generale prevăzute de lege, personalul didactic de predare și de cercetare trebuie să îndeplinească standardele minimale necesare și obligatorii pentru postul pe care îl ocupă la momentul respectiv (a se vedea [Anexa I.16. Metodologie privind acordarea gradațiilor de merit în UVT](#)).

La nivelul FEAA, obținerea unui rezultat sau desfășurarea unei activități de cercetare științifică care contribuie la creșterea finanțării suplimentare atrase de universitate este un criteriu important în funcție de care se stabilesc salariile diferențiate pentru personalul didactic de predare și personalul de cercetare (vezi [Anexa I.17. Metodologie-cadru privind stabilirea de salarii diferențiate pentru personalul din Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor](#)).

Programele de masterat **Marketing Strategic și Marketing Digital (MSMD)**, **Marketing și Managementul Vânzărilor (MMV)**, respectiv **Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV)** sunt gestionate de către **Colectivul de Marketing** din cadrul **Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale**. Cei 10 membri ai colectivului, împreună cu alți membri ai departamentului, sunt implicați direct în susținerea activității didactice la nivelul celor trei programe de masterat. Planul de cercetare al Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale, care precizează obiectivele, modalitățile de realizare a acestora și direcțiile tematice de cercetare desprinse din tendințele de la nivel mondial, aferente celor 2 colective (Economie și Afaceri Internaționale, respectiv, Marketing), este prezentat în detalii în [Anexa I.18. Planul de cercetare al Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale](#).

Cadrele didactice titulare care predau disciplinele aferente planurilor de învățământ ale celor 3 programe de masterat au publicat lucrări științifice care se regăsesc, in extenso, pentru ultimii 10 ani (2009-2018), în [Anexa I.19. Liste lucrări științifice publicate](#).

În anul 2017, Universitatea de Vest din Timișoara prin Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor a organizat, la Timișoara, cea de-a opta conferință regională a Academiei Europene de Marketing (EMAC), intitulată „Bridging the Marketing / Theory practice Gap and the Competitiveness of New Europe”. Conferința s-a desfășurat în

perioada 20-22 Septembrie 2017 și a avut drept obiectiv principal acela de a genera noi perspective care să inspire cadrele didactice universitare și practicienii despre modalitățile de a elimina decalajul dintre teoria și practica de marketing pentru a spori competitivitatea firmelor (a se vedea [Anexa I.20. Programul conferinței regionale EMAC \(Bridging the Marketing - Theory practice Gap and the Competitiveness of New Europe\)](#)). În ceea ce privește implicarea studenților și participarea acestora la diseminarea rezultatelor activității lor de cercetare prin lucrări susținute la conferințe și publicarea lor în volum, rugăm a se consulta secțiunea B.3 „Rezultatele învățării”.

2.1.10. Descrierea bazei tehnico-materiale, a spațiilor de învățământ și de cercetare/creație alocate DSUM MARKETING, inclusiv a bazei materiale din alte locații geografice unde sunt acreditate programe universitare de studii de masterat

Activitatea didactică aferentă celor 3 programe de masterat se desfășoară pe suportul bazei tehnico-materiale a facultății noastre și a spațiilor de învățământ reprezentate de: amfiteatre, săli de curs, săli de seminar, săli mixte curs / seminar, laboratoare, în număr total de 34 cu 1.650 locuri respectiv 2.446 m² (a se vedea pentru detalii [Anexa I.21. Situația asigurării spațiilor FEAA 2019](#)). Există un număr de 3 amfiteatre, 8 săli de curs, 8 săli mixte de curs / seminar, 16 săli de seminar și 9 laboratoare dotate cu calculatoare, videoproiectoare, ecran de proiecție, conexiune la internet WiFi cu softuri instalate: Windows 7, Office 2013. Laboratoarele au softurile specifice (a se vedea [Anexa I.22. Lista laboratoarelor didactice și a sălilor cu dotări FEAA 2019](#)).

Activitatea de cercetare a cadrelor didactice și a studenților, la nivelul universității, se realizează în cele 39 de institute și centre de cercetare acreditate la nivelul UVT (a se vedea [Anexa I.23. Lista unităților de cercetare acreditate UVT 2018](#)). Dintre aceste centre, unul (Centrul European pentru Cercetare în Economie și Afaceri – ECREEB, condus de Doamna Conf. Univ. Dr. Grațiela Noja) se află sub patronajul FEAA. Persoanele responsabile pentru fiecare centru sunt prezentate în Anexa I.26, în timp ce elementele de infrastructură și Link-urile ERRIS sunt prezentați în extenso în [Anexa I.24. Infrastructura strategică de cercetare UVT 2018](#).

În particular, pentru cele 3 programe de masterat ale domeniului Marketing, spațiile necesare desfășurării activității didactice (cursuri, seminarii, laboratoare) în anul universitar 2018 – 2019 sunt redată în următoarea structură tabelară:

Tabel nr. 6. Marketing. Programe de masterat – spații de învățământ, semestrele I și II, an universitar 2018 / 2019.

Nr. crt.	Programe de masterat	Spații de învățământ alocate desfășurării activității didactice
1.	Marketing Strategic și Marketing Digital (MSMD) Marketing și Managementul Vânzărilor (MMV) Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV)	Săli de curs: D02, D06, 102, 106, 202, 206, 302
		Săli mixte curs / seminar: D02, D06, 102, 106, 202, 206, 302
		Săli de seminar: D03, D04, D05, 103, 104, 105, 108, 208, 303, 304, 308, 311, 110 (Arte)
		Laboratoare: 002 (UVT), 004 (UVT), 005 (UVT), 203, 204, 205, 211, Ring bursier

Așa cum se observă din situația prezentată mai sus și din consultarea anexelor, [Anexa I.21. Situația asigurării spațiilor FEAA 2019](#) respectiv [Anexa I.24. Orarul an universitar 2018_2019 semestrul I și II](#), majoritatea spațiilor de învățământ în care se desfășoară activitățile didactice aferente masteratelor domeniului sunt săli de curs și săli mixte de curs / seminar cu o capacitate de 75 de locuri, sau săli de seminar cu o capacitate de 32 de locuri, ceea ce asigură necesarul desfășurării în condiții optime a activității didactice pentru capacitatea de școlarizare solicitată

2.1.11. Descrierea infrastructurii hardware și software care asigură implementarea și administrarea platformelor eLearning

Toate cele 3 programe de masterat: **Marketing Strategic și Marketing Digital (MSMD)**, **Marketing și Managementul Vânzărilor (MMV)**, **Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV)** cu limba de predare **română** se desfășoară în cadrul învățământului cu frecvență, iar în ceea ce privește accesibilitatea resurselor educaționale, existența resurselor educaționale digitale, rugăm a se consulta secțiunea A.2 „Baza materială și utilizarea infrastructurii de cercetare”.

2.1.12. Informații privind personalul didactic și de cercetare/creație/formare implicat în activitățile didactice și de cercetare și de creație din DSUM MARKETING, cu precizarea gradului de încărcare a personalului didactic cu activități didactice și de cercetare desfășurate în cadrul și în afara instituției de învățământ superior evaluate

Gradul de încărcare *curent* (aferent anului universitar 2018-2019) al personalului implicat în activitățile didactice și de cercetare aferente celor 3 programe de masterat ale domeniului Marketing, personal aflat pe *statele de funcții* ale Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale, Departamentului de Economie și Modelare Economică, Departamentului de Management și Departamentului de Sisteme Informaționale pentru Afaceri este redat în [Anexa I.27. Situația gradului de ocupare a personalului didactic, an universitar 2018-2019](#). În ceea ce privește nivelul de pregătire al personalului didactic implicat în activitățile didactice și de cercetare din domeniul de masterat supus evaluării, apreciem că toate cadrele didactice implicate respectă cerințele

din Ghidul ARACIS, având pregătire inițială, fiind doctori în domeniu și având preocupări de cercetare în domeniul în care se includ disciplinele din postul ocupat; așa după cum rezultă din [Anexa I.26. Tabel privind îndeplinirea indicatorului privind pregătirea în domeniul în care se includ disciplinele din postul ocupat.](#)

2.1.13. Informații privind serviciile suport studentești de care beneficiază studenții înmatriculați la programe de studii din DSUM MARKETING

Organizația Studenților din Universitatea de Vest din Timișoara (OSUT), cu susținerea și finanțarea UVT, publică anual un ghid al studentului (a se vedea [Anexa I.28. Ghidul Studentului UVT](#)). La nivelul FEAA se elaborează, anual un ghid destinat studenților din primul an de studiu (a se vedea [Anexa I.29. Ghidul Bobocului FEAA 2018-2019](#)). La nivelul UVT, toți studenții beneficiază gratuit de servicii de informare și consiliere academică, profesională, psihologică și socială, conexe activității de învățământ, puse la dispoziție de UVT, potrivit Cartei universitare și legislației în vigoare. Informații privind toate drepturile și obligațiile studenților din UVT sunt cuprinse în Codul drepturilor și obligațiilor studentului. (a se vedea [Anexa I.30. Codul drepturilor și obligațiilor studentului 2018-2019](#)).

La nivelul FEAA sunt prevăzute activități de mentorat, atât la ciclul de licență, cât și la ciclul de masterat. Fiecare program de studii universitare de masterat are desemnați, în acest sens, câte doi tutori (câte un tutore pentru fiecare an de studiu) care stă la dispoziția masteranzilor săptămânal, conform unui orar întocmit la începutul semestrului și adus la cunoștința studenților (a se vedea anexele [Anexa I.31. Orar mentorat 2018-2019 S1](#) și [Anexa I.32. Orar mentorat 2018-2019 S2](#)).

La nivelul universității, din fondurile de la bugetul de stat, se acordă: burse pentru stimularea performanței academice; burse sociale; burse sociale ocazionale; burse speciale; burse pentru stagii de studii universitare și postuniversitare în țară / străinătate precum și alte forme de sprijin material. Din fonduri publice, UVT acordă și alte burse, prevăzute în baza unor legi speciale. Din venituri proprii extrabugetare, UVT acordă: burse de excelență și burse Start UVT (a se vedea [Anexa I.33. Regulament burse si alte forme de sprijin material UVT](#)). De asemenea, există un centru dedicat studenților pentru consiliere și orientare în carieră, consultanță și asistență psihologică și educațională (a se vedea [Anexa I.34. Regulament de Organizare si Functionare al Centrului de Consiliere si Orientare in Cariera UVT](#)).

Tot la nivel de universitate, există o structură, Departamentul de Relații Instituționale, menită să asigure conectarea mediului academic la realitatea și necesitățile din mediul socio-economic și să contribuie, în mod direct, la creșterea calității programelor educaționale ale UVT, la dezvoltarea culturii antreprenoriale și a competențelor practice dobândite de absolvenții săi, la creșterea gradului de inserție a acestora pe piața muncii, precum și la creșterea implicării universității în comunitate (a se vedea [Anexa I.35. Regulament de Organizare si Functionare al Departamentului de Relatii Institutionale al UVT](#)). Alte informații suplimentare și detalii despre aceste organisme precum și orarul de funcționare se regăsesc la adresele <https://ccoc.uvt.ro/> respectiv <https://driu.uvt.ro/>.

2.1.14. Gradul de acoperire cu personal propriu și asociat a tuturor posturilor din statele de funcții aferente programelor de studii de masterat din DSUM MARKETING

În ceea ce privește gradul de acoperire cu personal propriu și asociat a tuturor posturilor din statele de funcții aferente programelor de studii de masterat din domeniul Marketing, s-au elaborat statele de funcții previzionate, proiecție pe toate programele, pe doi ani de studii, în condițiile ocupării capacității maxime de școlarizare și cu respectarea dimensiunilor maxime impuse de ARACIS pentru grupele de seminar și seriile de curs (respectiv: 1 serie de curs și 2 grupe de seminar / program). Acestea pot fi consultate în următoarele anexe: [Anexa I.36. Stat de funcții previzionat program de masterat Marketing Strategic si Marketing Digital \(MSMD\)](#), [Anexa I.37. Stat de functii previzionat program de masterat Marketing și Managementul Vânzărilor \(MMV\)](#), [Anexa I.38. Stat de funcții previzionat program de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor \(PPV\)](#).

În baza acestor state de funcții previzionate, s-a elaborat o situație de sinteză a gradului de ocupare a personalului didactic, din care rezultă că toate cadrele didactice se încadrează în normele impuse de ARACIS, respectiv, nu acoperă, într-un an universitar, mai mult de 3 (trei) norme didactice, indiferent de instituția de învățământ superior în care își desfășoară activitatea (a se vedea [Anexa I.27. Situația gradului de ocupare a personalului didactic, an universitar 2018-2019](#) și, respectiv, [Anexa I.39. Situația gradului de ocupare a personalului didactic, masteratele domeniului Marketing – state de funcții previzionate](#)). Este disponibilă și o situație detaliată a gradului de ocupare (actual și previzionat) pentru fiecare cadru didactic în parte.

Pentru verificarea îndeplinirii condițiilor referitoare la *pregătirea inițială* a personal propriu și asociat, precum și a pentru evidențierea *preocupărilor de cercetare în domeniul în care se includ disciplinele din postul ocupat*, rugăm a se consulta [Anexa I.26. Tabel privind îndeplinirea indicatorului privind pregătirea în domeniul în care se includ disciplinele din postul ocupat](#).

2.1.15. Prezentarea procedurilor interne de asigurare a calității la nivelul programelor de studii universitare de masterat, din care să reiasă existența și aplicarea politicilor și practicilor în domeniul asigurării calității, precum și eficiența și transparența acestora. Vor fi furnizate dovezi de aplicare a acestor proceduri în ultimii 3 ani, concluzii și măsuri de remediere a aspectelor defectuoase identificate

Atât la nivel de universitate cât și la nivelul facultății, există o preocupare constantă pentru procesul de asigurare a calității, fiind elaborate și evaluate periodic programe și proceduri interne de asigurare a calității, lucru care rezultă și din Raportul Rectorului cu privire la starea Universității de Vest din Timișoara, pagina 47-61 (a se vedea anexele: [Anexa I.40. Raportul Rectorului cu privire la starea Universității de Vest din Timișoara 2018](#), [Anexa I.41. Raportul anual al subcomisiei pentru evaluarea si asigurarea calității FEAA](#)). Pentru a veni în sprijinul managementului UVT în realizarea politicii de asigurare a calității în educație, prin proiectarea, implementarea, monitorizarea și îmbunătățirea continuă a asigurării și evaluării calității, în acord cu respectarea exigențelor externe specifice asigurării și evaluării calității, a fost creat și funcționează **Departamentul pentru**

Managementul Calității (D.M.C.) (a se vedea [Anexa I.42. Regulament de organizare și functionare al Departamentului pentru Managementul Calității UVT](#)) și, respectiv, **Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (C.E.A.C.)** (a se vedea [Anexa I.43. Regulament de Organizare și Functionare a Comisiei pentru Evaluarea și Asigurarea Calității UVT](#)).

Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (C.E.A.C.) din UVT urmărește implementarea strategiilor și politicilor de asigurare a calității, în acord cu viziunea, misiunea și politica Universității de Vest din Timișoara și în concordanță cu dinamica națională, europeană și internațională în domeniu și face recomandări pentru consolidarea culturii calității în UVT. Conducerea operativă a C.E.A.C. este asigurată de conducătorul instituției (rector) sau de un prorector desemnat de acesta. (a se vedea anexele: [Anexa I.44. Manualul calitatii. Partea I \(Principii generale\)](#) și, respectiv, [Anexa I.45. Manualul calitatii. Partea a II-a \(Auditul-linia academica\)](#)).

Printre alte atribuții, Departamentul pentru Managementul Calității (DMC) gestionează procesul de evaluare semestrială a activității personalului didactic și a personalului de suport de către studenți. Departamentul pentru Managementul Calității realizează periodic studii / analize / rapoarte / statistici referitoare la inserția pe piața muncii a absolvenților UVT, satisfacția studenților privind studiile la UVT, motivele alegerii UVT, evaluarea cursurilor de către studenți, analiza pieței muncii la nivel național, regional și local, statistici cu privire la mediul intern al Universității. A se vedea în acest sens anexele: [Anexa I.46. Aprecierea studenților asupra mediului de învățare. Extras din Auditul programelor de masterat realizat la nivelul UVT, ediția 2018](#), [Anexa I.47. Rezultate evaluare colegială colectiv Marketing 2017-2018](#), [Anexa I.48. Studiu privind angajabilitatea absolvenților UVT](#), respectiv [Anexa I.49. Inserția pe piața muncii Masterate din domeniul Marketing 2015-2018](#)).

La nivelul UVT și FEAA există o preocupare constantă pentru monitorizarea studenților cu risc de abandon școlar. În acest sens, sunt organizate periodic, atât la nivelul universității cât și la nivelul facultății, întâlniri cu angajatorii prin care s-a urmărit identificarea unor direcții viitoare de acțiune pentru reducerea abandonului școlar (a se vedea [Anexa I.50. Analiza abandonului școlar UVT](#)).

La nivelul UVT, pentru evaluarea personalului didactic și a celui de suport există proceduri bine stabilite. Evaluarea ia în considerare toate componentele activității didactice și aspectele comportamentale și atitudinale ale cadrului didactic și personalului de suport față de studenți. Evaluarea vizează identificarea direcțiilor de acțiune pentru creșterea performanței individuale a cadrelor didactice și a personalului de suport (a se vedea [Anexa I.51. Procedura de sistem privind evaluarea de către studenți a activității personalului didactic și a celui de suport](#)). La nivelul programelor de masterat din domeniul Marketing, există și un chestionar propriu de evaluare a personalului didactic (a se vedea în acest sens [Anexa I.52. Chestionar de evaluare a personalului didactic care preda la masteratele din Domeniul Marketing](#)).

În cadrul UVT, inițierea, acreditarea și evaluarea periodică a domeniilor de masterat se derulează în baza unei proceduri de sistem bine stabilite (a se vedea, în acest sens, [Anexa I.53. Procedură de sistem privind inițierea \(autorizarea\), acreditarea și evaluarea periodică a programelor de studii din UVT](#)).

Pentru a veni în sprijinul studenților, la nivelul FEAA funcționează un Infocentru studentesc de unde studenții pot prelua și unde pot depune toate formularele necesare

pentru diverse solicitări. De asemenea, în FEAA funcționează două hub-uri dedicate studenților. Astfel, în anul 2015 a fost demarată construcția primului hub educațional din România – „**Minds Hub**”, un concept educațional inovativ, care se dorește a fi o soluție pentru realizarea unui parteneriat strâns între mediul educațional (organizații studențești și facultăți) și mediul de afaceri. Proiectul Minds Hub este compus dintr-un spațiu de 200 m², având la bază viziunea studenților pentru crearea unui co-working space, atât pentru proiecte, cât și pentru petrecerea timpului liber. Al doilea hub din FEAA este rezultatul unui parteneriat mai recent cu Google, parteneriat care a permis înființarea „**Atelierului Digital Google**”, o infrastructură modernă dedicată tinerilor studenți dar și un program complex de instruire în mediul online, fiind un câștig important pentru studenții și profesorii facultății (a se vedea [Anexa I.54. Alte structuri FEAA](#)).

La nivelul UVT și FEAA, există proceduri clare, eficiente și transparente de evaluare a rezultatelor, atât pe parcursul anilor de studiu (a se vedea anexele: [Anexa I.55. Regulamentul privind activitatea profesională a studentilor de la ciclurile universitare de licență și masterat din UVT](#) și [Anexa I.56. Regulament de desfășurare a sesiunilor de evaluare a cunoștințelor studenților în FEAA](#)), cât și la finalizarea studiilor (a se vedea anexele: [Anexa I.57. Regulament finalizare studii de master 2017-2018](#) și [Anexa I.58. Metodologia de organizare a examenelor de finalizare a studiilor universitare de masterat în cadrul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor](#)).

Universitatea de Vest din Timișoara și, respectiv, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, oferă informații publice complete, actualizate și ușor accesibile, referitoare la următoarele aspecte:

- obiectivele programelor de studii și curriculumul, calificările și ocupațiile vizate: a se vedea în acest sens website-ul facultății www.feaa.uvt.ro (secțiunile Educație, respectiv Admitere), precum și anexa [Anexa I.59. Programe de masterat UVT înregistrate RNCIS](#) (care include capturi de ecran din secțiunea RNCIS a website-ului <http://site.anc.edu.ro/> din care se observă disponibilitatea publică a informațiilor menționate) precum și [Anexa I.60. Programe master FEAA înregistrate RNCIS](#);
- politicile de predare-învățare și evaluare, resursele 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 www.feaa.uvt.ro (respectiv la www.bcut.ro pentru catalogul resurselor bibliotecilor care deservește UVT);
- sistemul de management al calității: a se vedea în acest sens informația disponibilă public la <https://dmc.uvt.ro/> precum și [Anexa I.61. Procedura operațională privind circuitul informațiilor de interes public în cadrul UVT în vederea elaborării de comunicate de presă](#).

La nivelul UVT și FEAA sunt stabilite proceduri clare privind organizarea concursurilor pentru ocuparea posturilor didactice și de cercetare, pentru organizarea și desfășurarea concursului de admitere, pentru elaborarea orarului și pentru derularea stagiilor de practică (a se vedea anexele: [Anexa I.62. Metodologie privind organizarea concursurilor de ocupare a posturilor didactice și de cercetare vacante în UVT](#), [Anexa I.63. Metodologia concursului de admitere în ciclul universitar de masterat în cadrul FEAA](#), [Anexa I.64. Procedură elaborare orar](#) și [Anexa I.65. Procedură operațională privind desfășurarea practicii de specialitate a studenților în UVT](#)).

2.2. Criterii, standarde și indicatori de performanță

A. CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ

A1. Structurile instituționale, administrative și manageriale

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
a) Cultura academică este promovată în mod activ și consecvent prin implementarea unor bune practici internaționale privind definirea rezultatelor așteptate în concordanță cu Cadrul European al Calificărilor și descrierile din portalul ESCO b) La proiectarea conținutului programelor de studii de masterat din domeniul evaluat sunt consultați reprezentanți ai studenților, absolvenților, angajatorilor și ai asociațiilor profesionale relevante. c) Sunt promovate și aplicate politici privind integritatea și libertatea academică și vigilența față de fraude academice. d) Implementarea unor bune practici internaționale privind definirea rezultatelor așteptate ale învățării în concordanță cu Cadrul European al Calificărilor și descrierile din portalul ESCO (https://ec.europa.eu/esco/portal/home).	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.	1. Misiunea UVT UVT își asumă misiunea proprie de catalizator al dezvoltării societății românești prin crearea unui mediu inovativ și participativ de cercetare științifică, de învățare și de creație cultural-artistică, transferând spre comunitate competențe și cunoștințe prin serviciile de educație, cercetare și de consultanță pe care le oferă partenerilor din mediul economic și socio-cultural. Obiectivele UVT în vederea realizării misiunii Pentru îndeplinirea misiunii sale, UVT își propune realizarea următoarelor obiective: organizarea și desfășurarea cercetării științifice la un nivel avansat și competitiv pe plan național și internațional; stimularea și susținerea cercetărilor avansate ale căror rezultate sunt diseminate prin articole publicate în revistele de cercetare științifică de prestigiu, a creației universitare ale cărei rezultate sunt diseminate în reviste reputate de artă și cultură, precum și a performanței sportive obținute la concursuri naționale și internaționale de referință; proiectarea, desfășurarea și dezvoltarea programelor de studii universitare conform prevederilor sistemului european al calificărilor din învățământul superior; organizarea și desfășurarea unor programe postuniversitare de specializare, perfecționare, de formare continuă, de conversie și reconversie profesională a specialiștilor cu studii universitare, care să le asigure noi competențe, capacități, precum și dezvoltarea personală; crearea unui mediu de învățare și cercetare care să asigure membrilor comunității universitare dobândirea cunoștințelor și capacităților necesare desfășurării activității de către specialiștii cu studii superioare din educație, cercetare, mediul economico-social, cultură, arte și sport; editarea de reviste periodice, publicații neperiodice, monografii, incluse în schimburile naționale și internaționale cu alte biblioteci, organizarea de congrese, conferințe, simpozioane, colocvii, expoziții, spectacole și concursuri naționale și internaționale, în scopul creșterii vizibilității și consolidării prestigiului științific, cultural, artistic și sportiv al UVT în plan național și internațional; promovarea relațiilor de cooperare internațională și integrarea în spațiul european al învățământului superior și al cercetării din punct de vedere structural și calitativ; asumarea și promovarea principiului calității în toate activitățile desfășurate, prin dezvoltarea și aplicarea procedurilor de evaluare a acestor activități; asigurarea bazei materiale corespunzătoare pentru desfășurarea activității și a condițiilor de muncă și viață adecvate tuturor membrilor comunității universitare; asigurarea condițiilor de manifestare a libertății de gândire, de conștiință, de exprimare, de asociere științifică și profesională a tuturor membrilor comunității universitare; asigurarea accesului neîngrădit la informațiile de interes public pentru toți membrii comunității universitare; promovarea manifestării pluralismului ideilor și opțiunilor academice, și a dialogului între toți membrii comunității universitare; apărarea cadrului democratic întemeiat pe respectarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului într-un stat de drept; promovarea manifestării unui comportament responsabil din punct de vedere social al universității ca organizație și al tuturor membrilor comunității universitare; dezvoltarea sustenabilă a UVT în ansamblul său și a tuturor componentelor sale organizatorice. Anexa A1.1.a. Misiunea universității Misiunea FEAA FEAA are definite misiunea și obiectivele în concordanță cu misiunea și obiectivele UVT. FEAA își asumă misiunea de a produce și a disemina cunoaștere la nivelul exigențelor mediului socio-economic european, atât prin intermediul unor programe academice moderne, care contribuie la formarea avansată a capitalului uman, cât și prin rezultatele cercetării științifice, generatoare de inovare și creștere economică în mediul de afaceri.

		Obiectivele FEAA în vederea realizării misiunii FEAA este o instituție dedicată stimulării vitalității economice a orașului Timișoara și a regiunii de vest a țării prin intermediul programelor sale academice, prin activitatea de cercetare derulată și prin alte activități concepute și realizate în simbioză cu mediul economic și comunitatea de afaceri. Pentru atingerea acestui <i>obiectiv general</i>, FEAA oferă programe academice de înaltă calitate la nivel de licență, masterat și doctorat, care să pregătească studenții pentru cariere de succes și pentru asumarea responsabilității de vectori ai schimbării organizațiilor în spiritul modern al businessului. În acest context, <i>obiectivele strategice</i> ale FEAA sunt reprezentate de: construirea și menținerea reputației facultății la nivel național și european; oferirea de programe academice de calitate pentru a întregi experiența educațională a fiecărei persoane care se integrează în cadrul facultății; creșterea vizibilității internaționale a portofoliului de produse educaționale și de cercetare ale facultății; conectarea la nevoile mediului de afaceri și ale comunității locale; oferirea de oportunități de dezvoltare membrilor comunității facultății pentru a facilita împlinirea lor intelectuală, personală și profesională. Obiectivele strategice sunt definite în planul managerial al decanului facultății pentru perioada 2016–2020 (https://feaa.uvt.ro/ro/reglementari-interne/programe-manageriale-decan/program-managerial-decan-2012-2016). Misiunea domeniului de studii universitare de masterat MARKETING În cadrul FEAA a UVT, domeniul MARKETING este reprezentat de trei programe de studii universitare de master: Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV), Marketing și Managementul Vânzărilor (MMV) și Marketing Strategic și Marketing Digital (MSMD). Domeniul de studii universitare de masterat MARKETING are ca <i>misiune</i> să formeze specialiști de înaltă calificare care să acopere cât mai multe arii de expertiză din domeniul marketing, atât la nivel strategic cât și la nivel operațional. Astfel, programul de master Publicitate și Promovarea Vânzărilor vizează formarea unor specialiști în comunicare și în branding offline și online care să fie racordați la transformările profunde ale mediului de afaceri, în timp ce programul Marketing și Managementul Vânzărilor își propune să creeze expertiză care să acopere două funcții sau două arii de competență ale marketingului: funcția de vânzare și de distribuție. Programul de master Marketing Strategic și Marketing Digital urmărește formarea unor manageri și specialiști de marketing cu abilități strategice și digitale, orientați spre piață, capabili să crească valoarea unei firme, a capitalului brand și a capitalului client. Anexa A1.1.b. Misiunea programelor de studii din domeniul de masterat Obiectivele programelor de studii universitare din domeniul de masterat Programele de studii din domeniul de masterat Marketing au ca și obiectiv principal dobândirea de către absolvenți a unor cunoștințe solide și competențe cu privire la diferitele teme de cunoaștere abordate în teoria marketingului, necesare exercitării profesiilor specifice din cadrul domeniului Marketing. Un alt obiectiv este reprezentat de dobândirea unor competențe privind cercetarea științifică care să completeze competențele profesionale dobândite de către absolvenți în cadrul programului și care să le faciliteze continuarea studiilor în cadrul programului de doctorat. De asemenea, se urmărește creșterea șanselor de angajare ale unui absolvent și a capacității sale de a se adapta continuu la dinamica cerințelor pieței muncii, precum și creșterea șanselor unui absolvent de a-și crea și dezvolta o afacere prin: utilizarea avansată a instrumentelor specifice de marketing, atât în mediul online, cât și offline; colectarea de informații pentru fundamentarea deciziilor de marketing; elaborarea și implementarea de strategii și planuri de marketing, formarea abilităților și capacităților specifice activităților de management al marketingului. Anexa A.1.2.a. Obiectivele programelor de studii de masterat Concordanța misiunii și obiectivelor programului de studii universitare din domeniul Marketing cu cerințele educaționale identificate pe piața muncii Programele de studii universitare din domeniul de master Marketing au o ofertă educațională în concordanță cu cerințele educaționale identificate pe piața muncii, în vederea asigurării masteranzilor a cunoștințelor, abilităților și competențelor profesionale adecvate, rezultat al consultării cu
--	--	---

		reprezentanții mediului de afaceri și adaptării corespunzătoare a Planului de învățământ. Anexa A.1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii
	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.	2. Există o compatibilitate între competențele profesionale și transversale dobândite de masteranzi ca urmare a desfășurării activității didactice în cadrul programelor de studii organizate în domeniul de studii universitare de masterat Marketing, rezultatele învățării și Clasificația ocupațiilor din România (COR 2018) Anexa A.1.2.a. Obiectivele programelor de studii de masterat; Anexa A.1.2.b. Compatibilitatea dintre competențe și rezultatele învățării Aceste informații sunt prezentate explicit în planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de master PPV, MMV și MSMD, în suplimentul la diplomă, sunt aduse la cunoștința candidaților și a beneficiarilor interni și externi la nivel instituțional, prin intermediul Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) Anexa B.1.19. Suplimentul la diplomă Anexa A.1.4.a. Programe validate și înscrise în RNCIS https://www.startfeaa.ro/domenii-masterat/domeniul-marketing
	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.	3. La nivelul UVT și a FEAA s-au derulat, periodic, consultări cu reprezentanți ai mediului academic, cu masteranzi, referitor la mediul de învățare, respectiv cu reprezentanți ai mediului de afaceri în vederea adaptării conținutului programelor de studii universitare de masterat la exigențele pieței muncii aflată într-o permanentă dinamică. De asemenea, au avut loc o serie de workshopuri cu studenții înscriși în domeniul de master Marketing și invitați din mediul de afaceri în care s-au abordat teme de actualitate din comunicare, branding și retail care au avut ca și efect introducerea de noi teme de predare în cadrul fiselor disciplinelor. Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic asupra conținutului programelor de studii de masterat A1.3.b. Workshopuri, întâlniri oficiale, mese rotunde Anexa A1.3.c. Aprecierile studenților asupra mediului de învățare
	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.	4. Din cadrul domeniului de studii universitare de masterat MARKETING, supus evaluării, sunt înregistrate la ANC, în RNCIS (<i>Anexa 1 de la ANC</i>), două programe de studii PPV și MMV. Cel de-al treilea program, MSMD, este în curs de înregistrare, dosarul fiind depus în decursul acestui an. Toate cele trei programe îndeplinesc standardele specifice privind evaluarea externă a calității academice, fiind proiectate potrivit cerințelor educaționale identificate pe piața muncii. Anexa A 1.4.a. Programe validate și înscrise în RNCIS Anexa A1.4.b. Gradul de îndeplinire a Standardelor specifice privind evaluarea externă a calității academice a programelor de studii din domeniile de masterat Anexa A1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii

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/ISCO/ESCO) și standardele ocupaționale aferente sau cu calificări previzionate.	5. Denumirea programelor de studii universitare de master din cadrul domeniului de studii universitare de masterat MARKETING este corelată cu mai multe calificări și ocupații existente în Clasificarea Ocupațiilor din România. Astfel, pentru programul Publicitate și promovarea vânzărilor regăsim ocupațiile cu următoarele coduri: 2431Specialiști în publicitate și marketing, 243207 Brand manager și 243201 Specialiști în relații publice. Programului Marketing și managementul vânzărilor îi revin următoarele coduri: 243203 Consilier / expert / inspector / referent / economist în comerț și marketing, 243104 Manager de produs și 243216Analist servicii client. Programul Marketing strategic și marketing digital pregătește specialiști pentru următoarele calificări/ocupații: 243103 Specialist marketing, 243104 Manager de produs și 243207 Brand manager. Anexa A 1.5. Corespondența dintre programele de studii și ocupații conform RNCIS.
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.	6. Disciplinele cuprinse în planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de master PPV, MMV și MSMD din cadrul DSUM MARKETING conferă absolvenților capacitatea de continua pregătirea profesională în ciclul al treilea de studii universitare în domeniul Marketing (studii doctorale) (prin disciplinele Consumatorul și comunicarea integrată de marketing, Branding, Strategii și stiluri creative în publicitate, Comportamentul consumatorului și strategia de marketing, Marketing digital, Marketing analytics și Cercetare științifică) precum și prin studii postuniversitare în cadrul programelor Marketing, Comunicare și Strategii de brand și Comunicare și negociere în afaceri aflate în oferta educațională a Departamentului de Educație Continuă, Învățământ la Distanță și Frecvență Redusă (DECIFR) al UVT Anexa A.1.6. Premise pentru continuarea studiilor https://decidd.uvt.ro/wp-content/uploads/2014/07/PI-Marketing-comunicare-si-strategii-de-brand.pdf https://decidd.uvt.ro/wp-content/uploads/2014/07/PI-Comunicare-si-negociere-in-afaceri.pdf
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.	6. 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	8. UVT are un Cod de Etică și integritate academică prin care apără valorile libertății academice, autonomiei universitare și ale integrității etice. Anexa A.1.8.c. Codul de etică și deontologie universitară https://www.uvt.ro/ro/uvvt/comisia-etica-uvvt/componenta/ https://www.uvt.ro/files/53d4d077ed7ac69652a44735cc4244d781cbdb98/ Pentru promovarea eticii profesionale în UVT, a luat ființă Comisia de Etică Universitară care reunește cadre didactice cu prestigiu în spațiul academic și își desfășoară activitatea independent la solicitarea organelor de conducere ale Universității, precum și a celorlalți membri ai comunității academice din Universitate, funcționând după un regulament aprobat de Senat. Prevederile Codului etic sunt publice și respectate de către membrii comunității UVT, angajați și studenți deopotrivă, inclusiv comunitatea FEAA. Anexa I-C1.5 Comisie de Etica UVT Hotararea Senatului nr. 80 din 14.03.2019 În anul 2018, în acord cu prevederile Ordinului 3131/2018 al MEN, a fost introdusă disciplina de <i>Etică și integritate academică</i> în planurile programelor de studii masterale 2018-2019, în semestrul IV, în regim de

	deontologie aprobat de Senatul universitar.	disciplină obligatorie, cu 1 oră de curs și 2 ECTS, respectiv în planurile programelor de studii masterale 2019-2020, în semestrul I, în regim de disciplină obligatorie, cu 1 oră de curs și 2 ECTS. În scop de prevenție, pentru a evita încălcarea normelor de etică și integritate academică și drept de autor de către membrii comunității universitare, planurile de învățământ al programelor de studii universitare de master PPV, MMV și MSMD din domeniul MARKETING, aferent ciclului universitar 2017-2019, respectiv 2019-2021, cuprinde pe lângă disciplina obligatorie "Etica și integritatea academică", disciplină facultativă „Academic Writing”. Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ Anexa A.1.8 a. Fișe ale Disciplinelor din domeniul eticii și integrității academice În ceea ce privește plagiatul, a fost aprobată de către Senatul UVT metodologia privind prevenirea plagiatului (https://www.uvt.ro/files/a2f13d079a62ae62bc91a1f5f4bd26ec51f274f3/), însușită și aplicată și în cadrul FEAA și particularizată sub formă de instrucțiuni pentru verificarea similarității lucrărilor de finalizare a studiilor prin intermediul software-ului dedicat Turnitin. A.1.8 b. Software pentru verificarea similitudinilor lucrărilor de disertație https://feaa.uvt.ro/fisiere/studenti/masterat/2018-2019/examen-disertatie/Instr-verificare-originalitate.pdf
--	---	---

A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
a) Instituția de învățământ superior dispune de spații pentru activități didactice/ aplicative/ laboratoare proprii sau închiriate, cu dotarea corespunzătoare pentru toate disciplinele din planul de învățământ ale fiecărui program din domeniul de studii universitare de masterat evaluat.	1. Instituția de învățământ superior prezintă dovada privind deținerea sau închirierea spațiilor pentru activitățile didactice/ aplicative/ laboratoare etc.	1. FEAA din cadrul UVT deține în proprietate toate spațiile pentru activitățile didactice/aplicative/laboratoare, etc. pentru disciplinele din planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de master din domeniul MARKETING evaluat. Spațiile didactice și de cercetare ce aparțin FEAA au o suprafață totală de 2.446 mp. Anexa I3.3.d. Patrimoniu imobiliar Anexa A.2.1.a. Spații de învățământ și de cercetare Anexa A.2.1.b.Orar Marketing
b) Instituția de învățământ superior dispune de spații de cercetare/ laboratoare de cercetare proprii sau închiriate în domeniul de studii universitare de masterat evaluat.	2. 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.	2 Spațiile didactice și de cercetare care aparțin FEAA din cadrul UVT, destinate activităților didactice și de cercetare aferente programelor de studii universitare de master din domeniul de masterat MARKETING evaluat, dispun de echipamente tehnice de învățare, predare și comunicare care facilitează activitatea cadrului didactic și receptivitatea masteranzilor. Toate sălile de seminar sunt dotate cu mobilier adecvat, table și flipchart-uri, iar sălile de curs dispun și de sisteme alternative de proiecție și film, care asigură condiții dintre cele mai bune pentru modernizarea actului de predare. FEAA pune la dispoziția cadrelor didactice implicate în programul de studii universitare de master din domeniul evaluat echipamente tehnice moderne de învățare (abonamente instituționale la baze de date cu articole, baze de date financiare, E-books, platformă electronică), predare și comunicare (videoproiectoare, notebook-uri, ecrane) care facilitează activitatea cadrului didactic și receptivitatea studenților. Toată baza de echipamente informatice beneficiază de programe software adecvate cu licență de utilizare: platforme Microsoft Windows XP, Copyright © 1981-2001 Microsoft Corporation, All Rights Reserved; aplicații Microsoft Office 2000 Professional, Copyright © 1983-1999 Microsoft Corporation, All Rights Reserved; precum și programul econometric EvIEWS 6.0, Copyright©1994-2004 Quantitative Micro Software, LLC, All Rights Reserved. Pregătirea materialelor necesare activității didactice este facilitată de existența sălii D08 care a fost amenajată ca Centru de Birotică (fotocopiator, fax, scanner, imprimante). Pregătirea materialelor necesare activității didactice este facilitată de existența unui Centru de Birotică dotat corespunzător (fotocopiator, fax, scanner, imprimante) Dotarea sălilor/laboratoarelor didactice și a laboratoarelor de cercetare oferă masteranzilor o educație modernă în vederea dobândirii
c) Instituția de învățământ superior dispune de bibliotecă dotată cu sală de lectură și fond de carte propriu, corespunzător disciplinelor prevăzute în planul de învățământ al fiecărui program din domeniul de studii universitare de masterat evaluat.		

		cunoștințelor teoretice și a aptitudinilor practice pentru a deveni specialiști în marketing, în corelație cu misiunea didactică și de cercetare a programelor de master, cu obiectivele asumate prin programul de studii, tipului de masterat și specificului disciplinelor din planul de învățământ. Anexa A 2.2.a. Dotare laboratoare didactice și de cercetare
	3. 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.	3. FEAA pune la dispoziția cadrelor didactice implicate în programul de studii universitare de master echipamente tehnice moderne de învățare (abonamente instituționale la baze de date cu articole, baze de date financiare, E-books, platformă electronică), predare și comunicare (videoproiectoare, notebook-uri, retroproiectoare, ecrane) care facilitează activitatea cadrului didactic și receptivitatea studenților. Toată baza de echipamente informatice beneficiază de programe software adecvate cu licență de utilizare: platforme Microsoft Windows XP, Copyright © 1981-2001 Microsoft Corporation, All Rights Reserved; aplicații Microsoft Office 2000 Professional, Copyright © 1983-1999 Microsoft Corporation, All Rights Reserved; precum și programul econometric Eviews 6.0, Copyright©1994-2004 Quantitative Micro Software, LLC, All Rights Reserved. Pregătirea materialelor necesare activității didactice este facilitată de existența sălii D08 care a fost amenajată ca Centru de Birotică (fotocopiator, fax, scanner, imprimante). Resursele destinate învățării constau în materialele de studiu concepute și realizate de personalul didactic și de cercetare al UVT/FEAA, în format tipărit sau electronic, aflate la dispoziția studenților în cadrul Bibliotecii Centrale Eugen Todoran și a bibliotecii facultății, aflată în incinta FEAA și care funcționează cu program prelungit și este dotată cu tehnică de vârf, calculatoare cu acces gratuit la internet, xerox, imprimantă. De asemenea, există abonamente la reviste interne și internaționale, cât și acces gratuit la baze de date internaționale/naționale, precum Proquest și Springer, care oferă sute de mii de articole, cercetări, studii în format electronic. În planificarea achizițiilor sunt consultate cadrele didactice, pentru a sincroniza oferta bibliotecii cu sursele bibliografice solicitate de aceștia. Anexa A.2.3.a. Biblioteca și fond de carte Anexa A.2.3.b. Baze de date internaționale/naționale www.bcut.ro Editura Universității de Vest este o editură cu caracter academic, universitar, care a luat ființă în anul 2001, în baza Cartei Universitare, ca departament al UVT și a publicat, până în prezent circa 1.000 de titluri. Profilul cărților cuprinde o arie largă și se regăsește în structura academică a Universității de Vest. Editura este acreditată CNCSIS și participă constant, din 2004, la cele mai importante Târguri de Carte din România: Târgul de Carte „Gaudeamus”, organizat de Societatea Română de Radiodifuziune, și „Bookfest”, tutelat de Asociația Editorilor din România. A fost distinsă cu premiul „Educația” la Târgul de Carte „Gaudeamus”, Craiova (2005) și Timișoara (2008). Editura are un consiliu de coordonare științifică, aprobat de Senatul Universității, cu rolul de a aviza științific producția de carte și o structură proprie de personal specializat în activitatea editorială. Volumele EUV, organizate în colecții (9 până în prezent), sunt distribuite prin intermediul unei librării proprii, situată în incinta Bibliotecii Centrale Universitare „Eugen Todoran” din Timișoara sau, nemijlocit, prin comenzi ferme înaintate Editurii. În paralel cu Editura Universității de Vest funcționează Tipografia Universității de Vest proprie, cu două bucle de producție: una destinată tirajelor medii și mari, de tip offset, cealaltă, tirajelor mici, de tip digital. Dotarea tehnică și personalul tipografiei permit, în acest moment, realizarea unei medii de 250 titluri/an. Editura Universității de Vest funcționează în baza unui Regulament și se află în subordinea Rectoratului Universității https://www.uvt.ro/files/5f05001516ca036a894426725450ec689778c1b3/ https://www.uvt.ro/files/10369cd56f1a98345c27873ee6fe3eb83e24513b/

	4. 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. 4. Biblioteca Centrală Universitară „Eugen Todoran” din Timișoara oferă cititorilor o multitudine de servicii: - informare bibliografică și îndrumări privind utilizarea instrumentelor de cercetare-documentare și a lucrărilor de referință; - consultarea tuturor publicațiilor pe care le posedă biblioteca, în sălile de lectură din sediul central sau din bibliotecile filiale; - împrumutul la domiciliu al cărților din colecțiile bibliotecii, consultarea casetelor video, a publicațiilor electronice pe CD-ROM, sau DVD la Biblioteca multimedia; - accesul la baze de date online, ca de exemplu: Enciclopedii Online, Portalul ROLiNeST, ANELIS, Thomson ISI Web of Knowledge, Cambridge, CEEOL, Ebsco, Emerald-articole din colecția Library & Inf. Science, IEEE All-Society Periodicals Package (ASPP), Oxford Journals, ProQuest Central, ScienceDirect, SCOPUS, Sage, SpringerLink e-journals, precum și Ulrichs. - salvarea pe suporturi de memorare, scanarea, tipărirea documentelor; - metacăutare (metasearch) în resurse electronice eterogene prin intermediul portalului ROLiNeST, la adresa http://aleph.edu.ro/; - prezentări și cursuri de inițiere în utilizarea resurselor electronice sau a cataloagelor online; - realizarea de bibliografii, la cerere, din bazele de date ale bibliotecii sau din resursele electronice abonate de către aceasta; - solicitarea de împrumut interbibliotecar intern și internațional; - prezentarea și vizitarea bibliotecii în grupuri organizate; - închirierea unor spații moderne pentru organizarea de manifestări culturale: sala de conferințe din corpul vechi al clădirii, aula din corpul nou al clădirii etc.; - închirierea unor cabinete pentru studiu individual sau workshopuri. Biblioteca FEAA pune la dispoziție tuturor utilizatorilor cele mai relevante surse de informare disponibile în formatele adecvate, atât fizic, cât și electronic: - teze de doctorat, în domeniul Economie, Marketing, Management, Finanțe; - volume de cărți în domeniul științelor economice achiziționate de bibliotecă în ultimii zece ani; - periodice din domeniul științelor economice, achiziționate de bibliotecă; - baze de date de specialitate: Enciclopedii Online, Portalul ROLiNeST, ANELIS, Thomson ISI Web of Knowledge, AIP - American Institute of Physics, APS ALL - American Physical Society, Cambridge, CEEOL, Ebsco, Emerald-articole din colecția Library & Inf. Science, IEEE All-Society Periodicals Package (ASPP), InTechOpen, IOP - Institute of Physics, JSTOR, MathSciNet, Oxford Journals, ProQuest Central, ScienceDirect, SCOPUS, Sage, SpringerLink e-journals, precum și Ulrichs. La nivelul departamentului Marketing și Relații Economice Internaționale (MREI), în sălile M05, M09, M15 din FEAA, există o bibliotecă unde se regăsesc titluri de referință pentru domeniul de studii masterale MARKETING. Fondul de carte propriu din literatura de specialitate în limba română și în limbi străine există, iar numărul de exemplare este suficient pentru a acoperi integral disciplinele din planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de master din cadrul domeniului MARKETING evaluat. Anexa A.2.3.a. Biblioteca și fond de carte Anexa A.2.3.c. Colecții de specialitate Anexa A.2.4. Lista carti Biblioteca Departament MREI Accesibilitatea, adecvarea și actualitatea referințelor bibliografice obligatorii aferente fiecărei discipline din planul de învățământ ale programelor de studii universitare de master din cadrul domeniului MARKETING evaluat, precum și modalitatea prin care bibliografia poate fi accesată de către studenți sunt evidențiate în
--	---

		Anexa B.2.2. Acoperirea cu material didactic a disciplinelor din planul de învățământ.
	5. Stagiile de cercetare se pot efectua în laboratoarele și/ sau în centrele de cercetare ale facultății/ universității, cu condiția existenței unei dotări corespunzătoare.	5. Laboratoarele/Centrele de cercetare existente în UVT, respectiv FEAA sunt dotate corespunzător și permit desfășurarea în condiții optime a stagiilor de cercetare. Anexa A.2.5. Centre de cercetare Anexa A.2.2.a. Dotare laboratoare de cercetare
	6. 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.	6. Temele de cercetare abordate în cadrul programului de studii universitare de master din domeniul evaluat sunt în corelație cu dotarea laboratoarelor de cercetare ale FEAA din cadrul UVT și permit derularea de proiecte/granturi de cercetare câștigate prin participarea la competiții naționale și internaționale, realizarea unor cercetări ale căror rezultate sunt valorificate în articole publicate în reviste de specialitate cu impact la nivel național și internațional, respectiv în publicații la edituri de prestigiu naționale și internaționale. Anexa A.2.6. Teme de cercetare corelate cu dotarea laboratoarelor de cercetare Anexa B.3.1 Dovezi ale diseminării cunoașterii științifice Anexa A.3.3.c. Lista de lucrări cadre didactice
	7. Serviciile/ Rețeaua ICT (Information and Communication Technology) sunt permanent actualizate, iar studenții au acces la aceasta fie individual, fie în grupuri organizate.	7. UVT are un sistem informatic care facilitează colectarea, prelucrarea și analiza datelor și informațiilor specifice. În cadrul UVT, funcționează Serviciul IT&C al cărui principal obiectiv este asigurarea unor comunicații performante printr-un acces fiabil la serviciile Internet pentru toate cadrele didactice, studenții și personalul UVT. https://it.uvt.ro/ https://www.uvt.ro/files/1e5c3a3e40840aee08971fdf4f22d2b5577ec0a6/ . Accesul la wireless pentru studenții și angajații UVT și FEAA este asigurat prin rețeaua RoEduNet finanțată de Ministerul Educației Naționale, la nivelul tuturor spațiilor de învățământ și cercetare, studenții având acces la 225 de calculatoare grupate în 4 laboratoare în sediul central UVT și 5 laboratoare FEAA, respectiv 4 calculatoare în centrul de cercetare ECREB FEAA.. Realizarea și implementarea conturilor de e-mail în cloud, pe domeniul e-uvt.ro, pentru toți studenții, și implementarea autentificării unice la serviciile informatice din UVT (e-mail, laboratoare, e-learning – ID, dreamspark etc.), creează premisele unei comunicări mai eficiente și rapide cu toți studenții (Premiul de excelență pentru cea mai modernă platformă IT din învățământul superior la Gala Edumanager.ro 2013). În cadrul serviciilor informatice oferite studenților, menționăm serviciul STUDENTWEB pentru accesul studenților pe web la situația școlară și financiară personală. Utilizarea platformelor specifice de gestiune a studenților și a informațiilor ce vizează planurile de învățământ, statele de funcții (tip UMS și ACADEMIS) este posibilă și ca urmare a suportului oferit în formarea și dobândirea deprinderilor de folosire a acestor instrumente dedicate. Anexa A.2.7.a. Serviciul sisteme de comunicații digitale Anexa A.2.7.b. Regulament de utilizare a rețelei informatice Anexa A.2.7.c. Accesul studenților la spații wireless și la calculatoarele universității Anexa A.2.7.d Platforma e-learning Moodle https://it.uvt.ro/
	8. Pentru programele de studii cu predare în limbi străine există resurse de studiu realizate în limbile respective.	Nu este cazul.

A3. Resurse umane și capacitatea instituției de atragere a resursei umane externe instituției

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
a) Instituția de învățământ superior asigură personal didactic calificat cu experiență în domeniul universitar de masterat evaluat. b) Personalul didactic este angajat în conformitate cu legislația și reglementările în vigoare, cu cerințele normative potrivit specificului disciplinelor din domeniul de masterat. c) Domeniul de masterat este coordonat de un cadru didactic cu experiență didactică și de cercetare, și competențe administrativ - manageriale. e) Există proceduri de evaluare în vederea acordării gradului didactic corespunzător a specialiștilor cu experiență recunoscută în domeniul de studii evaluat în calitate de cadre didactice asociate invitate.	1. Personalul didactic este angajat conform criteriilor de recrutare stabilite la nivel instituțional, în conformitate cu prevederile legale.	1. La nivelul UVT, angajarea personalului didactic și de cercetare se face prin concurs pe perioadă determinată/nedeterminată, potrivit procedurilor stabilite la nivel instituțional, cu respectarea legislației în vigoare la nivel național. Anexa A.3.1.a. Procedura de organizare și desfășurare a concursurilor pentru ocuparea posturilor didactice Anexa A.3.1.b. Procedura privind angajarea pe perioadă determinată a personalului didactic și de cercetare asociat
	2. Cadrul didactic coordonator al domeniului de masterat asigură compatibilizarea programelor de studii din domeniu.	2. Prin decizia Consiliului FEAA, domnul conferențiar universitar doctor Remus Ioniș NAGHI fost numit responsabil al domeniului de master MARKETING. Anexa A.3.2.a. Decizie de numire a responsabililor domeniilor de master
	3. Personalul didactic este format din profesori universitari, conferențieri universitari, șefi de lucrări (lectori universitari) sau specialiști reputați (maximum 20% din total cadre didactice implicate într-un program); titularii disciplinelor complementare trebuie să aibă titlul de doctor în domeniul disciplinelor predate.	3. Personalul didactic care desfășoară activități de predare a disciplinelor cuprinse în planurile de învățământ ale programelor de master PPV, MMV și MSMD din cadrul DSUM MARKETING este format din profesori universitari, conferențieri universitari și lectori universitari titulari, cu norma de bază în UVT. Cadrele didactice titulare ale disciplinelor complementare din planul de învățământ ale programelor de master au titlul de doctor în domeniul disciplinelor predate. Anexa A.3.3.a. Lista personalului didactic Anexa A.3.3.b. CV cadre didactice Anexa A.3.3.c. Lista de lucrări cadre didactice
	4. 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.	4. În ciclul universitar 2019-2021, la programul de studii universitare de master Publicitate și promovarea vânzărilor din DSUM MARKETING vor desfășura activități didactice un cadru didactic cu titlul de profesor universitar și 9 cadre didactice cu titlul de conferențiar universitar. În cadrul programul de studii universitare de master Marketing și managementul vânzărilor vor desfășura activități didactice 2 cadre didactice cu titlul de profesor universitar și 9 cadre didactice cu titlul de conferențiar universitar. De asemenea, programul de studii universitare de master Marketing strategic și marketing digital cuprinde un număr de doi profesori universitari și 9 cadre didactice cu titlul de conferențiar universitar. Toate cadrele didactice ce desfășoară activități de predare sunt titulare în UVT, având pregătirea inițială (licență și/sau master), doctoratul, abilitarea, conducere de doctorat și rezultate științifice recunoscute și relevante în ramura de știință Științe economice în care se încadrează domeniul de masterat MARKETING supus evaluării. Anexa A.3.4. Listă profesori și conferențieri titulari Anexa A.3.3.b. CV cadre didactice Anexa A.3.3.c. Lista de lucrări cadre didactice
	5. Cel puțin 50% dintre cadrele care prestează activități didactice asistate integral trebuie să aibă calitatea de titular în instituția organizatoare a domeniului de masterat evaluat.	5. La programele de master din domeniul Marketing prestează activități didactice un număr de 37 de cadre didactice. Dintre aceste 30 de cadre didactice sunt titulare în cadru FEAA iar 3 cadre didactice sunt titulare în cadrul altor facultăți ale UVT. Așadar, aproximativ 90% din cadrele didactice care desfășoară activități didactice asistate integral sunt titulare în UVT. Anexa A.3.5. Acoperirea cu cadre didactice a activităților asistate integral
	6. Cel puțin 50% dintre 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. 7. Personalul didactic auxiliar care asigură suportul tehnic în laboratoarele didactice și de cercetare/creație artistică are pregătire adecvată pentru a asigura desfășurarea activităților practice prevăzute în planul de învățământ.	6. În cadrul programului de masterat Publicitate și promovarea vânzărilor 62,06% din disciplinele din planul de învățământ asistate integral, normate în Statul de funcții potrivit formei de învățământ cu frecvență, au ca titulari cadre didactice cu titlul de profesor universitar și conferențiar universitar. Acest procent este de 58,61% pentru programul de masterat Marketing și managementul vânzărilor și de 57,69% pentru programul de masterat Marketing strategic și marketing digital. În medie, rezultă că, pentru domeniul de masterat MARKETING, 60% dintre disciplinele din planurile de învățământ, normate în Statul de funcții potrivit formei de învățământ, au ca titulari cadre didactice cu titlul de profesor universitar sau conferențiar universitar. Anexa A.3.6. Discipline din planul de învățământ asistate integral Anexa A.3.7. Stat previzionat domeniu Marketing 7. Nu este cazul.
--	---	---

B. EFICACITATE EDUCAȚIONALĂ

B1. Conținutul programelor de studii

B.1.1 Admiterea studenților

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
a) Criteriile de admitere sunt corecte, transparente, nediscriminatorii și asigură egalitatea de șanse. b) Criteriile de admitere au în vedere oportunități de învățare pentru o diversitate mare de studenți cu studii de licență sau echivalente atât din țară cât și din străinătate c) Admiterea se organizează numai la programe de studii care funcționează în conformitate cu reglementările în vigoare	1. 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. 2. Admiterea se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică niciun fel de criterii discriminatorii. 3. 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.	1. UVT și FEAA au o politică de recrutare și admitere a studenților, aplicată în mod transparent și riguros, pe principiul egalității șanselor tuturor candidaților. UVT anunță condițiile și domeniile de admitere, precum și conținutul programelor de studiu prin mijloace de promovare specifice (campanii radio, presă scrisă, TV) și de comunicare la distanță, inclusiv pe pagina de web a instituției. https://www.uvt.ro/ro/admitere https://www.startfeaa.ro/admitere-masterat-feaa Recrutarea, admiterea, transferul și mobilitățile studenților la ciclul de studii universitare de masterat din domeniul MARKETING se realizează în conformitate cu legislația în vigoare și procedurile aprobate de Senatul UVT. Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master Anexa B.1.1.b. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat Anexa B.1.1.c. Organizarea mobilităților de studii pentru studenții care pleacă (outgoing) în cadrul programului Învățare pe Tot Parcursul Vieții, secțiunea Erasmus 2. Admiterea se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică niciun fel de criterii discriminatorii. Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master 3. Admiterea într-un ciclu de studii universitare în cadrul UVT are la bază regulamentul de admitere. Pornind de la acesta, FEAA își elaborează propria metodologie care este comunicată transparent candidaților, prin intermediul unui site dedicat în acest sens. Metodologiile cuprind criterii de admitere care au în vedere oportunități de învățare pentru o diversitate mare de studenți cu studii de licență sau echivalente atât din țară cât și din străinătate Anexa B.1.2 Metodologia UVT de admitere master UVT Anexa B.1.1.a2 Metodologia FEAA privind admiterea la master Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master https://www.uvt.ro/ro/admitere https://www.startfeaa.ro/admitere-masterat-feaa

	4. 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.	4. Conform metodologiei, la programele de masterat profesional sunt admiși, de regulă, absolvenți ai programelor de licență din aceeași ramură de științe din care face parte programul de studii universitare de masterat, respectiv absolvenți ai programelor de licență din aceeași domeniu fundamental din care face parte programul de studii universitare de masterat. În cadrul FEAA, la programul de masterat din DSUM MARKETING sunt admiși, de regulă, absolvenți ai programelor de licență din aceeași ramură de științe Științe economice din care face parte programul de studii universitare de masterat, respectiv absolvenți ai programelor de licență din aceeași domeniu fundamental din care face parte programul de studii universitare de masterat. Anexa IB.1.2 Metodologia UVT de admitere master UVT Anexa B.1.1.a2 Metodologia FEAA privind admiterea la master Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master
	5. 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.	5. Nu este cazul
	6. Gradul de promovare a studenților după primul an de studii confirmă adecvarea condițiilor de admitere (statistici din ultimele trei promoții).	6. Situația statistică privind gradul de promovare a studenților după primul an de studii, din ultimele trei promoții, de la programele de studii universitare de master din domeniul MARKETING, confirmă adecvarea condițiilor de admitere în FEAA la ciclul de master. Anexa B.1.6. Promovabilitatea studenților după primul an de studii
	7. Admiterea/ transferul se face în limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS și publicate în HG din anul calendaristic curent.	7. La programele de studii universitare de master în domeniul MARKETING, situația statistică referitoare la numărul de studenți admiși+transferați evidențiază că admiterea/transferul se face în limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS și publicate în HG din anul calendaristic curent. Anexa B.1.7.Comparatie studenți admiși+transferați - limita capacității de școlarizare
	8. Studenții înmatriculați au încheiat cu instituția un Contract de studii, în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților.	8. Conform aspectelor menționate în Codul drepturilor și obligațiilor studentului și după finalizarea procesului de admitere, studenți înmatriculați au încheiat cu instituția un Contract de studii, în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților. Anexa B.1.1.b. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat Anexa B.1.8.Contract de studii

B.1.2 Structura și prezentarea programelor de studii

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
a) Programele de studii universitare de masterat din domeniul evaluat sunt proiectate ca structură și conținut în concordanță cu CNC, prin raportare la Cadrul European al Calificărilor (CEC) și asigură beneficiarilor atingerea obiectivelor și a rezultatelor declarate	1.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.	1. Procesul de elaborare a planurilor de învățământ a fost precedat de o consultarea mediului academic, a instituțiilor de cercetare, a angajatorilor, a absolvenților, urmărindu-se Standardele specifice domeniului de masterat MARKETING elaborate de ARACIS și procedurile proprii aprobate de Senatul UVT. La nivelul UVT este implementată o procedura de evaluare internă a programelor de studii de licență și masterat, prin care structura și conținutul programelor de studii universitare de masterat sunt proiectate, revizuite și evaluate periodic prin implicarea mediului academic, instituțiilor de cercetare, angajatorilor și absolvenților. Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic asupra conținutului prigramelor de studii de masterat Anexa A1.3.b. Workshopuri, întâlniri oficiale, mese rotunde Anexa A1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii Anexa A1.3.c. Aprecierea studenților asupra mediului de învățare
b) Instituția de învățământ superior are definite proceduri prin care structura și conținutul programelor de studii universitare de masterat sunt proiectate, revizuite și evaluate periodic prin implicarea mediului academic, instituțiilor		

de cercetare, angajatorilor și absolvenților. c) Curriculumul asigură studenților, prin structură și conținut, un parcurs adecvat, care conduce la dobândirea de competențe ce corespund rezultatelor declarate ale învățării. d) Planul de învățământ reflectă centrarea pe student a procesului de predare, învățare și evaluare permițând trasee de învățare flexibile. e) Structura și conținutul programelor de studii sunt permanent îmbunătățite pe baza unei analize de nevoi la care participă cadre didactice, angajatori, absolvenți și studenți.		Anexa B.1.10. Procedura de elaborare a planurilor de învățământ Anexa B.1.14.b Procedura de evaluare internă a programelor de studii de licență și masterat
	2. 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.	2. Proiectarea planurilor de învățământ ale programelor de studii universitare de master din domeniul MARKETING este centrată pe dezvoltarea competențelor profesionale și transversale, adecvate obiectivelor urmărite în activitatea didactică, de cercetare și dezvoltare continuă a masteranzilor, rezultatelor urmărite prin învățare și ocupațiile posibile ale absolvenților. Anterior stabilirii structurii și conținutului programelor de studii de master din domeniul MARKETING au fost analizate rezultatele învățării și concordanța lor cu competențele dezvoltate, prin supervizarea procesului asistat de învățare-cercetare, potrivit procedurilor instituționale. Anexa A.1.2.a. Obiectivele programelor de studii de masterat Anexa A.1.2.b. Compatibilitatea dintre competențe și rezultatele învățării Anexa A.1.5. Corespondența programe de studii-ocupații conform RNCIS Anexa B.1.1.b. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat
	3. Planurile de învățământ cuprind explicit activități practice (laboratoare, proiecte, stagii de practică, activități de creație și performanță, internship etc.) și o disertație prin care se atestă că fiecare student a acumulat competențele așteptate.	3. Planul de învățământ ale programelor de studii de master PPV, MMV și MSMD din domeniul MARKETING cuprinde în structura sa, explicit, activități practice (proiecte, stagii de practică etc.) și o disertație, atestând faptul că fiecare masterand a acumulat competențele așteptate. Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ Anexa B.1.12.b. Procedura de finalizare a studiilor universitare de masterat
	4. 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.	4. Potrivit procedurilor instituționale, conceperea planurilor de învățământ pentru programele de studii universitare de master din domeniul MARKETING a urmărit să permită masteranzilor alegerea unor trasee de învățare flexibile, prin discipline opționale și facultative. În proiectarea procesului de învățare și de predare, potrivit metodelor și mediilor de învățare din cuprinsul fișelor de disciplină, principala responsabilitate a cadrului didactic este centrarea pe student, cu mai puțin accent asupra responsabilității tradiționale de a transmite doar informații și punerea unui accent sporit pe integrarea masteranzilor în echipe de studiu și cercetare. Relația dintre student și cadru didactic este una de parteneriat, în care fiecare își asumă responsabilitatea atingerii rezultatelor învățării. Rezultatele învățării sunt explicate și discutate cu masteranzii din perspectiva relevanței acestora pentru dezvoltarea lor profesională. Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ Anexa B.1.1.b. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat Anexa B.1.13. a. Procedura de elaborare a planurilor de învățământ
	5. Modul de organizare a procesului de învățare și predare și metodele pedagogice folosite sunt evaluate periodic și modificate atunci când este cazul.	5. La nivelul FEAA al UVT, semestrial sau anual, după caz, se aplică prevederile din procedurile instituționale privind monitorizarea procesului de învățare și predare, precum și a metodelor pedagogice folosite, de către masteranzi, cadre didactice și reprezentanți ai managementului universitar. Rezultatele înregistrate din procesul de monitorizare sunt transmise cadrelor didactice implicate în activitatea pedagogică și de cercetare, respectiv sunt discutate cu reprezentanții conducerii departamentelor și facultății în vederea identificării de măsuri de îmbunătățire a modului de organizare a procesului de învățare și predare, respectiv de modificare a metodelor pedagogice folosite. Anexa B.1.14.a1 Procedura privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea periodică a programelor de studii Anexa B.1.14.a2 Procedura de sistem privind monitorizarea și revizuirea periodică a programelor de studii Anexa B.1.14.b. Procedura de evaluare internă a programelor de studii de licență și masterat

		Anexa B1.14.c. Procedura de evaluare a cadrelor didactice de către studenți
	6. Structura programelor de studii încurajează o abordare interdisciplinară, prin activități care contribuie la dezvoltarea profesională și în carieră a studenților.	6. La programele de studii universitare de master din domeniul MARKETING, disciplinele incluse în planurile de învățământ și procesul de învățare, pe care îl generează activitatea didactică și de cercetare, încurajează o abordare interdisciplinară, atât prin includerea în curriculum a pachetelor de discipline opționale și facultative, cât, mai ales, prin stagii de cercetare și practică în țară și/sau în străinătate. Anexa B.1.12.a. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat.pdf Anexa B.1.1.c.Organizarea mobilităților de studii Erasmus Anexa B.1.15. Convenții Stagii de practică
	7. Conținutul programelor de studii de masterat de cercetare constituie o bază efectivă pentru studiile doctorale în domeniul evaluat.	7. Nu este cazul
	8. 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.	8. În conținutul fișelor disciplinelor aferente planurilor de învățământ din domeniul MARKETING sunt prezentate componente ale procesului de învățare-predare centrate pe student, de utilizare a studiului individual și ponderea acestora în procesul de evaluare finală. Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ Anexa B.1.17. Fișele disciplinelor Anexa B.1.12.b. Procedura de finalizare a studiilor universitare de masterat
	9. 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.	9. Nu este cazul

B.1.3 Organizarea și coordonarea procesului didactic și de cercetare

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
a) Procesul didactic este organizat și coordonat astfel încât să asigure realizarea misiunii, a obiectivelor și obținerea rezultatelor declarate la nivelul fiecărui program de studii universitare de masterat.	1. 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.	1. Organizarea procesului didactic la programele de studii universitare de master din domeniul MARKETING permite masteranzilor dezvoltarea competențelor profesionale și transversale formulate ca rezultate așteptate ale programului de studii, în perioada legală prevăzută pentru finalizarea studiilor, prezentate în planul de învățământ al programului și regăsite în suplimentul la diplomă, potrivit conținutului fișelor de disciplină elaborate și urmărite în procesul de predare de către cadrele didactice, respectiv a prevederilor din procedura instituțională referitoare la organizarea activității didactice pentru studiile masterale. Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ Anexa B.1.17.Fișele disciplinelor Anexa B.1.1.b. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat.pdf Anexa B.1.19.Suplimentul la diplomă
b) Eficacitatea proceselor didactice la nivelul domeniului de studii universitare de masterat este periodic revizuită și evaluată intern prin implicarea unui consultant extern universității.		
c) Metodele și criteriile de evaluare a studenților cu privire la competențele dezvoltate sunt adecvate și permit verificarea dobândirii efective de către aceștia a cunoștințelor și abilităților declarate.	2.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	2. Planul de învățământ al programelor de studii universitare de master din domeniul MARKETING este proiectat ca număr de ore de curs și/sau de seminar și numărul de credite aferente fiecărei discipline, astfel încât să asigure o concordanță între conținutului disciplinelor din plan, metodele de predare și învățare, respectiv timpul alocat în raport cu nevoile masteranzilor, conform fișelor de disciplină, pentru a realiza un echilibru între activitățile față în față și cele de studiu individual.

	în față și cele de studiu individual.	Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ Anexa B.1.17.Fișele disciplinelor
	3.Procesul didactic este astfel organizat încât să dezvolte abilități de studiu individual și dezvoltare profesională continuă	3. În fișele de disciplină pentru toate disciplinele din planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de master din DSUM MARKETING sunt prevăzute ore pentru studiul individual și activități în grup, creându-se premisele dezvoltării profesionale ulterioare a masteranzilor, pe principiul life-long-learning. Procesul didactic desfășurat potrivit prevederilor fișelor de disciplină, respectă principiul proporționalității în aplicarea metodelor de studiu care să conducă la o judicioasă distribuție a fondului de timp destinat studiului individual și în grup pentru o dezvoltare a abilităților individuale și o dezvoltare profesională. Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ Anexa B.1.17.Fișele disciplinelor Anexa B.1.21.Conținutul studiului individual și rezultatele așteptate
	4. Rezultatele analizelor referitoare la calitatea predării, învățării și evaluării studenților confirmă adecvarea metodelor de predare și evaluare utilizate.	4. Actualizarea metodelor de predare și evaluare este rezultatul analizelor și evaluărilor periodice privind calitatea predării, învățării și evaluării masteranzilor. Anexa B.1.14.c. Procedura de evaluare a cadrelor didactice de către studenți Anexa A1.3.c. Aprecierea studenților asupra mediului de învățare Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic asupra conținutului prigramelor de studii de masterat Anexa B.1.22. Raportul anual al subcomisiei pentru evaluarea și asigurarea calității
	5. 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.	5. Fișele disciplinelor din planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de master din DSUM MARKETING au menționate metode și criterii de evaluare a competențelor dobândite de masteranzi, adecvate conținutului disciplinelor și rezultatelor așteptate. Anexa B.1.17.Fișele disciplinelor Anexa B.1.23.Procedura de examinare și notare a studenților
	6. Mecanismele de contestare a evaluării competențelor și abilităților sunt publice și oferă garanții studenților privind o reevaluare obiectivă.	6. La nivel instituțional, există mecanisme de contestare a evaluării competențelor și abilităților, care oferă garanții masteranzilor privind o reevaluare obiectivă. Aceste mecanisme sunt publice, fiind incluse în procedurile de examinare a studenților. Anexa B.1.23. Procedura de examinare și notare a studenților Anexa B.1.24. Procedura de finalizare a studiilor.
	7. 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.	7. Potrivit prevederilor din conținutul fișelor de disciplină Practică, evaluarea activității de practică/cercetare științifică ține cont de aprecierile tutorelui de practică/îndrumătorului științific. Anexa B.1.25. Fișa disciplinei Practică Anexa B.1.18. Conținutul activităților de cercetare Anexa B.1.23. Procedura de examinare și notare a studenților
	8. Tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a studiilor (disertația) poate conține subiecte propuse și/sau formulate în colaborare cu mediul științific, mediul socio-economic și cultural.	8. Tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a studiilor (disertația) conține și subiecte formulate în colaborare cu mediul științific, mediul socio-economic și cultural. Anexa B.1.26. Tematica lucrărilor de finalizare a studiilor Anexa B.1.12.b. Procedura de finalizare a studiilor universitare de masterat Anexa B.1.27.Tematica lucrărilor de disertație propuse de mediul economic
	9. Eficacitatea evaluării cunoștințelor/ abilităților și legătura cu rezultatele declarate ale instruirii sunt periodic monitorizate și evaluate.	9. Periodic sunt monitorizate și evaluate rezultatele instruirii. Se efectuează un studiu permanent asupra modului de însușire a cunoștințelor de către studenți. Acest studiu se realizează cu ocazia diverselor raportări, analize la nivel instituțional. Anexa B.1.22. Raportul anual al subcomisiei pentru evaluarea si asigurarea calității Anexa B.1.14.a1. Procedura privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea periodică a programelor de studii Anexa B.1.1.b. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat pdf

		Anexa B1.14.b. Procedura de evaluare internă a programelor de studii de licență și masterat Anexa B.1.10. Procedura de elaborare a planurilor de învățământ
	10. 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 de abandon școlar.	10. În UVT există centrul de învățare destinat studenților cu dificultăți în procesul de învățare, a studenților netradiționali sau a celor aflați în situație de risc de abandon școlar. La nivelul facultăților se derulează proiecte pentru reducerea abandonului școlar. Anexa B.1.28.a. Centrul de învățare Anexa B.1.28.b. Proiecte pentru reducerea abandonului școlar
	11. Rata de absolvire cu diplomă de masterat a programelor de studii de masterat din domeniul evaluat confirmă adecvarea/eficacitatea procesului de predare-învățare. (Statistici din ultimele trei promoții).	11. Conform situației statistice a ultimilor trei promoții de absolvenți ai programelor de studii universitare de masterat din DSUM MARKETING evaluat, rata de absolvire cu diplomă de masterat a programelor de studii de masterat confirmă adecvarea/eficacitatea procesului de predare-învățare. Anexa B.1.29. Rata de absolvire cu diplomă de masterat a ultimilor trei promoții

B2. Accesibilitatea resurselor educaționale

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
Resurse de învățare și servicii de suport al studenților a) Programele de studii universitare de masterat dispun de resurse de predare și învățare actualizate care asigură suportul educațional tuturor studenților, pentru întreaga perioadă de studii. b) Suportul studenților este asigurat de resurse educaționale, de creație artistică și de cercetare relevante pentru domeniul de studii de masterat evaluat. c) Programele de studii universitare de masterat de cercetare prevăd stagii de cercetare fundamentală și aplicativă de calitate, desfășurate în laboratoare proprii sau în colaborare cu angajatori sau institute de cercetare.	1. 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). 2. 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. 3. 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. 4. Stagiile de practică/ cercetare/ creație se desfășoară pe baza unor acorduri de colaborare cu agenți socio-economici,	1. UVT, respectiv FEAA dispun de biblioteci cu fond de carte și periodice relevante în domeniul MARKETING, în care se organizează învățământul la nivel de masterat, în format fizic și/ sau electronic. Resursele destinate învățării constau în materialele de studiu concepute și realizate de personalul didactic și de cercetare al UVT/FEAA, în format tipărit sau electronic, aflate la dispoziția studenților în cadrul Bibliotecii Centrale Eugen Todoran și a bibliotecii facultății, aflată în incinta FEAA și care funcționează cu program prelungit și este dotată cu tehnică de vârf, calculatoare cu acces gratuit la internet, xerox, imprimantă. De asemenea, există abonamente la reviste interne și internaționale, cât și acces gratuit la baze de date internaționale/ naționale, precum Proquest și Springer, care oferă numeroase articole, cercetări, studii în format electronic. În planificarea achizițiilor sunt consultate cadrele didactice, pentru a sincroniza oferta bibliotecii cu sursele bibliografice solicitate de aceștia. Anexa A.2.3.a. Biblioteca și fond de carte Anexa A.2.3.b. Baze de date internaționale/ naționale Anexa A.2.3.d. Colecții de specialitate http://www.bcut.ro 2. Disciplinele din planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de masterat din domeniul MARKETING sunt acoperite cu bibliografia didactică necesară (tratate, manuale, îndrumare, note de curs, suporturi de curs) cu posibilitatea accesării de către studenți. Anexa B.2.2. Acoperirea cu material didactic a disciplinelor din planul de învățământ 3. UVT, respectiv FEAA asigură masteranzilor accesul electronic la baze de date naționale și internaționale specifice domeniului de studii universitare de masterat MARKETING. Anexa A.2.3.b. Baze de date internaționale/naționale 4. FEAA are încheiate acorduri de colaborare de practică cu agenți socio-economici cu activitate de marketing-vânzări, relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat MARKETING în baza cărora se desfășoară stagiile de practică ale masteranzilor.

	instituții, organizații non-profit cu activități de producție, proiectare, cercetare, și creație cultural-artistică, după caz, relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat.	Anexa B.1.15. Convenții_ Stagii de practică
	5. 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.	5. Nu este cazul
	6. Instituția de învățământ superior oferă studenților sprijin relevant pentru procesul de învățare: consiliere în carieră, consultanță și asistență etc.	6. UVT dispune de un Centru de Consiliere și Orientare în Carieră (CCOC) deschis studenților, cu atribuții în consiliere psihologică și orientare profesională, derulând următoarele activități: consiliere educațională și vocațională, consiliere în carieră, sesiuni de pregătire a portofoliului de angajare, simularea interviului de angajare, organizarea de prezentări de companii, sesiuni de formare pentru dezvoltarea competențelor transversale ale studenților, realizarea de studii și analize periodice privind abandonul universitar, integrarea absolvenților pe piața muncii, elaborarea și aplicarea de instrumente specifice în scopul monitorizării inserției pe piața muncii, participări la activități organizate de către alumni, informarea și consilierea studenților asupra rutelor educaționale și ocupaționale din cadrul instituțiilor de învățământ superior. Anexa I-C2.4 Regulament de Organizare si Functionare –CCOC Anexa I-C2.5a Raport-CCOC-2018 Anexa I-C2.5b Raport CCOC-2017 https://ccoc.uvt.ro/ Complementar competențelor de instruire și predare, cadrele didactice dispun și de competențe de consiliere, monitorizare și facilitare a proceselor de învățare la nivelul FEAA desfășurându-se programul de tutoriat prin intermediul cadrelor didactice tutori de an și a studenților tutori. Activitatea de tutoriat presupune alocarea unui timp special de lucru în beneficiul studenților și urmărește stabilirea unei relații de încredere și sprijin reciproc între tutor și studenți, informarea studenților cu privire la perspectivele profesionale, sprijinirea din punct de vedere metodologic a studenților, introducerea studenților în specificul activității lor și al modului de organizare a studiului, de utilizare a resurselor oferite pentru formare etc. Anexa I-C4.8 Ghid general tutorat Anexa I-C4.7a Tutori-FEAA-2018-2019 Anexa B.2.6.a. Indrumatori de an Anexa B.2.6.b. Orar indrumatori de an
	7. Există programe de stimulare și recuperare a studenților cu dificultăți în procesul de învățare, a studenților netradiționali sau a celor proveniți din zone dezavantajate.	7. În UVT există un centru de învățare destinat studenților cu dificultăți în procesul de învățare, a studenților aflați în situație de risc de abandon școlar Anexa B.1.28.a. Centrul de învățare La nivelul FEAA se derulează proiecte pentru reducerea abandonului școlar în rândul studenților aflați în risc. Anexa B.1.28.b. Proiecte pentru reducerea abandonului școlar
	8. Există resurse educaționale alternative digitale și activități de suport on-line, implementate pe platforme e-Learning.	8. În cadrul FEAA există resurse educaționale alternative digitale și activități de suport on-line, implementate pe platforme e-Learning. Anexa B 2.2. Acoperirea cu material didactic a disciplinelor din planul de învățământ Anexa B 2.8. Resurse de învățare în format electronic

B3. Rezultatele învățării

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
Valorificarea calificării universitare obținute a) Rezultatele studiilor și cercetărilor studenților masteranzi sunt valorificate prin publicare la simpozioane, conferințe și reviste relevante domeniului. b) Absolvenții au capacitatea de a se angaja în domeniul de competență al calificării universitare pentru ocupațiile existente în COR, conform Registrului Național al Calificărilor în Învățământul Superior. c) Absolvenții au capacitatea de a se angaja în alte domenii decât domeniul de competență al calificării universitare, pe baza competențelor transversale dobândite în cadrul programului de studii universitare de masterat d) Instituția de învățământ superior a definit standarde de calitate minimale și de excelență pentru elaborarea disertației, pe care le operationalizează periodic și le face publice.	1. 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 (propuneri de brevete, studii de caz, patente, produse și servicii, studii parametriche 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.	1. În cadrul FEAA există o monitorizare a cunoașterii științifice generată în cadrul programului de studii de masterat Publicitate și promovarea vânzărilor, în ultimii 5 ani. Anexa B.3.1 Dovezi ale diseminării cunoașterii științifice
	2. 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.	2. La nivelul FEAA a UVT există o bază de date cu lucrările de disertație susținute în ultimii ani. Anexă B.3.2. Lista lucrarilor de disertatie
	3. 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	3. În cadrul FEAA a UVT există statistici privind angajarea în domeniul MARKETING evaluat și în domenii conexe a absolvenților din ultimele trei promoții. Anexa B.3.3.Angajarea absolvenților.
	4. 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 (proprie sau externe	4. Nu este cazul.

	instituției absolvite) să fie de peste 10%.	
	5. Instituția de învățământ superior a definit standarde de calitate minimale pentru elaborarea lucrării de disertație, pe care le operaționalizează periodic și le face publice.	5. La nivelul FEAA a UVT există o procedură care face referire la procesul de finalizare a studiilor universitare de masterat și care definește standardele de calitate minimale pentru elaborarea lucrării de disertație. Anexa B.1.12.b. Procedura de finalizare a studiilor universitare de masterat Procedura este actualizată periodic și este făcută publică. https://feaa.uvt.ro/ro/studenti/studenti-masterat/metodologia-de-finalizare-a-studiilor-de-masterat-2017-2018

B4. Activitatea de cercetare științifică (Criteriu aplicabil programelor de studii universitare de masterat de cercetare)

Nu este cazul. Programele de studii universitare de masterat, organizate în cadrul DSUM Marketing sunt programe de masterat profesional.

B5. Activitatea financiară a organizației

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
Buget și contabilitate a) Universitatea are asigurată sustenabilitatea financiară și demonstrează că dispune de resurse financiare suficiente, pe care le alocă pentru a realiza în mod adecvat misiunea și obiectivele declarate.	1. Resursele financiare disponibile sunt adecvate și asigură că obiectivele programelor de studii de masterat pot fi realizate.	1. UVT dispune de resurse financiare adecvate. Anexa B.5.1. Resurse financiare
	2. 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.	2. UVT asigură FEAA și departamentului MREI suportul financiar adecvat pentru ca obiectivele programelor de master organizat în domeniul MARKETING să poată fi realizate corespunzător. Anexa B.5.2. Buget cercetare
	3. Instituția de învățământ superior dispune de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității financiare, în condiții de transparență publică.	3. La nivelul UVT există Departamentul pentru Managementul Calității care promovează o cultură a calității prin angrenarea întregii comunități academice din UVT (personal didactic, personal de suport și studenți). UVT și FEAA dispun de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității universitare, asigurându-se astfel că angajamentele pe care și le-a asumat sunt respectate riguros, în condiții de transparență publică. Rezultatele și observațiile auditului academic se publică într-un raport anual de audit. Anexa I-C1.2 Regulament de organizare si functionare -DMC UVT Anexa I-C1.1 Manualul calitatii Anexa I-C8.1 Carta auditorului intern Anexa I-C8.2 Manual proceduri audit intern Anexa I-C8.3 Regulamentul de organizare si functionare Biroul de Audit Public Intern Anexa I-C8.4 Regulament de organizare si functionare a Corpului de Control Intern Anexa B.5.3. Audit intern

C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII

C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității

Criterii de evaluare	Cerințe	Gradul de realizare a cerințelor
Structuri și politici/ procese pentru asigurarea internă a calității a) Instituția de învățământ superior are un sistem de management eficient privind asigurarea internă a calității în vederea menținerii obiectivelor și a rezultatelor așteptate la programele de studii universitare de masterat. b) Există proceduri privind monitorizarea și perfecționarea activității personalului didactic și auxiliar implicat în programele de studii universitare de masterat. c) Există proceduri eficiente și transparente de evaluare a rezultatelor așteptate ale învățării, cercetării și implicării sociale. d) Există proceduri de colectare și integrare al feedback-ului studenților cu privire la conținutul și modul de desfășurare al procesului de învățare și cercetare. e) Există mecanisme de evaluare internă privind asigurarea funcționalității structurilor de asigurare a calității educației, conform legii. f) Programele de studii sunt periodic monitorizate, revizuite și actualizate ca parte a activităților de management al calității. g) Transparența și disponibilitatea publică a informațiilor	1. Instituția de învățământ superior aplică politica asumată privind asigurarea calității și dovedește funcționarea structurilor și mecanismelor de asigurare a calității. 2. Programele de studii universitare de masterat sunt evaluate periodic intern privind următoarele aspecte: 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. 3. 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). 4. Rezultatele monitorizării opiniei absolvenților asupra procesului de învățare din perioada studiilor universitare sunt utilizate în procesul de îmbunătățirea conținutului și structurii programelor de studii. 5. Rezultatele monitorizării opiniei angajatorilor cu privire la pregătirea absolvenților	1. La nivelul UVT, politica privind asigurarea calității este supervizată de Comisia pentru Evaluarea și Asigurare a Calității (CEAC), prin intermediul Departamentului de Management a Calității. Anexa C1.1.a. Raport anual al CEAC Anexa C1.1.b Regulament CEAC Anexa I-C1.2 Regulament de organizare si functionare -DMC UVT Anexa C.1.1.c. Raportul Rectorului UVT 2018 Anexa C.1.1.d. Raportul Decan FEAA 2018 2. Programele de studii universitare de masterat sunt evaluate periodic intern Anexa B1.22. Raport anual al subcomisiei pentru Evaluarea și asigurarea calității Anexa B.1.10. Procedura de elaborare a planurilor de învățământ Anexa B1.14.a. Procedura privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea periodică a programelor de studii Anexa B1.14.b. Procedura de evaluare internă a programelor de studii de licență și masterat 3. FEAA monitorizează periodic opinia studenților privind evaluarea mediului de învățare. Anexa A1.3.c. Aprecierea studenților asupra mediului de învățare 4. FEAA utilizează rezultatele monitorizării opiniei absolvenților asupra procesului de învățare din perioada studiilor universitare în procesul de îmbunătățirea conținutului și structurii programelor de studii. Anexa C.1.4. Feedback absolventi si dovezi ale utilizării opiniilor absolventilor 5. FEAA utilizează rezultatele monitorizării opiniei angajatorilor în procesul de îmbunătățirea conținutului și structurii programelor de studii. Anexa C.1.5. Feedback angajatori si dovezi ale utilizării opiniilor angajatorilor

	sunt utilizare în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.	6. Periodic, FEAA monitorizează opiniei studenților cu privire la procesul didactic, în vederea identificării eficienței acestuia și a serviciilor suport oferite. Anexa C.1.6.a. Analiza rezultatelor evaluării cadrelor didactice Anexa C.1.6.b. Analiza rezultatelor aprecierii mediului de învățare de către studenți 7. UVT și FEAA oferă informații publice complete și actualizate privind programele din domeniul de studii universitare de masterat referitoare la obiectivelor programelor de studii și curriculumul; calificările și ocupațiile vizate); politicile de predare-învățare și evaluare; resursele de studiu existente; rezultatele obținute de studenți/absolvenți, sistemul de management a calității. https://feaa.uvt.ro/ro/educatie/programe-masterat http://site.anc.edu.ro/registrul-national-al-calificarilor-din-invatamantul-superior-ncis https://www.uvt.ro/ro/uvt/regulamente/regulamente-metodologii-proceduri/ https://feaa.uvt.ro/ro/facultate/reglementari-interne/regulamente/proceduri http://www.bcut.ro/; https://feaa.uvt.ro/ro/studenti/biblioteca-feaa https://www.uvt.ro/ro/admitere https://www.startfeaa.ro/admitere-masterat-feaa https://feaa.uvt.ro/ro/facultate/departamente-suport.
	6. Monitorizarea opiniei studenților cu privire la procesul didactic. Se confirmă eficiența acestuia și a serviciilor suport oferite.	
	7. 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.	

PARTEA a III-a - RAPORT DE AUTOEVALUARE A PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT PUBLICITATE ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRLOR

Programul de masterat **Publicitate și promovarea vânzărilor** își propune să creeze competențe și expertiză care să corespundă nevoilor identificate pe piața muncii cu privire la funcții importante ale marketingului organizațiilor:

- Comunicare integrată de marketing și comunicarea prin fiecare dintre instrumentele sale în mediul fizic („offline”): publicitate, relații publice, promovarea vânzărilor, marketing prin evenimente.
- Comunicarea integrată de marketing și instrumentele sale (publicitate, relații publice, promovarea vânzărilor), realizate prin diferite canale de marketing online: site-ul web, medii sociale („social media”), motoare de căutare, campanii prin e-mail, etc.
- Branding - dezvoltarea identității brandurilor organizaționale și de produse, dezvoltarea valorii brandurilor prin publicitate, promovarea vânzărilor, relații publice ș.a.m.d. în mediul fizic și în mediul online.

Curricula universitară răspunde cerințelor unui învățământ modern, fiind aliniată la standardele unor universități prestigioase la nivel mondial, care pregătesc specialiști pentru conceperea și realizarea activităților specifice funcțiilor precizate mai sus. Programul **Publicitate și promovarea vânzărilor** are misiuni formative structurate pe următoarele dimensiuni:

- Dimensiunea culturală care presupune înțelegerea de către masteranzi, într-o manieră critică, a locului și a rolului comunicării integrate de marketing și a brandului în organizații;
- Dimensiunea strategică care implică analiza și planificarea activităților de comunicare integrată de marketing – publicitate, promovarea vânzărilor, relații publice, marketing prin evenimente, comunicare corporativă, analiza și planificarea activităților specifice brandingului;
- Dimensiunea creativă care presupune conceperea și realizarea mesajelor publicitare, a site – urilor Web, a materialelor promoționale, a identității vizuale a brandurilor organizaționale și de produse, a conținutului în web marketing și în social media etc.

Planul de învățământ pentru specializarea de masterat Publicitatea și promovarea vânzărilor este conceput în conformitate cu politica și strategia universității, cu particularizarea ofertei specifice. Prin planul de învățământ propus și prin metodele de învățare moderne se asigură pregătirea necesară dobândirii cunoștințelor și abilităților unor specialiști competenți în comunicarea integrată de marketing, branding, marketing și comunicare în mediul online etc.

Prin planul de învățământ propus se asigură de asemenea premisele formării specialiștilor care să conceapă și să realizeze activități importante în practica de marketing, dar și de continuare a studiilor prin ciclul de doctorat în condiții de etică și deontologie profesională: Etică și integritate academică, Academic Writing, Cercetare științifică. Planul de învățământ a fost conceput luând în considerare impactul fenomenului de globalizare asupra afacerilor și a marketingului și de realitatea că

absolvenții programului vor putea face parte din echipe multiculturale. În acest sens, include disciplina Limbă străină obligatorie și disciplina Limbă străină facultativă.

Prin disciplinele și prin metodele didactice propuse (studii de caz, proiectarea unor campanii), programul de masterat are în vedere de asemenea impactul dezvoltării tehnologiei informațiilor și comunicării asupra practicii de marketing: Proiectarea și optimizarea site-urilor web, Estetica site-urilor web, Design publicitar, Marketing prin conținut în social media, Publicitate și relații publice online.

Programul își propune să formeze specialiști în comunicarea integrată de marketing, publicitate, relații publice, branding în mediul fizic și în mediul virtual care să acopere necesarul de competențe al operatorilor din industria publicității și a comunicării integrate de marketing, al creării și dezvoltării brandurilor de produse și corporative: organizațiile producătoare de bunuri și servicii, organizațiile distribuitoare de bunuri și servicii, organizațiile de interes public, agenții de publicitate și de marketing și comunicare online/interactivă, companii de consultanță, companii de consultanță specializate în cercetările de marketing pentru industria publicității și în realizarea de audituri ale brandurilor organizaționale (engl. „corporate”) și de produse.

Masteratul de Publicitate și promovarea vânzărilor este conceput să funcționeze după un plan de învățământ proiectat în conformitate cu politica universității în domeniul ofertei specifice. Astfel:

- Specializarea prin acest masterat este conformă cu Nomenclatorul European al Specializărilor;
- Curricula universitară răspunde cerințelor unui învățământ modern, fiind aliniată la standardele unor universități prestigioase la nivel mondial, care pregătesc specialiști în domeniul comunicării integrate de marketing, publicității în mediul real și în mediul virtual, relațiilor publice, brandingului în mediul offline și online (anexa de exemplu, Advertising and Marketing, Leeds University Business School, <https://business.leeds.ac.uk/masters/ma-advertising-and-marketing/>; Corporate Communications, Marketing and Public Relations, Leeds University Business School, <https://business.leeds.ac.uk/masters/ma-corporate-communications-marketing-and-public-relations/>; Marketing Communication, University of Westminster, <https://www.westminster.ac.uk/business-and-management-marketing-courses/2019-20/september/full-time/marketing-communications-ma>; Marketing Communications and Advertising Masters (MSc), Kingston University, <https://www.kingston.ac.uk/postgraduate-course/marketing-communications-advertising-msc/>; Marketing Communications MSc, London South Bank University, http://www.lsbu.ac.uk/courses/course-finder/marketing-communications-msc#course_tab_modules; Mastère Spécialisé Marketing & Communication, www.escpeurope.eu/programmes/specialised-masters-MScs/mastere-specialise-marketing-communication, ESCP Business School, France);
- Programul a fost clasificat în rankingul realizat de Eduniversal printre primele 20 de programe de master din Europa de Est în domeniul său (<http://www.best-masters.com>).
- Programul masteratului de Publicitate și promovarea vânzărilor este conceput în așa fel încât să asigure o calificare a absolvenților potrivită cu nevoile organizațiilor contemporane în raport cu forța de muncă superior calificată;

- Absolvenții acestei specializări de masterat sunt pregătiți potrivit funcțiilor descrise în Nomenclatorul European al Specializărilor, asigurându-se și pregătirea necesară cunoașterii și aplicării elementelor specifice mediului românesc;
- Programul este dinamic, flexibil pentru a se adapta realităților din practica marketingului, schimbărilor continue în ceea ce privește tehnologia informațiilor și comunicațiilor, globalizării și evoluțiilor piețelor. Adaptarea la cerințele practicii de specialitate a fost posibilă și prin interrelaționarea permanentă cu mediul de afaceri, cu specialiști din domeniul comunicării, publicității, designului publicitar, brandingului, marketingului și comunicării online, designului web. În acest scop, au fost invitați la workshopuri, au ținut prelegeri interesante, s-au implicat în organizarea de competiții profesionale ale studenților specializării, specialiști din companii cum ar fi: Conversion, Google, GfK, E-Big, Azur, IKEA, X3 etc.
- Masteratul oferă cunoștințe suficiente absolvenților care vor să urmeze cursurile unei școli doctorale. Astfel, în planul de învățământ sunt prevăzute disciplinele Academic Writing, Cercetare științifică, Etică și integritate academică. Acestea, alături de alte discipline, dar în primul rând de disciplinele Cercetări de marketing în publicitate, Metrice de marketing, Consumatorul și comunicarea integrată de marketing, constituie premisele și oferă cunoștințele necesare și utile continuării de către absolvenți a studiilor în cadrul școlii doctorale;
- Dezvoltarea aptitudinilor pentru cercetare este o preocupare prezentă în toate programele analitice ale disciplinelor din ofertă;

Stagiul pentru elaborarea lucrării de disertație este de asemenea destinat dezvoltării aptitudinilor pentru cercetare.

3.1 Cerințe normative obligatorii

3.1.1 Cadrul juridic de organizare și funcționare a facultății, departamentului, specializării, instituției și a programului, misiune și obiective

Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor (FEAA) face parte din structura Universității de Vest din Timișoara, fiind formată din departamente academice, un centru de cercetare, departamente suport beneficiind de autonomie universitară în domeniul didactic, științific, administrativ, în cadrul reglementărilor existente.

Universitatea de Vest din Timișoara (UVT) a fost înființată în baza Decretului-Lege Regal nr. 660 din 30 decembrie 1944, a Hotărârii Consiliului de Miniștri nr. 999 din 27 septembrie 1962 și a Hotărârii Guvernului nr. 458 din 29 iulie 1994 și funcționează cu respectarea Legii Educației Naționale nr. 1/2011 și a dispozițiilor legale privind acreditarea. În cadrul UVT Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor (FEAA) a fost înființată prin lege la 10 octombrie 1967 și funcționează ca instituție de stat, publică și nonprofit în cadrul Universității de Vest din Timișoara, pe baza Constituției României, a Legii Învățământului și a Cartei Universitare, cu respectarea Declarației Drepturilor Omului.

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE funcționează din anul 1967. Noua denumire a facultății, respectiv de FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR (FEAA) a fost decretată în cadrul HG. 481, din 18 iulie 2007, privind domeniile de studii universitare de licență, structurile instituțiilor de învățământ superior și specializările organizate de acestea. Planul strategic al FEAA

pentru perioada 2016-2020 definește direcțiile de dezvoltare, viziunea, misiunea și scopurile strategice al facultății (<https://feaa.uvt.ro/ro/facultate/despre-feaa/misiune-viziune-valori-obiective>).

Misiunea FEAA

Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor și-a asumat misiunea de a produce și a disemina cunoaștere la nivelul exigențelor mediului socio-economic european, atât prin intermediul unor programe academice moderne, care contribuie la formarea avansată a capitalului uman, cât și prin rezultatele cercetării științifice, generatoare de inovare și creștere economică în mediul de afaceri.

Misiunea FEAA este axată pe crearea, diseminarea și implementarea cunoașterii în societate. Această misiune se realizează prin recrutarea și formarea avansată a studenților, cu aportul unei comunități academice valoroase care promovează valorile învățământului centrat pe student și exigențele excelenței în cercetare.

Viziunea FEAA

FEAA și-a propus să devină drept cea mai prestigioasă facultate de profil din partea de vest și sud-vest a țării, reprezentativă în topul primelor 3 facultăți de economie și de administrare a afacerilor din România, recunoscută pe plan internațional pentru performanța în educație și cercetare și pentru soluțiile inovative și eficiente de dezvoltare sustenabilă a societății.

De asemenea, comunitatea FEAA vizează să convingă un număr tot mai mare de absolvenți de liceu, cu predilecție olimpici și absolvenți valoroși, că brandul FEAA oferă la fel de multe oportunități ca oricare altă ofertă educațională din Europa.

Valorile FEAA

Prin valorile asumate FEAA și-a propus să ofere servicii educaționale de calitate superioară și să creeze o comunitate academică și științifică valoroasă care să dobândească vizibilitate internațională:

- **performanță și recunoașterea meritului:** desfășurarea procesului educațional și a activităților de cercetare științifică în acord cu standardele de calitate și cu tendințele la nivel european și mondial; asigurarea vizibilității rezultatelor cercetării, respectând rigorile și exigențele academice și deontologice, în vederea recunoașterii performanței individuale și instituționale de către comunitatea științifică națională și internațională; recunoașterea și recompensarea meritelor, a creativității și a spiritului inovativ;
- **echilibru și responsabilitate:** adoptarea principiilor sistemului meritocratic și asigurarea recompensării egale pentru muncă egală; adoptarea de decizii responsabile, nepărtinitoare și corecte cu privire la studenți și la membrii comunității academice; responsabilitate manifestată față de studenți, față de comunitatea academică, față de comunitatea locală și față de mediul înconjurător;
- **comunicare onestă și promptă:** comunicarea corectă, onestă și promptă a tuturor informațiilor de interes pentru studenți și pentru comunitatea universitară; corectitudinea manifestată în managementul academic, în activitățile de cercetare și în procesul didactic, dar și colegialitatea în comportamentul cotidian al membrilor comunității academice FEAA;
- **respect reciproc și diversitate:** respectul și valorizarea diferențelor dintre membrii corpului academic; cultivarea toleranței și a acceptării diferenței și a diversității.

Obiectivele declarate ale FEAA sunt următoarele:

- dezvoltarea și consolidarea reputației naționale și internaționale, prin calitatea programelor academice și producția științifică la care vor contribui atât corpul profesoral cât și doctoranzii facultății;
- creșterea numărului de parteneriate și programe academice comune cu facultăți de prestigiu din Uniunea Europeană și din spațiul extracomunitar;
- consolidarea legăturilor cu mediul economico-social atât în vederea diversificării și pragmatizării ofertei educaționale cât și în vederea suplimentării surselor de finanțare;
- susținerea directă, inclusiv financiară, a procesului de extindere a cunoașterii, prin cercetarea clasică și aplicată, în vederea creșterii vizibilității FEAA în comunitatea națională și internațională de cercetare;
- intensificarea participării active a FEAA în organizațiile profesionale naționale și internaționale care au un impact semnificativ în mediul economico-social;
- dezvoltarea capacității de generare și diseminare a cunoașterii la nivel local/regional/național, asigurând contribuții semnificative decidenților publici și contribuind la asigurarea creșterii economice;
- îndeplinirea obiectivelor conform cărora niciun student nu este descurajat să studieze la FEAA din cauza unor restricții financiare sau a altor bariere, respectiv succesul niciunui student nu este împiedicat de dificultăți financiare;
- asigurarea unei educații de calitate, coroborată cu experiențe practice și sociale atractive și formative, care să permită studenților să utilizeze informațiile, abilitățile și disciplina intelectuală dobândite pentru creionarea unei cariere profesionale de succes;
- implicarea eficientă în viața economică, socială și culturală a comunității locale și regionale.

Începând cu anul universitar 2005/2006, la Facultatea de Științe economice a Universității de Vest din Timișoara, conform noilor Planuri de Învățământ, Specializarea *Marketing* aparține domeniului Marketing, conform H.G.1175/2006 . Programul de studii de licență Marketing a fost autorizat în anul 2000 prin H.G. 696/2000 și *acreditat prin H.G 676/iulie 2007 (Anexa Acreditare program PPV)* și supus evaluării periodice în anul 2010 și în anul 2015.

Programul de Master „Publicitate și promovarea vânzărilor” este organizat de *Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale*, care gestionează următoarele programe:

I. La ciclul de licență:

- 1.1.Specializarea Marketing-program care a fost autorizat în anul 2000 prin H.G. 696/2000, acreditată prin HG 676/iulie 2007, reacreditată în anul 2010 și în anul 2015);
- 1.2. Specializarea Economie și Afaceri Internaționale:

II. La ciclul de masterat:

2.1 Domeniul Marketing:

- a. programul Marketing și Managementul Vânzărilor, acreditat prin HG nr. 4.666 din 2009;
- b. programul Publicitate și Promovarea Vânzărilor, acreditat prin HG nr. 4.666 din 2009;
- c. programul Marketing Strategic și Marketing Digital, acreditat în 2016.

2.2. Domeniul Economie și Afaceri Internaționale:

a. Management și Integrare Economică, program acreditat prin H.G. nr. 4.666 din 2009.

Planurile de învățământ propuse pentru programul de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor au fost analizate în ședința Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale din data de 25.10.2018, au fost avizate prin Hotărârea nr. 53 a Consiliului FEAA din data de 29.11.2018 și prin Hotărârea nr. 71 a Senatului UVT din data de 13.12.2018.

Misiunea programului de masterat Publicitate și promovarea vânzărilor este aceea de a contribui la dezvoltarea mediului de afaceri, formând profesioniști cu o înaltă calificare pentru zona de vest a țării și pentru piața națională, în subdomenii esențiale ale marketingului: branding și comunicarea integrată de marketing în mediul offline și în mediul online (incluzând instrumentele mixului de comunicare - publicitate, comunicare corporativă, marketing prin evenimente, publicitate și relații publice online, comunicare internă, web marketing etc) (a se vedea [Anexa A1.1.b. Misiunea programului PPV](#)).

Programul de master vizează formarea unor specialiști în comunicare și în branding offline și online care să fie racordați la transformările profunde ale mediului de afaceri, determinate de fenomene cum ar fi dezvoltarea tehnologiilor informațiilor și comunicării, globalizării, atomizării piețelor, mutarea audiențelor în mediul online etc.

Programul de master Publicitate și promovarea vânzărilor se adresează mai multor categorii de public:

- absolvenților specializării de Marketing din cadrul UVT, dar și de la facultăți și specializări de marketing ale altor universități din țară;
- absolvenților altor specializări din cadrul facultăților cu profil economic și de administrare a afacerilor din Universitatea de Vest din Timișoara și din alte universități care doresc să aprofundeze funcțiile de comunicare și de branding offline și online ale marketingului: Management, Informatică Economică, Administrarea Afacerilor etc;
- absolvenților altor domenii și specializări ale UVT (Științe Politice, Filosofie și Științe ale Comunicării, Arte și Design, Sociologie, Psihologie etc.);
- absolvenților care provin de la alte facultăți și universități din țară, în primul rând de la universități care fac parte din Consorțiul Universitaria, care au specializări de Comunicare și Relații Publice, Științe Politice, Sociologie, Psihologie, Arte și Design etc. și care doresc fie să aprofundeze domeniul marketingului și comunicării, brandingului, publicității și relațiilor publice online, fie să se specializeze într-un domeniu care este tot mai căutat pe piața muncii din țara noastră și din întreaga lume;
- persoanelor care lucrează în compartimentele de marketing ale companiilor și doresc să își actualizeze și să își dezvolte competențele în subdomeniile precizate mai sus.

Obiectivele specifice programului de studii sunt cele descrise mai jos și, alături de profilul de competențe dezvoltat în concordanță cu nevoile identificate pe piața muncii și cu cadrul național al calificărilor, sunt prezentate sintetic în fișele disciplinelor incluse în planul de învățământ ([Anexa A.1.2.a. Obiectivele programului PPV](#)).

A. Dobândirea de către absolvenții programului a unor cunoștințe solide care se referă la următoarele aspecte:

- Conceperea, implementarea și auditarea activităților de comunicare integrată de marketing ale organizațiilor (publicitate, promovarea vânzărilor, comunicarea corporativă și prin evenimente ș.a.m.d.) în mediul fizic;
- Conceperea, implementarea și auditarea activităților de comunicare integrată de marketing realizate prin intermediul canalelor de marketing online: site-ul web, social media, campanii prin e-mail, publicitate pe motoarele de căutare, marketingul prin afiliere, comunicarea virală ș.a.m.d.;
- Fundamentarea și auditarea activităților de branding ale organizațiilor;
- Fundamentarea planurilor de publicitate și de relații publice offline și online;
- Conceperea și realizarea site-urilor web ale organizațiilor;
- Conceperea și implementarea programelor de dezvoltare a capitalului brandurilor organizaționale și de produse, indiferent de sectorul de activitate și de mediul în care se realizează: branduri organizaționale, branduri dotcom, branduri de orașe, etc.;
- Măsurarea performanțelor campaniilor de comunicare integrată de marketing online, de creare a traficului pe site-urile web și pe rețelele sociale (utilizarea analiticilor web online);
- Măsurarea performanțelor campaniilor publicitare, de relații publice, a acțiunilor promoționale și a sponsorizării în mediul fizic (prin cercetare calitativă, anchete prin sondaj, teste, etc.).

B. Dezvoltarea unui simț de etică și responsabilitate socială.

C. Dobândirea unor competențe privind cercetarea științifică, care să completeze competențele profesionale dobândite de către absolvenți în cadrul programului și care să le faciliteze continuarea studiilor în cadrul programului de doctorat.

Competențe dobândite:

Planul de învățământ este astfel conceput încât studenții de la masteratul **Publicitatea și Promovarea Vânzărilor** să acumuleze pe de o parte competențele profesionale specifice programului de master și, pe de altă parte, un set de competențe transversale care să le asigure dezvoltarea lor profesională și personală, desfășurarea activității în echipe multiculturale și plurispecializate.

Competențe profesionale (conform suplimentului la diplomă) dobândite de către absolvenții acestui program sunt cele de mai jos:

CP1. Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind comunicarea integrată de marketing în mediul fizic („offline”) și a instrumentelor sale: publicitate, promovarea vânzărilor, relații publice, marketing prin evenimente, etc.;

CP2. Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, modelelor și instrumentelor privind comunicarea integrată de marketing în mediul online și în social media și a instrumentelor sale: publicitate, relații publice, publicitate pe motoare de căutare, site-uri web, rețele de socializare, bloguri, comunicare virală și comunicare prin parteneriate, etc.;

CP3. Elaborarea de studii / analize în vederea înțelegerii mediului organizației, a mediului comunicării integrate de marketing în mediul fizic („offline”) și online: consumatori, tehnologie, legislație, mediul intern, etc.;

CP4. Fundamentarea strategiilor de branding în mediul fizic și pe Internet și dezvoltarea valorii brandurilor prin activități de comunicare offline și online;

CP5. Dezvoltarea capacității de proiectare și de evaluare a unor campanii de comunicare integrată de marketing și de branding în mediul offline și în mediul online: publicitate, relații publice, campanii promoționale, comunicarea în social media, crearea site-ului web, campanii prin motoare de căutare, marketing prin afiliere, utilizarea analiticilor web, diferențierea, poziționarea și crearea identității brandurilor organizaționale și de produse.

Competențele transversale (conform suplimentului la diplomă) pe care le oferă acest program sunt cele de mai jos:

CT1. Promovarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în condiții de autonomie profesională;

CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și cunoașterea tehnicilor de relaționare în cadrul departamentelor de marketing, a relaționării cu alte departamente, clienți, parteneri și furnizori locali și străini;

CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

Absolvenții programului de master „Publicitate și Promovarea Vânzărilor” vor putea identifica oportunități profesionale în diverse organizații, o listă succintă a acestora fiind prezentată în continuare:

- organizațiile producătoare din diverse sectoare de activitate care au departamente și/sau realizează activități de comunicare integrată de marketing, publicitate, relații publice, promovarea vânzărilor, branding, marketing prin evenimente, marketing și comunicare online (crearea website-urilor, crearea traficului pe site-ul web, campanii de marketing și comunicare prin e-mail, campanii de marketing și comunicare în social media);
- companii din sectorul distribuției care au departamente și/ sau realizează activități de comunicare integrată de marketing, branding, marketing și comunicare online și în social media;
- instituțiile publice care realizează activități specifice brandingului, comunicării integrate de marketing în mediile tradiționale, în mediul online și în social media;
- companii care realizează activități de consultanță specifice comunicării integrate de marketing, brandingului, publicității, relațiilor publice offline și online: agenții de publicitate clasice, agenții de consultanță în comunicare, publicitate, relații publice, organizații mass media, companii și firme mici și mijlocii care oferă consultanță în marketing și comunicare online, webdesign, optimizarea prezenței pe motoarele de căutare, campanii de marketing prin parteneriat;
- companii de cercetări de marketing care monitorizează, analizează și interpretează rezultatele campaniilor de publicitate, relații publice, promovarea vânzărilor, branding realizate în mediile tradiționale, determină și interpretează pentru firmele client rezultatele campaniilor de marketing și comunicare online și social media (metrice de marketing sau marketing analytics).

3.1.2 Personal didactic

Acoperirea disciplinelor din planul de învățământ este asigurată cu cadre didactice din cadrul FEAA, în cea mai mare parte cadre didactice din cadrul Departamentului Marketing și Relații Economice Internaționale. Pentru creșterea valorii programului au fost cooptate, în echipa de cadre didactice care predau în cadrul programului, două cadre didactice de la Facultatea de Arte și Design, UVT, două cadre didactice de la Departamentul Sisteme Informaționale pentru Afaceri, FEAA, și un cadru didactic asociat, conform tabelului următor ([Anexa A.3.3.a. Lista personalului didactic](#), [Anexa A.3.4. Listă profesori și conferențieri titulari. CV-uri și liste de lucrări](#), [Anexa A.3.5. Acoperirea cu cadre didactice a activităților asistate integral](#)):

Tabelul 7 Acoperirea disciplinelor din planul de învățământ

SEM	Codul	DENUMIREA DISCIPLINELOR	CADRE DIDACTICE	
			CURS	SEMINAR
1	MKT2PPV1101	Consumatorul și comunicarea integrată de marketing	Prof. univ. dr. Costinel Dobre	Prof. univ. dr. Costinel Dobre
	MKT2PPV1102	Marketing intern și comunicare internă	Conf. univ. dr. Remus Naghi	Conf. univ. dr. Remus Naghi
	MKT2PPV1103	Comunicare corporativă și marketing prin evenimente	Conf. univ. dr. Sorin Prada	Conf. univ. dr. Sorin Prada
	MKT2PPV1104	Limbă străină pentru marketing și publicitate (engleză)	Lect. univ. dr. Monica Boldea	Lect. univ. dr. Monica Boldea
	MKT2PPV1104	Limbă străină pentru marketing și publicitate (franceză)	Conf. univ. dr. Daniela Stanciu	Conf. univ. dr. Daniela Stanciu
	MKT2PPV1104	Limbă străină pentru marketing și publicitate (germană)	Lect. univ. dr. Patrick Lavrits	Lect. univ. dr. Patrick Lavrits
	MKT2PPV1105	Etică și integritate academică	Conf. univ. dr. Remus Naghi	Conf. univ. dr. Remus Naghi
2	MKT2PPV1201	Branding	Prof. univ. dr. Costinel Dobre	Prof. univ. dr. Costinel Dobre
	MKT2PPV1202	Designul și optimizare site-urilor web	Conf. univ. dr. Romeo Margea	Conf. univ. dr. Romeo Margea
	MKT2PPV1203	Design publicitar	Conf. univ. dr. Eduard Jakabhazy	Conf. univ. dr. Eduard Jakabhazy
	MKT2PPV1204	Cercetări de marketing pentru publicitate	Conf. univ. dr. Remus Naghi	Lect. univ. dr. Gheorghe Preda
O.	MKT2PPV1205	Marketingul și brandingul locurilor	Dr. Marius Bizerea (asociat)	Asist. univ. dr. Anca Dragomir
O.	MKT2PPV1206	Comunicare și prezentare publică	Conf. univ. dr. Liana Ștefan	Conf. univ. dr. Liana Ștefan
F.	MKT2PPV1207	Academic Writing	Conf. univ. dr. Liana Ștefan	Conf. univ. dr. Liana Ștefan

3.	MKT2PPV2101	Publicitate și relații publice online	Lect. univ. dr. Ciprian Adam	Lect. univ. dr. Ciprian Adam
	MKT2PPV2102	Strategii creative în publicitate	Prof. univ. dr. Costinel Dobre	Asist. univ. dr. Anca Maria Milovan Ciuta
	MKT2PPV2103	Strategii de promovare a vânzărilor	Conf. univ. dr. Sorin Prada	Conf. univ. dr. Sorin Prada
	MKT2PPV2104	Semiotică și retorică publicitară	Conf. univ. dr. Daniela Stanciu	Conf. univ. dr. Daniela Stanciu
O	MKT2PPV2105	Inovare și creativitate în marketing și publicitate	Lect. univ. dr. Gheorghe Preda	Lect. univ. dr. Gheorghe Preda
O	MKT2PPV2106	Marketing prin conținut în social media	Conf. univ. dr. Cristian Duțu	Conf. univ. dr. Cristian Duțu
F	MKT2PPV2107	Limbă străină (engleză)	-	Lect. univ. dr. Anca Maghețiu
F	MKT2PPV2107	Limbă străină (franceză)		Lect. univ. dr. Bogdan Veche
F	MKT2PPV2107	Limbă străină (germană)		Lect. univ. dr. Anca Maghețiu
4	MKT2PPV2201	Dreptul consumatorului și al publicității	Conf. univ. dr. Călin Hurbean	Conf. univ. dr. Călin Hurbean
	MKT2PPV2202	Metrice de marketing	Dr. Marius Bizerea (asociat)	Asist. univ. dr. Anca Dragomir
	MKT2PPV2203	Estetica site-urilor web	Conf. univ. dr. Penteliuc Cotoșman Dumitru	Conf. univ. dr. Penteliuc Cotoșman Dumitru
	MKT2PPV2204	Cercetare științifică	-	Lect. univ. dr. Gheorghe Preda
	MKT2PPV2205	Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație	-	Lect. univ. dr. Ciprian Adam
	MKT2PPV2207	Practică	-	Conf. univ. dr. Cristian Duțu

După cum se poate observa din documentul *Stat de funcțiuni* previzionat pentru anul 2019-2020, s-au luat în considerare două grupe de studenți, conform cu numărul de locuri cerute pentru acreditare (50 de locuri). Posturile pe grade didactice se prezintă astfel: profesor 1, conferențiar 5, lector 4 și asistent 0.

Posturile se acoperă în cea mai mare parte cu cadre didactice din cadrul facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor (16). Echipa de cadre didactice implicate în programul de masterat este completată prin aportul valoros a două cadre didactice de la Facultatea de Arte și Design, care au competențe în domeniul disciplinelor din planul de învățământ (Design publicitar, Estetica site-urilor web), dovedite atât prin activitatea academică, cât și prin expertiza practică, conform CV-ului. Toate cadrele didactice au titlul conducător de doctorat sau de doctor în domeniul disciplinelor predate ([Anexa A.3.6. Discipline din planul de învățământ asistate integral](#)).

De asemenea, în cadrul programului este implicat un cadru didactic asociat, care a predat o perioadă îndelungată discipline din domeniul Marketing (Managementul produsului, Dezvoltarea noilor produse, Creativitate și inovare în marketing și publicitate, Marketingul și brandingul locurilor).

Ponderea posturilor didactice în statul de funcțiuni estimat este: profesor 10%, conferențiar 50%, lector 40% (prof+conf 60%).

Din numărul total al disciplinelor asistate integral (29, în acest număr este inclusă atât disciplina Limba străină obligatorie, cât și disciplină Limbă străină- facultativ, fiecare cu trei opțiuni oferite studenților), 18 discipline au ca titulari profesori și conferențieri, rezultând o pondere de 62,06%. Ponderea disciplinelor asistate integral de cadre didactice titulare în Universitatea de Vest din Timișoara este de 93,10%.

Tabelul 8 Lista personalului didactic

Cadre didactice	Funcția didactică	Vârsta	Vechime înv.	Titular/ suplinitor	Titlul științific	Specializarea
Costinel Dobre	Prof. univ. dr.	54	29	Titular	Dr.	Contabilitate și economie agrară Conducător de doctorat în domeniul Marketing
Remus Ionuț Naghi	Conf. univ. dr.	40	17	Titular	Dr.	Managementul firmei Doctorat în Marketing
Sorin Ioan Prada	Conf. univ. dr.	45	21	Titular	Dr.	Doctorat în marketing Economia și gestiunea producției agroalimentare
Liana Ștefan	Conf. univ. dr.	63	28	Titular	Dr.	Lb. și Lit. Franceză și Lb. și Lit. Română Doctor în Filologie
Eduard Jakabhazi	Conf. univ. dr.	36	10	Titular Design	Dr.	Design Doctorat în Arte Plastice și Decorative
Cotoșman-Penteliuc Dumitru	Conf. univ. dr.	51	27	Titular	Dr.	Design Doctor în Arte Vizuale
Cristian Duțu	Conf. univ. dr.	42	16	Titular	Dr.	Managementul firmei Doctorat în Marketing
Daniela Stanciu	Conf. univ. dr.	63	27	Titular	Dr.	Filologie Doctor în Filologie
Călin Hurbean	Conf. univ. dr.	53	29	Titular	Dr.	Finanțe- Contabilitate Drept Doctorat în Management
Romeo Margea	Conf. univ. dr.	48	22	Titular	Dr.	Managementul firmei Doctorat în management
Monica Boldea	Lector univ. dr.	44	20	Titular	Dr.	Filologie Lb. și Lit. Germană și Lb. și Lit. Engleză Doctorat în Economie
Patrick Lavrits	Lector univ. dr.	42	17	Titular	Dr.	Filologie Lb. și Lit. Germană și Lb. și Lit. Engleză Doctorat în Filologie
Gheorghe Preda	Lector univ. dr.	36	12	Titular	Dr.	Management Doctorat în Marketing

Anca Maghețiu	Lector univ. dr.	36	13	Titular	Dr.	Filologie Lb. și Lit. Germană și Lb. și Lit. Engleză Doctorat în Filologie
Bogdan Veche	Lector univ. dr.	37	12	Titular	Dr.	Filologie Lb. și Lit. Franceză și Lb. și Lit. Engleză Doctorat în Filologie
Ciprian Adam	Lector univ. dr.	43	18	Titular	Dr.	Turism –Servicii Masterat Marketing Doctorat în Management
Marius Bizerea	Prof. univ. dr. (extern-asociat)	70	41	Suplinitor	Dr.	Electromecanică Doctor ing.
Anca Cristina Dragomir	Asist. Univ. dr.	37	11	Titular	Dr.	Marketing Doctorat în Marketing
Anca Maria Milovan-Ciuta	Asist. univ. dr.	35	6	Titular	Dr.	Marketing Doctorat în Marketing

Gradele de ocupare pentru fiecare cadru didactic, conform statelor de funcții sunt prezentate în anexele [Anexa A.3.7.a Situația gradului de ocupare curent](#) și [Anexa A.3.7.b Situația gradului de ocupare estimat](#). Cadrele didactice au pregătirea inițială, sunt doctori și cercetează în domeniul în care se includ disciplinele din postul ocupat (vezi [Anexa 5 Tabel privind îndeplinirea indicatorilor program PPV](#)).

3.1.3 Conținutul procesului de învățământ

Syllabus-urile conțin obiectivele disciplinei, competențele pe care fiecare disciplină își propune să le ofere, conținutul tematic de bază, repartizarea numărului de ore de curs, seminar și lucrări aplicative pe teme, sistemul de evaluare a masteranzilor, bibliografia minimală și suplimentară. Conținutul disciplinelor, precizat prin syllabus, corespunde programului de studii pentru care s-a elaborat planul de învățământ și sunt conforme misiunii declarate. Pentru programul de studiu propus, planul de învățământ a fost realizat având în vedere feedback-ul primit de la specialiști în domeniu, în strânsă corelație cu cerințele actuale ale pieței. De asemenea, asupra planului de învățământ au făcut aprecieri 3 specialiști din mediul academic de la două universități cu tradiție din România, un cadru didactic, specialist în Marketing, de la Nova Southeastern University, Florida, S.U.A., dar și specialiști din mediul de afaceri ([Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic](#), [Anexa A.1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii](#)).

Planurile de învățământ au fost supuse analizei în cadrul ședințelor Departamentului Marketing și Relații Economice Internaționale, au fost avizate în cadrul ședinței Consiliului FEAA și aprobate de către Senatul Universității de Vest din Timișoara

([Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic](#)). De asemenea, fișele disciplinelor au fost avizate în ședința Departamentului MREI.

Pentru fiecare disciplină, bibliografia indicată în fișele disciplinelor este accesibilă în biblioteci sau online, așa cum se prezintă situația în [Anexa B.2.2. Acoperirea cu material didactic a disciplinelor din planul de învățământ](#). Convențiile de practică, cu titlu de exemplificare, sunt prezentate în [Anexa B.1.15. Convenții Stagii de practică](#).

Programul de master profesional Publicitate și Promovarea Vânzărilor se realizează după un plan de învățământ în care raportul dintre numărul de ore la disciplinele cu caracter aplicativ (seminar, proiecte, laboratoare, practică) și cele de predare (curs) se încadrează în intervalul 1,2 – 1,5 (1,207). [Anexa B.1.12.a. Planul de învățământ PPV](#)

Distribuția fondului de timp aferent disciplinelor din planul de învățământ este prezentată în [Anexa B.1.21. Conținutul studiului individual și rezultatele așteptate](#). Fondul de timp aferent fiecărei discipline este corelat cu numărul de credite/ disciplin din planul de învățământ. Fiecărui punct de credit îi corespunde un număr de 27 de ore, compus din numărul orelor alocate cursului seminarului, examinării și din numărul orelor de ore de studiu individual, care include: studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe; documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren; pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii; alte activități.

Tabelul 9 Bilanț general II
(după numărul de ore aplicative și de curs)

Nr. crt.	Discipline*	Nr. de ore**	
		Ore aplicative (seminare, laboratoare, proiecte, stagii de practică)	Ore de curs
1.	Obligatorii	420	364
2.	Opționale	28	28
3.	Facultative	42	14
TOTAL		490	406
Raportul dintre numărul de ore aplicative (seminare, laboratoare, proiecte, stagii de practică) și numărul orelor de curs		1,207	
Standarde ARACIS***		1,00 – 1,50	

3.1.4 Studenții

Admiterea la programele organizate de Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, se face conform regulamentului de admitere ([Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master](#); [Anexa B.1.1.a2 Metodologia FEAA privind admiterea la master](#)). Locurile pentru care se organizează concursul de învățământ la zi sunt finanțate de la buget sau cu taxe de studiu. Locurile sunt aprobate prin Ordin al M.E.C.T.S., respectiv prin Hotărârea Senatului Universității de Vest din Timișoara, pe baza propunerilor înaintate de Consiliile profesionale ale facultăților, ținându-se seama de numărul de locuri ocupate în promoțiile anterioare, de

performanțele absolvenților promoțiilor anterioare. Ierarhizarea studenților se face pe locuri bugetate și cu taxă în ordinea descrescătoare a mediilor, în limita locurilor disponibile. La medii egale, departajarea candidaților pentru ultimul loc se face pe baza criteriilor de departajare stabilite.

Situația statistică cu masteranzii specializării PUBLICITATE ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRILOR

Specializarea de masterat Publicitate și promovarea vânzărilor funcționează în cadrul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, începând cu anul universitar 2008-2009 ([Anexa Acreditare program PPV](#)). Capacitatea de școlarizare este prevăzută în HOTĂRÂREA Nr. 185/2018 din 4 aprilie 2018 privind domeniile și programele de studii universitare de master acreditate și numărul maxim de studenți ce pot fi școlarizați în anul universitar 2018 - 2019 și este de 50 de locuri (160 pentru domeniul de masterat Marketing).

Evoluția numărului de studenți este prezentată în [Anexa B.1.29. Rata de absolvire cu diploma de master a ultimelor trei promoții](#) și în [Anexa B.1.6. Promovabilitatea studenților după primul an de studiu](#).

În anul universitar 2018-2019, programului de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor i s-a alocat un număr de 50 de locuri, din care 11 locuri sunt finanțate de la buget și 39 sunt locuri cu taxă.

Universitatea de Vest monitorizează situația inserției absolvenților pe piața muncii, în acest scop funcționând „UVT și piața muncii”, un proiect al Universității de Vest din Timișoara, derulat prin Centrul de Politici Publice. Prin intermediul platformei se monitorizează angajarea absolvenților în funcție de diverse criterii: sectorul economic, dimensiunea angajatorului, intervalul veniturilor etc. În ceea ce privește inserția pe piața forței de muncă a absolvenților, apreciem că situația este bună, 73,6% dintre absolvenți fiind angajați în domeniul absolvit (s-a luat în considerare perioada 2014-2018)

[Anexa B.3.3.b. Insertia pe piata muncii master UVT 2014-2018](#)

Programul de masterat atrage un număr mare de absolvenți de la alte facultăți ale UVT care au o pregătire satisfăcătoare în domeniul marketingului (au parcurs discipline din domeniul Marketing în ciclul de licență, de exemplu absolvenți ai ciclului de licență din Facultatea de Științe Politice, Filosofie și Științe ale Comunicării), rata sa de atractivitate situându-se printre cele mai ridicate din Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor.

De asemenea, programul de masterat se remarcă și printr-un grad de promovare bun ([Anexa B.1.6 Promovabilitatea studenților după primul an de studiu](#)). Se cuvine precizat faptul că, de la înființarea programului de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor, absolvenți ai acestuia sunt angajați în cadrul unor companii din țări ale Uniunii Europene, în domenii de competență ale programului, cum ar fi Comunicare integrată de marketing, Publicitate și relații publice online, Web marketing, Branding. Absolvenți ai acestui program lucrează în companii din Anglia, Franța, Germania etc., dovedind că fac față exigențelor impuse de posturile ocupate.

3.1.5 Cercetarea științifică

Cercetarea științifică efectuată de către cadrele didactice implicate în activitatea masteratului este prezentată, selectiv, în [Anexa A.3.3.c. Lista de lucrări](#) și este evidențiată de asemenea în [Anexa 5 Tabel privind îndeplinirea indicatorilor program PPV](#).

Temele de cercetare științifică ale cadrelor didactice implicate în programul de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor sunt prezentate în [Anexa B.4.1.b. Plan cercetare științifică PPV](#). Cadrele didactice au participat la manifestările științifice organizate de FEAA și precizăm în acest sens Conferința Internațională TIMTED 2015, TIMTED 2017, 8th Regional Conference of the European Marketing Academy (EMAC Regional 2017).

3.1.6 Baza materială

Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor funcționează într-un sediu propriu (situat pe strada J.H. Pestalozzi, nr. 16) care asigură toate facilitățile necesare desfășurării activităților didactice și de cercetare (amfiteatre, săli de seminar, laboratoare, bibliotecă, ateliere etc.). Facultatea asigură cadrelor didactice și studenților baza materială necesară, cuprinzând un număr suficient de spații de învățământ. Atât cadrele didactice, cât și studenții au la dispoziție cărți, cursuri, îndumare care sunt disponibile în Biblioteca Centrală Universitară Eugen Tudoran, biblioteca FEAA și biblioteca departamentului, accesibile atât în format tipărit, cât și în format online ([Anexa A.2.1.a. Spații de învățământ și de cercetare](#), [Anexa A.2.2.a. Lista laboratoare și dotări](#), [Anexa A.2.7.c. Accesul studenților la spații wireless și la calculatoarele universității](#), [Anexa A.2.3.b1. Abonamente](#), [Anexa A.2.3.c. Fond carte](#), [Anexa A.2.1.b. Spații orar PPV](#)).

3.2 Criterii și standarde de performanță

A. CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ

A1. Structurile instituționale, administrative și manageriale

Universitatea de Vest din Timișoara include în structura sa facultăți, departamente, institute, biblioteci, laboratoare, centre de cercetare, cămine, cantine (a se vedea [Anexa I-A1.4 Organigrama de învățământ și cercetare a UVT](#) și [Anexa I-A1.7 Organigrama Tehnico-Administrativă a UVT](#)).

În ceea ce privește organizarea și funcționarea Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, aceasta este parte integrantă a UVT, fiind formată din departamente academice (6 departamente) și din departamente suport. De asemenea, în cadrul FEAA funcționează ECREB (European Centre of Research in Economics and Business). Departamentele academice ale FEAA sunt: Departamentul de Contabilitate și Audit; Departamentul de Economie și Modelare Economică; Departamentul de Finanțe; Departamentul de Sisteme Informaționale pentru Afaceri; Departamentul de Management; Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale.

Conducerea managerială este formată dintr-o echipă managerială alcătuită din decan și trei prodecani.

Standarde	Indicatori de performanță	Autoevaluare
a) Misiune și obiective adecvate și corelate cu misiunea instituției de învățământ superior. b) Cultura academică promovată în mod activ și consecvent, prin declarații, documente instituționale și coduri de comportament academic, valori, norme și practici, care ghidează întreaga comunitate instituțională. c) La proiectarea conținutului programelor de studii de masterat din domeniul evaluat sunt consultați reprezentanți ai studenților, absolvenților, angajatorilor și ai asociațiilor profesionale relevante. d) Sunt promovate și aplicate politici privind integritatea și libertatea academică și vigilența față de fraude academice. e) Implementarea unor bune practici internaționale privind definirea rezultatelor rașteptate în concordanță cu Cadrul European al Calificărilor și descrierile din portalul ESCO f) Pentru programele de studii universitare de masterat profesional/de cercetare la definirea misiunii, obiectivelor și rezultatelor așteptate sunt consultați cercetători/specialiști în domeniu din țară cu care instituția de învățământ superior are colaborări.	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 și propun direcții inovative pentru dezvoltarea unor oferte educaționale necesare pe o piață a muncii foarte dinamică. 2. Obiectivele declarate (competențe, sub formă de cunoștințe, abilități și aptitudini) 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. 3. Instituția coordonatoare a programelor de studii universitare de masterat din domeniul de masterat evaluat realizează consultări periodice, în funcție de dinamica cunoștințelor în domeniu, cu reprezentanți ai	Programul de masterat se adresează absolvenților cu studii superioare care doresc să se specializeze în domeniul unor funcții ale marketingului cu un rol foarte important în organizații: a) comunicarea integrată de marketing în mediul fizic (offline) și a instrumentelor sale-publicitate, promovarea vânzărilor, relații publice, marketing prin evenimente etc.; b) web marketing, publicitate și relații publice înb mediul online; c) managementul brandului, având în vedere complementaritatea acestei funcții cu aceea de comunicare integrată de marketing în mediul offline și online. Rolul acestui program de masterat este dat și de transformările pe care le suferă lumea afacerilor, economia, societatea, de faptul că asistăm la creșterea importanței marketingului în companii, pornind de la faptul că acesta are rolul de a crea, comunica și livra valoare clienților și altor stakeholderi. Existența unui asemenea program de masterat va crea și largi posibilitatea unor viitoare colaborări cu instituții specializate de pe plan național dar și la nivel european în vederea stabilirii unor direcții de cercetare și formare împreună cu specialiști din domeniu, de natură să ridice nivelul formativ al cursanților: Asociația Națională a Agențiilor de Publicitate, Asociația Română de Marketing Direct, The European Direct Selling Association, International Internet Marketing Association, The Interactive Advertising Bureau etc. Programul de masterat vine ca un răspuns al cerintelor pieței de pregătire a specialiștilor competenți în activități de comunicare de marketing, branding și comunicare, publicitate și relații publice pe Internet, web marketing. Concordanța misiunii și obiectivelor domeniului cu misiunea universității, respectiv a facultății, este prezentată în: Anexa A.1.1.a. Carta UVT (Misiunea universitatii) Anexa I-A1.6. Plan strategic 2016-2020 Program-managerial-Decan-FEAA-2016-2020 Concordanța misiunii și obiectivelor domeniului cu cerințele educaționale identificate pe piața muncii sunt adaptate ca urmare a consultării mediului academic și a mediului de afaceri: Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic Anexa A1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii Obiectivele declarate și rezultatele preconizate ale studenților, pentru toate programele de studii din cadrul domeniului evaluat, sunt exprimate explicit în cadrul <i>suplimentelor de diplomă</i> și sunt disponibile în mod public prin intermediul Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS). A se vedea în acest sens anexa Anexa A.1.4.a Programe validate si inscrite RNCIS, aceasta din urmă incluzând capturi de ecran din secțiunea RNCIS a website-ul http://site.anc.edu.ro/ din care se observă disponibilitatea publică a informațiilor menționate. Obiectivele declarate și rezultatele preconizate ale studenților, pentru toate programele de studii din cadrul domeniului, sunt diseminate și prin intermediul broșurii de promovare a programelor de studii ale facultății. Aceasta este distribuită în format tipărit potențialilor candidați și, respectiv, beneficiarilor interni/externi, fiind totodată disponibilă în format electronic pe website-ul facultății (http://feaa.uvt.ro) în secțiunea și, respectiv, "Admitere" (în formă integrală sau prin secțiuni aferente unor programe de studii specifice). Conținutul, forma și metodele de pregătire aferente activităților desfășurate în cadrul masteratului sunt adaptate ca urmare a consultării mediului academic, de afaceri și a absolvenților: Anexa A1.3.c. Aprecieria studenților asupra mediului de învățare Anexa A1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii Anexa C.1.4.Feedback absolventi si dovezi ale utilizării opiniilor absolventilor

	mediului academic, mediului socio-economic al pieței muncii.	Programul de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor se înscrie în tendința normală de modernizare a învățământului universitar în domeniul economiei și administrării afacerilor, astfel de masterate funcționând în România, dar și în alte țări cu tradiție în învățământul și practica marketingului. La nivelul UVT, a fost creat și activează Departamentul de Managementul Calității (DMC) acesta având printre obiective derularea de sondaje privind opinia studenților, a absolvenților și a angajatorilor cu privire la studiile universitare Anexa A.1.3.a Analiza rezultatelor mediului academic Anexa C.1.1.d. Regulament de organizare si functionare DMC
4.	Cerințele educaționale/profesionale formulate de mediul academic, angajatori și absolvenți au contribuit la definirea misiunii, obiectivelor și rezultatelor așteptate ale programelor de studii universitare de masterat din domeniul evaluat. Acestea sunt periodic revizuite prin consultare cu beneficiarii interni și externi, în cadrul unor întâlniri consemnate prin procese verbale, minute etc.	Conținutul forma și metodele de pregătire aferente activităților desfășurate în cadrul masteratului sunt adaptate ca urmare a consultării mediului academic, mediului de afaceri și absolvenților: Anexa A1.3.c. Aprecieria studenților asupra mediului de învățare Anexa A1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii Anexa C.1.4. Feedback absolventi si dovezi ale utilizării opiniilor absolventilor De asemenea, la nivelul UVT funcționează Biroul pentru relația cu mediul socio-economic care are, printre altele, rolul de a analiza cerințele educaționale ale mediului socio-economic. Anexa I-A4.2 Regulamentul de organizare si functionare a BRMSE
5.	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.	Fiecare program de studii din domeniul de studii universitare de masterat evaluat este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile CNC și RNCIS. A se vedea în acest sens Anexa A.1.4.a Programe validate si inscise RNCIS , aceasta incluzând capturi de ecran din secțiunea RNCIS a website-ului http://site.anc.edu.ro/ din care se observă disponibilitatea publică a informațiilor menționate. Anexa A 1.5. Corespondenta programe cu RNCIS Perspectivele de carieră sunt de asemenea descrise, pentru fiecare program de studii, în broșura de promovare a programelor de studii ale facultății. De asemenea, fiecare program de studii din domeniul de studii universitare de masterat evaluat este proiectat în concordanță cu Standardele specifice evaluării programelor de studii universitare de master elaborate de comisiile ARACIS "Științe economice" în luna aprilie a anului 2017.
6.	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)	Programul de master Publicitate și promovarea vânzărilor formează specialiști pentru mai multe calificări și ocupații existente în Clasificarea Ocupațiilor din România (COR), astfel: Specialiști în marketing și publicitate Cod 2431 Brand manager- cod-243207 Specialiști în relații publice-243201 Anexa A.1.4.a Programe validate si inscise RNCIS
7.	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, iar cele 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.	În cadrul planului de învățământ este inclusă disciplina obligatorie "Cercetare științifică", aceasta creând premisele pentru continuarea studiilor în ciclul al treilea de studii universitare . O posibilitate de continuare a studiilor o reprezintă studiile de doctorat organizate în cadrul FEAA sau al altor facultăți din UVT, sau în alte universități. Anexa B.1.12.a. Plan de invatamant PPV Anexa I-B1.4 Conducatori-de-doctorat-UVT, Anexa I-B1.5 Raport evaluare interna IOSUD-UVT
8.	Instituția de Învățământ Superior promovează și aplică politici clare și documentate privind	UVT promovează și aplică politici clare și documentate privind integritatea academică și împotriva plagiatului, fraudei și a discriminării de orice fel – a se vedea în acest sens anexa Anexa I-C1.3 Cod de Etica si Deontologie Universitara UVT . Componenta și activitatea Comisiei de

	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 și utilizează mecanisme de prevenție pentru a evita încălcarea normelor de etică și integritate de către membrii comunității universitare.	Etică a UVT sunt făcute publice https://www.uvt.ro/ro/uvvt/comisia-etica-uvvt/ (a se vedea și Anexa I-C1.5 Comisie de Etica UVT Hotărârea Senatului nr. 80 din 14.03.2019). Totodată, atât carta universității, cât și planurile strategice al universității, respectiv facultății, includ integritatea academică și nediscriminarea printre principiile și valorile fundamentale ale universității, respectiv facultății (a se vedea în acest sens anexele Anexa A.1.1.a. Carta UVT (Misiunea universitatii) Anexa I-A1.6 Plan strategic 2016-2020 Anexa Program-managerial-Decan-FEAA-2016-2020 De asemenea, în toate planurile de învățământ ale programelor de studiu din domeniu este inclusă disciplina obligatorie "Etică și integritate academică", aceasta având prevăzute activități didactice referitoare la etică și integritate academică Anexa A.1.8.a.Fisa disciplina Etica
--	--	--

A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare

Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor deține spații didactice și de cercetare proprii. Laboratoarele didactice ale facultății sunt echipate cu aparatură modernă achiziționată, în mare măsură, în ultimii 10 ani ([Anexa A.2.1.a. Spatii de invatamant si de cercetare](#); [Anexa A.2.2.a. Lista laboratoare si dotari](#)). Dotarea actuală a laboratoarelor facilitează desfășurarea activităților de predare-învățare de o manieră eficientă și modernă.

Fondurile proprii ale facultății, proiectele și contractele de cercetare naționale și internaționale au permis, prin sumele atrase, achiziția unor echipamente performante. Sălile au acces la internet, softuri (aplicații informatice specifice domeniului Marketing), aparatură de video-proiecție, iar unele săli sunt dotate cu echipamente de realizare a video-conferințelor. Biblioteca centrală universitară Eugen Todoran, biblioteca facultății, biblioteca departamentului MREI oferă un număr suficient de volume ale cărților, manualelor de specialitate, oferă posibilitatea accesului la jurnale de specialitate din baze de date internaționale ([Anexa A.2.3.c. Fond carte](#), [Anexa A.2.3.b. Baze de date internationale](#)).

A3. Resurse umane și capacitatea instituției de atragere a resursei umane externe instituției

Personalul didactic este anagajat conform criteriilor de recrutare stabilite la nivel instituțional, în conformitate cu prevederile legale. Ocuparea posturilor didactice și de cercetare vacante în UVT se face în conformitate cu prevederile legale, în baza unei metodologii și a unei proceduri proprii la nivelul universității ([Anexa A.3.1.a3. Metodologie de concurs si promovare cadre didactice 2018](#); [Anexa A.3.1.a1. Procedura UVT organizare concursuri](#)). Informațiile privind organizarea concursurilor, metodologia de concurs-promovare, actele normative care stau la baza organizării concursurilor, documentele necesare și criteriile pe baza cărora se ocupă posturile didactice (standardele minimale necesare și obligatorii pentru conferirea titlurilor didactice din

învățământul superior) sunt transparente, fiind prezentate pe site-ul UVT (<https://resurse umane.uvt.ro>).

Încadrarea personalului didactic asociat se face de asemenea prin respectarea unei proceduri și îndeplinirea unor criterii stabilite aprobate de Senatul UVT ([Anexa A.3.1.b. Procedura privind angajarea pe perioada determinată a personalului didactic și de cercetare asociat](#)). Responsabilii domeniului de masterat au fost avizați de Consiliul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor și numiți prin Decizia Senatului UVT ([Anexa I-C4.7b Decizie Senat responsabili domenii master](#); [Anexa A.3.2.a. Decizie de numire a responsabililor domeniilor de master](#)).

Personalul didactic care predă în cadrul programului de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor este calificat și are experiență în domeniul disciplinelor predate. În cadrul programului predă un profesor, conducător de doctorat în domeniul Marketing din anul 2009, și 6 cadre didactice care au obținut titlul de doctor în Marketing. În cadrul programului au fost cooptate două cadre didactice care au absolvit specializarea Design și au titlul de doctor în Arte vizuale și în Arte plastice și decorative care au experiență în domeniul disciplinelor predate (Estetica site-urilor web și Design publicitar).

Disciplinele de Limbi străine sunt predate de cadre didactice care au absolvit specializarea Filologie și au titlul de doctor în Filologie. Ponderea disciplinelor asistate integral de cadre didactice titulare în Universitatea de Vest din Timișoara este de 93,10% și respectă standardul minim de 50% impus prin reglementările legale în vigoare ([Anexa A.3.5. Acoperirea cu cadre didactice a activităților asistate integral](#)). Ponderea disciplinelor asistate integral, care au ca titulari cadre didactice cu titlul de profesor și conferențiar este de 62,06% (profesor - 3 discipline, conferențiar - 15 discipline) și respectă de asemenea ponderea de 50% precizată ca standard minim prin reglementările legale în vigoare ([Anexa A.3.6. Discipline din planul de învățământ asistate integral](#)).

Personalul didactic este angajat în conformitate cu legislația și reglementările în vigoare. Acest lucru se observă din CV-urile anexate și din Lista lucrărilor publicate, fotocopiile scanate ale diplomelor de doctor, a ordinului de obținere a titlului de conducător de doctorat și a celorlalte documente care atestă calificarea și pregătirea profesională ([Anexa A.3.3.b. CV cadre didactice](#); [Anexa A.3.3.c. Lista de lucrări; Documente personale](#)).

Cadrele didactice implicate în programul de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor au pregătirea inițială, sunt doctori și cercetează în domeniul în care se includ disciplinele din postul ocupat (vezi [Anexa 5 Tabel privind îndeplinirea indicatorilor program PPV](#)).

Din numărul total al disciplinelor asistate integral (29, în acest număr este inclusă atât disciplina Limba străină obligatorie, cât și disciplină Limbă străină- facultativ, fiecare cu trei opțiuni oferite studenților), 18 discipline au ca titulari profesori și conferențieri, rezultând o pondere de 62,06%. Ponderea disciplinelor asistate integral de cadre didactice titulare în Universitatea de Vest din Timișoara este de 93,10%. Posturile pe grade didactice se prezintă astfel: profesor 1, conferențiar 5, lector 4 și asistent 0.

Posturile se acoperă în cea mai mare parte cu cadre didactice din cadrul facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor (16). Echipa de cadre didactice implicate în programul de masterat este completată prin aportul valoros a două cadre didactice de la Facultatea de Arte și Design, care au competențe în domeniul disciplinelor din planul de învățământ (Design publicitar, Estetica site-urilor web), dovedite atât prin activitatea

academică, cât și prin expertiza practică, conform CV-ului. Toate cadrele didactice au titlul conducător de doctorat sau de doctor în domeniul disciplinelor predate.

B. EFICACITATE EDUCAȚIONALĂ

B1. Conținutul programelor de studii

Admiterea la programele de organizate de Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor se face conform regulamentului de admitere ([Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master](#); [Anexa B.1.1.a2 Metodologia FEAA privind admiterea la master](#); [Anexa I-B1.2 Metodologia UVT de admitere master UVT](#)). Locurile ([Anexa B.1.1.a2 Metodologia FEAA privind admiterea la master](#); [Anexa I-B1.2 Metodologia UVT de admitere master UVT](#)) pentru care se organizează concursul la învățământ de zi sunt bugetate sau cu taxe de studiu.

Programele de studiu sunt detaliat formulate, în funcție de rezultatele așteptate prin învățare și care corespund unei calificări universitare. Programele de studiu /specializare se bazează pe corespondența dintre rezultatele în învățare, respectiv cercetare. Fiecare program de studiu este prezentat sub forma unui pachet care include: prezentarea generală a specializării, apoi obiectivele generale și specifice ale programului, competențele profesionale și specifice care se vor dobândi de către masteranzi, planul de învățământ cu ponderea disciplinelor exprimată prin credite de studiu ECTS și cu disciplinele ordonate succesiv pe perioada celor patru semestre de școlarizare.

Syllabus-ul fiecărei discipline incluse în planul de învățământ conține rezultatele de învățare exprimate în forma competențelor cognitive, tehnice sau profesionale care sunt realizate de disciplină; modul de examinare și evaluare, ținând seama de rezultatele planificate, modul de organizare și conținutul examenului de finalizare a studiului.

Fiecare program de studiu este evaluat periodic atât în ceea ce privește disciplinele- adeseori rezultatul fiind introducerea unor discipline noi, fie ca raport între disciplinele opționale, obligatorii și facultative, sau transformarea unor discipline opționale în discipline obligatorii ca urmare a dezvoltării dinamicii unor domenii sau atenției acordate în mediul academic și în practica de specialitate anumitor subiecte și discipline ([Anexa B.1.14.a2 Procedura de sistem privind monitorizarea și revizuirea periodică a programelor de studii](#); [Anexa B.1.14.a1 Procedura de sistem privind inițierea \(autorizarea\), acreditarea și evaluarea periodică a program](#); [Anexa B.1.10. Regulamentul privind elaborarea planurilor de învățământ UVT](#); [Anexa B.1.14.b. Procedura de evaluare internă a programelor de studii de licență și masterat](#)). Adaptarea planurilor de învățământ este o parte componentă a strategiei de dezvoltare a facultății, cu atât mai mult cu cât practica marketingului și funcțiile sale sunt extrem de dinamice.

Programul de studiu Publicitate și Promovarea Vânzărilor se încadrează în domeniul Marketing, limba de predare fiind româna, învățământ cu frecvență. Cerințele pentru obținerea diplomei de master se referă la dobândirea de către absolvenți a 120 de credite și 10 credite se acordă pentru susținerea și promovarea examenului de disertație. În planul de învățământ sunt incluse 18 discipline obligatorii, 4 discipline opționale (din care studenții au posibilitatea să aleagă o disciplină în semestrul 2 și o

disciplină în semestrul 3 al programului). De asemenea, în planul de învățământ sunt incluse două discipline facultative, prin care se oferă studenților posibilitatea dobândirii unor competențe transversale. Numărul orelor pe săptămână este de 12 ore în primul semestru, de 15 ore în semestrul II, 15 ore în semestrul III și de 12 ore pe săptămână în semestrul IV (exclusiv practica). În structura planului de învățământ se regăsesc ore aplicative (seminar, proiecte, practică) și ore de curs, raportul dintre acestea fiind de 1,207.

În structura planului există discipline de sinteză (Branding, Metrice de marketing, Consumatorul și comunicarea integrată de marketing, Marketing intern și comunicare internă) și discipline de aprofundare (Design publicitar, Strategii creative în publicitate, Estetica site-urilor web, Publicitate și relații publice online, Semiotică și retorică publicitară, Designul și optimizarea site-urilor web). În structura planului de învățământ, ponderea disciplinelor obligatorii este de 93,33%, iar disciplinele opționale ocupă o pondere de 6,67%.

B2. Accesibilitatea resurselor educaționale

Facultatea asigură cadrelor didactice și studenților baza materială necesară, cuprinzând un număr suficient de spații de învățământ. Atât cadrele didactice, cât și studenții au la dispoziție cărți, cursuri, îndrumare care sunt disponibile în Biblioteca Centrală Universitară Eugen Tudoran, biblioteca FEAA și biblioteca departamentului, accesibile atât în format tipărit, cât și în format online ([Anexa A.2.3.c.Fond carte](#), [Anexa A.2.3.b. Baze de date internationale](#)). În anexa B.2.2 sunt prezentate materialele didactice pe care studenții le au la dispoziție pentru a se documenta și pentru a îndeplini exigențele fiecărei discipline din planul de învățământ ([Anexa B.2.2. Acoperirea cu material didactic a disciplinelor din planul de învățământ](#)).

În cadrul UVT există Centrul de Consiliere și Orientare în Cariera ([Anexa B.2.6.b1 ROF Centrul de Consiliere și Orientare în cariera](#)) care îi orientează pe studenții și absolvenții programelor de studiu spre cariera potrivită cu resursele lor. Fiecare an de studiu are un îndrumător de an care îi orientează pe studenți în vederea utilizării optime a resurselor educaționale ([Anexa B.2.6.a.Îndrumatori de an](#)).

B3. Rezultatele învățării

Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor are un regulament propriu privind examinarea și notarea studenților întocmit pe baza consultării cadrelor didactice și a studenților și care este comunicat studenților la prima oră de curs și pe pagina web a facultății (în cadrul fișelor disciplinelor). La examinare participă, pe lângă titularul cursului cel puțin un alt cadru didactic de specialitate. Metodele de examinare și evaluare sunt anunțate studenților din timp și în detaliu ([Anexa B.1.23.Procedura de examinare și notare a studenților](#)).

În cadrul facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor există un regulament propriu privind finalizarea studiilor (incluse în [Anexa B.1.1.b. Codul drepturilor și obligațiilor studentului și Regulamentul privind activitatea profesională a studenților de la ciclurile universitare de licență și master din UVT, ediția a III-a. HS 65 din 27.09.2018](#)).

Absolvenții masteratului Publicitate și Promovarea Vânzărilor, prin curricula universitară propusă, vor dobândi cunoștințe necesare privind funcții importante ale marketingului organizațiilor din diverse sectoare de activitate.

În cadrul UVT există de asemenea preocupări în vederea reducerii abandonului școlar ([Anexa B.1.28.b. Proiecte pentru reducerea abandonului școlar](#)). Rata de absolvire cu diplomă de master în perioada 2015-2018 este prezentată în anexa [B.1.29 Rata de absolvire cu diploma de master a ultimelor trei promoții](#), procentele fiind variabile de la un an la altul.

Insertia pe piața muncii este de asemenea o preocupare a Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, a colectivului angrenat în fiecare program de masterat. Universitatea de Vest monitorizează situația inserției absolvenților pe piața muncii, în acest scop funcționând “UVT și piața muncii”, un proiect al Universității de Vest din Timișoara, derulat prin Centrul de Politici Publice. Prin intermediul platformei se monitorizează angajarea absolvenților în funcție de diverse criterii: sectorul economic, dimensiunea angajatorului, intervalul veniturilor etc.

În ceea ce privește inserția pe piața forței de muncă a absolvenților (vezi [Anexa B.3.3.b. Insertia pe piața muncii master UVT 2014-2018](#)), apreciem că situația este bună, 73,6% dintre absolvenți fiind angajați în domeniul absolvit (s-a luat în considerare perioada 2014-2018). Procentele variază de la un an la altul foarte puțin și există tendința de creștere a acestora ca urmare a conștientizării rolului marketingului și a funcțiilor sale de către firme din tot mai multe sectoare de activitate, dar și de către instituții publice, ONG-uri etc.

În cadrul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor, a Departamentului de Marketing și Relații Economice Internaționale, a colectivului implicat în funcționarea programului de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor, există preocuparea creșterii ratei de inserție a absolvenților săi pe piața muncii.

În acest scop, se organizează, prin contribuția cadrelor didactice care predau la acest program de masterat, diverse activități (workshopuri, mese rotunde, întâlniri, prelegeri) la care sunt invitați specialiști din practica Marketingului, Comunicării integrate de marketing, Web design, Publicitate, Relații publice, Branding etc. De asemenea au fost încheiate mai multe acorduri pentru practica studenților, internship ([Anexa B.1.15. Convenții_Stagii de practică](#); [Anexa A 1.3.b Workshopuri, întâlniri oficiale mese rotunde](#)).

Masteranzii au posibilitatea de a-și dezvolta competențele, de a cunoaște culturi noi care să îi facă mai competitivi pe piața muncii din țară și din Uniunea Europeană prin participarea la programele de mobilitate facilitate de parteneriatele încheiate în cadrul FEAA ([Anexa B.1.1.c Regulamentul privind organizarea mobilităților Erasmus+ Outgoing la UVT](#)). O parte a temelor de cercetare pentru elaborarea disertațiilor se stabilește de comun acord cu partenerii din mediul de afaceri ([Anexa B.1.26.b. Tematica lucrărilor de disertație propuse de mediul economic](#)).

B4. Activitatea de cercetare științifică

Cercetarea efectuată de către cadrele didactice, implicate în activitatea masteratului, este prezentată selectiv în anexele: [Anexa A.3.3.c. Lista de lucrări](#); [Anexa 5 Tabel privind indeplinirea indicatorilor program PPV](#). Cadrele didactice implicate în

activitatea masteratului au publicat cărți specifice disciplinelor din planul de învățământ al programului, au publicat articole în jurnale de marketing sau din domeniul afacerilor, respectiv al disciplinelor incluse în planul de învățământ, indexate în baze de date internaționale.

La proiectele de cercetare ale colectivului de cadre didactice implicate în funcționarea masteratului participă specialiști din mediul de afaceri, doctoranzi, masteranzi, parteneri din universități din străinătate ([Anexa B.4.1.a. Strategia de cercetare FEAA 2016 2020](#), [Anexa B.4.1.b. Plan cercetare stiintifica PPV](#), [Anexa B.4.1.c. Plan strategic UVT 2016-2020](#)).

C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII

C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității

Preocuparea pentru calitatea serviciilor oferite în învățământul superior european, inițiată prin Recomandarea 98/561 a Consiliului Comunității Europene în 1998, a devenit o prioritate a mediului academic în ultimii 10 ani. Asumându-și răspunderile ce-i revin, Universitatea De Vest din Timișoara și-a elaborat o concepție privind asigurarea calității activităților proprii și a desfășurat acțiuni în consecință, printre care și adoptarea, în 2010, a unui Manual al Calității care cuprinde principiile, procedurile și reperele asigurării calității. ([Anexa I-C1.1 Manualul calitatii](#))

Unul din obiectivele privind asigurarea calității vizează dezvoltarea unei culturi a calității la nivelul facultății. Pentru realizarea acestui obiectiv au fost create și activate un ansamblu de structuri operaționale necesare pentru coordonarea și implementarea acțiunilor de asigurare a calității: Comisia de Evaluare și Asigurare a Calității și persoanele responsabile cu asigurarea calității pe departamente. Activitatea este coordonată la nivelul Universității de către Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității, din care fac parte membrii ai facultăților UVT. Din comisie fac parte: a) reprezentanți ai corpului profesoral propuși de facultăți și desemnați de Senatul UVT, cu participarea a cel puțin unui cadru didactic cu pregătire și experiență în domeniul științelor educației; b) reprezentanți ai studenților, desemnați de organizația studentască cu cel mai mare număr de membri de la nivelul UVT; c) reprezentanți ai angajatorilor – atât din sectorul public cât și din cel privat; d) reprezentanți ai sindicatului Universitas Timisiensis, al personalului didactic și nedidactic desemnați de acesta; e) reprezentanți ai absolvenților, membrii ai comunității Alumni a UVT ([Anexa C.1.1.c. Regulamentul CEAC](#)).

De asemenea, în cadrul UVT s-a constituit Departamentul pentru Managementul Calității ([Anexa C.1.1.d. Regulament de organizare si functionare DMC](#)). Misiunea D.M.C. este de a *sprijini managementul U.V.T. în realizarea politicii de asigurare a calității în educație, prin proiectarea, implementarea, monitorizarea și îmbunătățirea continuă a asigurării și evaluării calității*, în acord cu respectarea exigențelor externe specifice asigurării și evaluării calității. Obiectivul fundamental al DMC este îl constituie promovarea unei culturi a calității în UV., prin angrenarea întregii comunități academice (personal didactic, personal de suport și studenți).

În fiecare an, DMC prezintă un raport privind activitatea de evaluare și de asigurare a calității în cadrul UVT, care are în vedere activități de tipul celor de mai jos ([Anexa C.1.1.a1.Raport-DMC-2017](#)):

- asigurarea suportului pentru acreditarea și autorizarea programelor de studii;
- evaluarea online a cadrelor didactice de către studenți;
- analiza auditării programelor de studiu;
- verificare planuri de învățământ;
- verificare criterii posturi concurs.

Universitatea de Vest se bazează în monitorizarea și revizuirea periodică a programelor de studiu pe o Procedură de Sistem pentru monitorizarea și revizuirea periodică a programelor și activităților desfășurate ([Anexa I-C2.2 Procedura monitorizare si revizuire periodica](#)). Obiectivele procedurii operaționale de evaluare a programului de studii sunt acelea de a descrie modul de desfășurare a acreditării/evaluării periodice a domeniilor de studii universitare de master din structura Universității de Vest din Timișoara (UVT); de a prezenta documentele utilizate, conținutul și circuitul acestora; resursele necesare și modul de lucru.

Procedeele de examinare și evaluare ale studenților sunt cuprinse în fișa fiecărei discipline în mod detaliat (evaluare pe parcursul semestrului, activitate la seminar, examen final etc.) și sunt aduse la cunoștința studenților la începutul fiecărui semestru de către titularii disciplinelor. Acestea se regăsesc în fiecare Syllabus atașat prezentului material în ([Anexa B.17. Fisele disciplinelor](#)). Fiecare curs este astfel proiectat încât să îmbine predarea, învățarea și examinarea. Procedeele de examinare și evaluare a studenților sunt centrate pe rezultatele învățării și anunțate studenților din timp și în detaliu. La începutul semestrului, titularul de disciplină stabilește și comunică modul de verificare precum și alte exigențe privind promovarea (lucrări, proiecte realizate etc.) și ponderea acestora în nota finală (conform [Anexei I-C2.7 Regulamentul-privind-sistemul-de-credite-transferabile](#)).

Procedura de evaluare este stabilită la nivel de departament de către titularii de discipline pe următoarele criterii: activitatea pe parcursul semestrului (evaluări formative: proiecte, prezentări orale, studii de caz, dosare) și testul final. În cadrul planului de învățământ sunt incluse discipline la care examinarea studenților se face pe bază de examen în perioada sesiunii și discipline la care examinarea se realizează prin colocviu de verificare a cunoștințelor la sfârșitul semestrului. De asemenea, programul include discipline la care activitățile aplicative, proiectele (de genul proiectării unei campanii de publicitate, a proiectării unui site web, a unei campanii de relații publice) dețin ponderea mai mare, reflectată prin raportul dintre numărul orelor de seminar și numărul orelor de curs, și discipline în care prelegerea și comunicarea interactivă cadru didactic-student deține o pondere mai mare.

Modul și procedeele de examinare, dar și regulile privind finalizarea studiilor, sunt precizate în cuprinsul Codului drepturilor și obligațiilor studentului și regulamentul privind activitatea profesională a studenților de la ciclurile universitare de licență și master din Universitatea de Vest din Timișoara ([Anexa B.1.23.Procedura de examinare și notare a studenților](#)).

Evaluarea cadrelor didactice se realizează în următoarele modalități: autoevaluarea, evaluarea colegială, evaluarea făcută de către directorul de departament și evaluarea de către studenți prin sistemul de evaluare al universității ([Anexa I-C4.1](#)

Macheta autoevaluare; Anexa I-C4.2 Macheta evaluare colegiala; Anexa I-C4.3 Procedura de evaluare a cadrelor didactice de catre studenti; Anexa I-C4.4 Chestionar on-line de evaluare de catre studenti a activitatii personalului didactic; Anexa I-C4.5 Macheta evaluare de catre directorul de departament).

Sinteza rezultatelor privind evaluarea de către studenți a activităților didactice este prezentată în [Anexa C.1.6.a. Analiza rezultatelor evaluării cadrelor didactice](#), iar în [Anexa C1.6.c. Evaluare colegiala](#) sunt prezentate, selectiv, rezultatele evaluării colegiale, ale unor cadre didactice implicate în programul de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor. În cadrul Auditului programelor de masterat realizat la nivelul Universității de Vest din Timișoara, studenții sunt încurajați să ofere un feedback cu privire la programele în care sunt înmatriculați, care are în vedere următoarele teme: a) gradul de satisfacție generală față de programul la care sunt înscriși; b) motivele opțiunii pentru specializarea la care au fost admiși; c) îmbunătățirile sugerate; d) aprecierea utilității cunoștințelor și abilităților dobândite în timpul parcurgerii programului pentru viitoarea carieră profesională; e) aprecierea gradului în care ar repeta decizia de înmatriculare în cadrul programului urmat.

Facultatea are o politică foarte transparentă în ceea ce privește datele și informațiile despre programele de studiu, personal didactic și facilități. Cu șase luni înaintea admiterii se fac campanii publicitare și de informare a elevilor din licee, prin afișe și fluturași. Pe site-ul facultății sunt afișate toate specializările, tipul de diplomă obținut la finalizarea studiilor, criteriile și condițiile de admitere. Universitatea de Vest din Timișoara elaborează Ghidul Admiterii la UVT, unde din nou facultatea este prezentă cu informații despre specializări, număr de locuri și criterii de admitere.

De asemenea, Universitatea de Vest din Timișoara coordonează activitatea de publicitate prin intermediul mass-media, campaniile de relații publice de tipul „Zilele porților deschise”, campaniile de comunicare personală derulate prin vizitarea liceelor din județul Timiș și din județele învecinate din vestul, din sud-vestul și din centrul țării.

Site-ul facultății cuprinde informații în limbile română și engleză despre: Instituție; Regulamentul de funcționare a Facultății; Regulamentul de credite transferabile; Programele de studiu la nivel licență și master; Cadre didactice: CV și lista lucrărilor științifice; Relații internaționale; Studenți: regulamente, orar, structura anului universitar; Bursele Socrates/Erasmus; Informații curente despre manifestări științifice, profesori invitați, seminarii studențești internaționale. Competiții în curs (de exemplu pentru bursele Socrates/Erasmus sunt afișate în timp util, furnizându-se informații despre destinații, limba de studiu, condiții de selecție). În același timp informațiile cele mai importante sunt afișate la avizierele facultății: regulamente, orar, centralizatoare de note, medii de burse, oportunități de studiu în străinătate.

Comisia CEAC coordonează activitățile de evaluare și asigurare a calității, astfel: apobarea de Senat a principiilor de evaluare a calității educației, adaptarea de către Consiliul Profesoral a principiilor de evaluare a calității educației la nivelul Facultății de Economie și de Administrare a Afacerilor. Comisia elaborează raportul anual de evaluare internă și îl face public prin afișare sau publicare și formulează propuneri de creștere a calității educației. Periodic au loc evaluări ale îndeplinirii programului de asigurare a calității ([Anexa C.1.1.a. Raportul anual al Comisiei pentru Evaluarea și Asigurarea Calității \(CEAC\) Anexa C.1.1.a1.Raport-DMC-2017](#)).

Concluzii și analiza SWOT a programului de studii

Sintetizând aspectele prezentate anterior putem formula, pornind de la modelul SWOT, punctele tari și cele vulnerabile ale programului Publicitate și Promovarea Vânzărilor.

Puncte tari:

1. Oferta educațională:

- oferta educațională este adaptată dezvoltărilor și transformărilor actuale din lumea afacerilor;
- compatibilitatea ofertei cu alte oferte de profil de la universități de prestigiu din țări în care practica marketingului este avansată;
- oferta educațională ține seama de dezvoltarea tehnologiei informațiilor și comunicării, de migrarea audiențelor în mediul online;
- prezentarea corectă a ofertei educaționale prin intermediul a diverse canale de comunicare;
- corelarea ofertei educaționale cu cerințele pieței în contextul conștientizării de către organizații a rolului cunoștințelor și abilităților de marketing, comunicare de marketing, publicitate și relații publice, marketing și comunicare online și social media, branding offline și online pentru succesul activităților lor;

2. Relativa omogenitate a pregătirii inițiale a studenților, majoritatea masteranzilor având cunoștințe de marketing, comunicare de marketing, comunicare online și social media, branding deoarece provin de la specializări care au incluse astfel de discipline în planurile de învățământ de la ciclul de licență;

3. Expertiza teoretică și practică a cadrelor didactice în domeniul disciplinelor predate, expertiză prezentată în lista de lucrări și CV-urile depuse pentru evaluarea programului;

4. Completarea disciplinelor cu caracter profesional cu diverse discipline în care studenții dobândesc cunoștințe despre cercetarea științifică, scrierea academică, se pregătesc să lucreze în echipe multiculturale prin includerea în planul de învățământ a disciplinelor de Limbi străine cu un volum consistent de activități didactice de curs, dar, în primul rând de activități aplicative de seminar.

5. Realizarea de activități în parteneriat cu specialiști din practica marketingului;

6. Posibilitatea studenților de a opta pentru mobilități în cadrul unor universități partenere în vederea cunoașterii altor medii de învățare;

7. Dotarea corespunzătoare cu material bibliografic.

Puncte slabe

1. Dotarea necorespunzătoare cu laboratoare și echipamente specifice practicii și cercetării din domeniul disciplinelor incluse în planul de învățământ (softuri de analiză a datelor obținute prin cercetarea de marketing calitativă - Nvivo; Tosmana, echipamente de tipul Eye – Tracking pentru pretestarea campaniilor publicitare, designul site-urilor web etc.);

2. Utilizarea insuficientă a platformelor de comunicare interactivă de către cadrele didactice cu studenții;

3. Insuficienta implicare a studenților în proiecte și contracte de cercetare cu mediul de afaceri;
4. Neimplicarea programului, a cadrelor didactice angrenate în program, în parteneriate cu asociații profesionale de profil.

Oportunități

1. Creșterea rolului marketingului în organizațiile din România;
2. Schimbări în societatea românească privind percepția și atitudinea față de marketing, comunicare, branding;
3. Oportunitatea oferită absolvenților prin libera circulație în UE de a se angaja atât în organizații din România, cât și în organizații din țările Uniunii Europene;
4. Oportunitatea de a coopera cu alte colective de specialitate din universități europene pentru a adăuga valoare programului.

Amenințări

1. Tendința absolvenților de licență de a aplica la programe similare din universități din Europa;
2. Legislația autohtonă neadaptată la legislația europeană cu privire la internship și la activitatea de practică în organizații;
3. Legislația, dar și practicile din mediul de afaceri autohton, care nu diferențiază în mod clar statutul absolventului în funcție de ciclul absolvit: licență, masterat, doctorat;
4. Perisabilitatea ridicată a informațiilor din domeniu;
5. Costurile mari pentru achiziționarea unor echipamente utile disciplinelor din cadrul programului;
6. Înclinația redusă a mediului de afaceri de a coopera cu mediul universitar în realizarea unor cercetări comune ca urmare a prezenței pe piață a unor companii multinaționale care oferă consultanță în domeniu și care au o dotare superioară;
7. Caracterul marketingului de domeniu de graniță în cadrul domeniului mai larg al științelor economice a condus la intensificarea competiției pe piața programelor de masterat în domeniul marketingului, comunicării de marketing, brandingului (universitățile tehnice, de științe agricole, facultățile de științe politice, de jurnalism propun oferte asemănătoare).

ANEXE:

PARTEA I:

Anexa I-A1.1 Carta UVT
Anexa I-A1.2 a Hotarare infiintare UVT
Anexa I-A1.2 b MO infiintare UVT
Anexa I-A1.3 Confirmare schimbare denumire UVT 1994
Anexa I-A1.4 Organigrama de învățământ și cercetare a UVT
Anexa I-A1.5 Regulament de functionare a Senatului UVT
Anexa I-A1.6 Plan strategic 2016-2020
Anexa I-A1.7 Organigrama Tehnico-Administrativa a UVT
Anexa I-A1.8 Membrii Senatului UVT
Anexa I-A1.9 Comisii Senat UVT
Anexa I-A1.10 Regulament de organizare si functionare a CA UVT
Anexa I-A2.1 Camine UVT
Anexa I-A2.3 Obiective majore de investiții ale UVT
Anexa I-A3.1 Personal didactic, de cercetare si nedidactic UVT
Anexa I-A3.2 Proces educational_Programe de studiu - Studenti UVT
Anexa I3.3.d. Patrimoniu imobiliar
Anexa I-A4.1 HG 185 - 2018 Domenii si programe de master acreditate
Anexa I-A4.2 Regulamentul de organizare si functionare a BRMSE

Anexa I-B1.1 Metodologia UVT de admitere licență UVT
Anexa I-B1.2 Metodologia UVT de admitere master UVT
Anexa I-B1.3 Metodologia privind organizarea și desfășurarea admiterii în programe postdoctorale în cadrul IOSUD-UVT
Anexa I-B1.4 Conducatori-de-doctorat-UVT-14.03.2019
Anexa I-B1.5 Raport evaluare interna IOSUD-UVT-2018
Anexa I-B1.6 Macheta-fisa-disciplinei
Anexa I-B1.7a Regulamentul privind elaborarea planurilor de învățământ pentru programele de studii din UVT
Anexa I-B1.7b Macheta-plan-de-invatamant
Anexa I-B1.8a ROF-Departamentul de cercetare stiintifica
Anexa I-B1.8b Regulamentul-Cercetarii-Stiintifice-si-Creatiei-Universitare
Anexa I-B1.8c Metodologie-evaluare-centre-cercetare
Anexa I-B2.1 Regulament acordare burse UVT
Anexa I-B2.2 Taxe studiu UVT 2018-2019
Anexa I-B4.1 Buget de venituri si cheltuieli UVT

Anexa I-C1.1 Manualul calitatii
Anexa I-C1.2 Regulament de organizare si functionare -DMC UVT
Anexa I-C1.3 Cod de Etica si Deontologie Universitara UVT
Anexa I-C1.4 Regulament de organizare si functionare CE

Anexa I-C1.5 Comisie de Etica UVT Hotararea Senatului nr. 80 din 14.03.2019
Anexa I-C1.6 Regulamentul de ordine interioara UVT
Anexa I-C1.7 Regulament de organizare si functionare al UVT
Anexa I-C2.1 PS 01 Initierea, acreditarea si evaluarea periodica a programelor de studii
Anexa I-C2.2 Procedura monitorizare si revizuire periodica
Anexa I-C2.3 Procedura de practica a studentilor
Anexa I-C2.4 Regulament de Organizare si Functionare –CCOC
Anexa I-C2.5a Raport-CCOC-2018
Anexa I-C2.5b Raport CCOC-2017
Anexa I-C2.6 Codul-drepturilor-și-obligațiilor-studentului-2018-2019
Anexa I-C2.7 Regulamentul-privind-sistemul-de-credite-transferabile
Anexa I-C4.1 Macheta autoevaluare
Anexa I-C4.2 Macheta evaluare colegiala
Anexa I-C4.3 Procedura de evaluare a cadrelor didactice de catre studenti
Anexa I-C4.4 Chestionar on-line de evaluare de catre studenti a activitatii personalului didactic
Anexa I-C4.5 Macheta evaluare de catre directorul de departament
Anexa I-C4.6 Macheta evaluare de catre decan
Anexa I-C4.7a Tutori-FEAA-2018-2019
Anexa I-C4.7b Decizie Senat responsabili domenii master
Anexa I-C4.8 Ghid general tutorat
Anexa I-C8.1 Carta auditorului intern
Anexa I-C8.2 Manual proceduri audit intern
Anexa I-C8.3 Regulamentul de organizare si functionare Biroul de Audit Public Intern
Anexa I-C8.4 Regulament de organizare si functionare a Corpului de Control Intern

PARTEA a II-a:

Anexa I.01. Suplimente de diploma
Anexa I.02. Programe master Domeniul Marketing înregistrate RNCIS
Anexa I.03. Evolutie numar studenti master FEAA 2014-2018
Anexa I.04. HG Capacitate de scolarizare master FEAA 2018
Anexa I.05. Planuri de învățământ. An universitar 2019-2020
Anexa I.06. Fisele disciplinelor
Anexa I.07. Raport Biblioteca Centrala Universitara Eugen Todoran 2019
Anexa I.08. Resurse Biblioteca Centrala Universitara Eugen Todoran (BCUT) 2019
Anexa I.09. Resurse Biblioteca FEAA 2019
Anexa I.10. Lista bazelor de date electronice internaționale FEAA
Anexa I.11. Lista lucrărilor bibliografice
Anexa I.12. Situația fondului de publicații din cadrul Bibliotecii Colectivului de Marketing
Anexa I.13. Planul strategic de dezvoltare instituțională al UVT 2016-2020
Anexa I.14. Plan strategic FEAA 2016-2020
Anexa I.15. Regulamentul Cercetării Științifice și Creației Universitare al UVT
Anexa I.16. Metodologie privind acordarea gradațiilor de merit în UVT
Anexa I.17. Metodologie-cadru privind stabilirea de salarii diferențiate pentru personalul din Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor

- Anexa I.18. Planul de cercetare al Departamentului de Marketing si Relatii Economice Internationale
- Anexa I.19. Liste lucrări științifice publicate
- Anexa I.20. Programul conferinței regionale EMAC (Bridging the Marketing - Theory practice Gap and the Competitiveness of New Europe)
- Anexa I.21. Situația asigurării spațiilor FEAA 2019
- Anexa I.22. Lista laboratoarelor didactice și a sălilor cu dotări FEAA 2019
- Anexa I.23. Lista unităților de cercetare acreditate UVT 2018
- Anexa I.24. Infrastructura strategică de cercetare UVT 2018
- Anexa I.25. Orarul an universitar 2018_2019_semestrul I și II
- Anexa I.26. Tabel privind indeplinirea indicatorului privind pregătirea in domeniul in care se includ disciplinele din postul ocupat
- Anexa I.27. Situația gradului de ocupare a personalului didactic, an universitar 2018-2019
- Anexa I.28. Ghidul Studentului UVT
- Anexa I.29. Ghidul Bobocului FEAA 2018-2019
- Anexa I.30. Codul drepturilor și obligațiilor studentului 2018-2019
- Anexa I.31. Orar mentorat 2018-2019 S1
- Anexa I.32. Orar mentorat 2018-2019 S2
- Anexa I.33. Regulament burse si alte forme de sprijin material UVT
- Anexa I.34. Regulament de Organizare si Functionare al Centrului de Consiliere si Orientare in cariera UVT
- Anexa I.35. Regulament de Organizare si Functionare al Departamentului de Relatii Institutionale al UVT
- Anexa I.36. Stat de funcții previzionat program de masterat Marketing Strategic si Marketing Digital (MSMD)
- Anexa I.37. Stat de funcții previzionat program de masterat Marketing si Managementul Vanzarilor (MMV)
- Anexa I.38. Stat de funcții previzionat program de masterat Publicitate și Promovarea Vânzărilor (PPV)
- Anexa I.39. Situația gradului de ocupare a personalului didactic, masteratele domeniului Marketing – state de funcții previzionate
- Anexa I.40. Raportul Rectorului cu privire la starea Universității de Vest din Timișoara 2018
- Anexa I.41. Raportul anual al subcomisiei pentru evaluarea si asigurarea calitatii FEAA
- Anexa I.42. Regulament de organizare si functionare al Departamentului pentru Managementul Calitatii UVT
- Anexa I.43. Regulament de Organizare si Functionare a Comisiei pentru Evaluarea și Asigurarea Calității UVT
- Anexa I.44. Manualul calitatii. Partea I (Principii generale)
- Anexa I.45. Manualul calitatii. Partea a II-a (Auditul-linia academica)
- Anexa I.46. Aprecierea studentilor asupra mediului de invatare. Extras din Auditul programelor de masterat realizat la nivelul UVT, editia 2018
- Anexa I.47. Rezultate evaluare colegiala colectiv Marketing 2017-2018
- Anexa I.48. Studiu privind angajabilitatea absolvenților UVT
- Anexa I.49. Inserția pe piața muncii Masterate din domeniul Marketing 2015-2018

- Anexa I.50. Analiza abandonului școlar UVT
Anexa I.51. Procedura de sistem privind evaluarea de către studenți a activității personalului didactic și a celui de support
Anexa I.52. Chestionar de evaluare a personalului didactic care predă la masteratele din Domeniul Marketing
Anexa I.53. Procedură de sistem privind inițierea (autorizarea), acreditarea și evaluarea periodică a programelor de studii din UVT
Anexa I.54. Alte structuri FEAA
Anexa I.55. Regulamentul privind activitatea profesională a studenților de la ciclurile universitare de licență și masterat din UVT
Anexa I.56. Regulament de desfășurare a sesiunilor de evaluare a cunoștințelor studenților în FEAA
Anexa I.57. Regulament finalizare studii de master 2017-2018
Anexa I.58. Metodologia de organizare a examenelor de finalizare a studiilor universitare de masterat în cadrul FEAA
Anexa I.59. Programe de masterat UVT înregistrate RNCIS
Anexa I.60. Programe master FEAA înregistrate RNCIS
Anexa I.61. Procedura operațională privind circuitul informațiilor de interes public în cadrul UVT în vederea elaborării de comunicate de presă
Anexa I.62. Metodologie privind organizarea concursurilor de ocupare a posturilor didactice și de cercetare vacante în UVT
Anexa I.63. Metodologia concursului de admitere în ciclul universitar de masterat în cadrul FEAA
Anexa I.64. Procedură elaborare orar
Anexa I.65. Procedură operațională privind desfășurarea practicii de specialitate a studenților în UVT

A – CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ

- Anexa A1.1.a. Carta Universității de Vest din Timișoara
Anexa A1.1.b. Misiunea programelor de studii din domeniul de masterat
Anexa A1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii
Anexa A.1.2.a. Obiectivele programelor de studii de masterat
Anexa A.1.2.b. Compatibilitatea dintre competențe și rezultatele învățării
Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic asupra conținutului programelor de studii de masterat (procese verbale ale ședințelor de departamente, consilii ale facultăților, consilii de administrație etc.)
Anexa A1.3.b. Workshopuri, întâlniri oficiale, mese rotunde
Anexa A1.3.c. Aprecierea studenților asupra mediului de învățare
Anexa A 1.4.a. Programe validate și înscrise în RNCIS
Anexa A1.4.b. Gradul de îndeplinire a Standardelor specifice privind evaluarea externă a calității academice a programelor de studii din domeniile de masterat.
Anexa A 1.5. Corespondența dintre programele de studii și ocupații conform RNCIS
Anexa A.1.6. Premise pentru continuarea studiilor
Anexa A 1.8 a. Fișe ale Disciplinelor din domeniul eticii și integrității academice

Anexa A 1.8 b. Software pentru verificarea similitudinilor lucrărilor de disertație
Anexa A.1.8.c. Codul de etică și deontologie universitară
Anexa A.2.1.a. Spații de învățământ și de cercetare
Anexa A.2.1.b. Orar Marketing
Anexa A 2.2.a. Dotare laboratoare didactice și de cercetare
Anexa A.2.3.a. Bibliotecă/ spații de lectură/ informare/ documentare și fond de carte
Anexa A.2.3.b. Baze de date internaționale/ nationale
Anexa A.2.3.b1. Abonamente la reviste și publicații
Anexa A.2.3.c. Colecții de specialitate
Anexa A.2.4. Lista carti Biblioteca Departament MREI
Anexa A.2.5. Centre de cercetare
Anexa A.2.6. Teme de cercetare corelate cu dotarea laboratoarelor de cercetare
Anexa A.2.7.a. Serviciul sisteme de comunicatii digitale
Anexa A.2.7.b. Regulament de utilizare a rețelei informatice
Anexa A.2.7.c Accesul studentilor la spatii wireless si la calculatoarele universitatii
Anexa A.2.7.d Platforma e-learning Moodle
Anexa A.2.8. Resurse de studiu în limba de predare a programului de masterat
Anexa A.3.1.a. Procedura de organizare și desfășurare a concursurilor pentru ocuparea posturilor didactice
Anexa A.3.1.b. Procedura privind angajarea pe perioadă determinată a personalului didactic și de cercetare asociat
Anexa A.3.2.a. Decizie de numire a responsabililor domeniilor de master.
Anexa A.3.2.b. Compatibilizarea programelor de studiu din domeniu
Anexa A.3.3.a. Lista personalului didactic
Anexa A.3.3.b. CV cadre didactice
Anexa A.3.3.c. Lista de lucrari cadre didactice
Anexa A.3.4. Listă profesori și conferențieri titulari. CV-uri și liste de lucrări
Anexa A.3.5. Acoperirea cu cadre didactice a activităților asistate integral
Anexa A.3.6. Discipline din planul de învățământ asistate integral
Anexa A.3.7. Stat previzionat domeniu Marketing
Anexa A.3.8.a Situatia gradului de ocupare curent
Anexa A.3.8.b Situatia gradului de ocupare estimat

B – EFICACITATE EDUCAȚIONALĂ

Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master
Anexa B.1.1.a2 Metodologia FEAA privind admiterea la master
Anexa B.1.1.b. Procedura privind organizarea activității didactice pentru studiile universitare de masterat
Anexa B.1.1.c. Organizarea mobilităților de studii pentru studenții care pleacă (outgoing) în cadrul programului Învățare pe Tot Parcursul Vieții, secțiunea Erasmus
Anexa B.1.2. Procedura de organizare și desfășurare a admiterii în ciclul de studii universitare de masterat
Anexa B.1.6. Promovabilitatea studenților după primul an de studii
Anexa B.1.7. Comparatie studenți admiși+transferați - limita capacitații de școlarizare
Anexa B.1.8. Contract de studii

Anexa B.1.10. Procedura de elaborare a planurilor de învățământ
Anexa B.1.12.a. Planuri de învățământ
Anexa B.1.12.b. Procedura de finalizare a studiilor universitare de masterat
Anexa B.1.13. a. Procedura de elaborare plan de învățământ
Anexa B.1.14.a1 Procedura privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea periodică a programelor de studii
Anexa B.1.14.a2 Procedura de sistem privind monitorizarea și revizuirea periodică a programelor de studii
Anexa B.1.14.b. Procedura de evaluare internă a programelor de studii de licență și masterat
Anexa B.1.14.c. Procedura de evaluare a cadrelor didactice de către studenți
Anexa B.1.15. Convenții _ Stagii de practică
Anexa B.1.17. Fișele disciplinelor
Anexa B.1.18. Conținutul activităților de cercetare
Anexa B.1.19. Suplimentul la diplomă
Anexa B.1.21. Conținutul studiului individual și rezultatele așteptate
Anexa B.1.22. Raportul anual al subcomisiei pentru evaluarea și asigurarea calității
Anexa B.1.23. Procedura de examinare și notare a studenților
Anexa B.1.24. Procedura de finalizare a studiilor
Anexa B.1.25. Fișa disciplinei Practică
Anexa B.1.26. Tematica lucrărilor de finalizare a studiilor
Anexa B.1.27. Tematica lucrărilor de disertație propuse de mediul economic
Anexa B.1.28.a. Centrul de învățare
Anexa B.1.28.b. Proiecte pentru reducerea abandonului școlar
Anexa B.1.29. Rata de absolvire cu diplomă de master a ultimilor trei promoții
Anexa B.2.2. Acoperirea cu material didactic a disciplinelor din planul de învățământ
Anexa B.2.6.a. Indrumatori de an domeniu
Anexa B.2.6.b. Orar indrumatori de an domeniu
Anexa B.2.7. Raportul anual al Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră
Anexa B.2.8. Resurse de învățare în format electronic
Anexa B.3.1. Dovezi ale diseminării cunoașterii științifice
Anexa B.3.2. Lista lucrărilor de disertație
Anexa B.3.3. Angajarea absolvenților în momentul înmatriculării și la un an de la absolvire
Anexa B.5.1. Resurse financiare
Anexa B.5.2. Buget cercetare
Anexa B.5.3. Audit intern

C – MANAGEMENTUL CALITĂȚII

Anexa C.1.1.a. Raportul anual al Comisiei pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (CEAC)
Anexa C.1.1.c. Regulamentul CEAC
Anexa C.1.1.d. Regulamentul DEAC
Anexa C.1.1.e. Raportul Rectorului UVT 2018
Anexa C.1.1.f. Raportul Decan FEAA 2018

Anexa C.1.4. Feedback absolventi si dovezi ale utilizării opiniilor absolventilor
Anexa C.1.5. Feedback angajatori si dovezi ale utilizarii opiniilor angajatorilor
Anexa C.1.6.a. Analiza rezultatelor evaluării cadrelor didactice
Anexa C.1.6.b. Analiza rezultatelor aprecierii mediului de învățare de către studenți

PARTEA a III-a:

A – CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ

Anexa Acreditare program PPV
Anexa I-A4.1 HG 185 - 2018 Domenii si programe de master acreditate
Anexa 5 Tabel privind indeplinirea indicatorilor program PPV
Anexa Program-managerial-Decan-FEAA-2016-2020

Anexa A.1.1.a. Carta UVT (Misiunea universitatii)
Anexa A1.1.b. Misiunea programului PPV
Anexa A1.1.c. Analiza cerințelor educaționale identificate pe piața muncii
Anexa A.1.2.a. Obiectivele programului PPV
Anexa A1.3.a. Rezultatele analizei mediului academic
Anexa A1.3.b. Workshopuri, întâlniri oficiale, mese rotunde
Anexa A1.3.c. Aprecierea studenților asupra mediului de învățare
Anexa A 1.4.a. Programe validate și înscrise în RNCIS
Anexa A1.4.b. Gradul de îndeplinire a Standardelor specifice.
Anexa A 1.5. Corespondența programe cu RNCIS
Anexa A.1.6. Premise pentru continuarea studiilor
Anexa A 1.8 a. Fișa disciplinei Etica
Anexa A 1.8 b. Software pentru verificarea similitudinilor lucrărilor de disertație
Anexa A.1.8.c. Codul de etică și deontologie universitară
Anexa A.2.1.a. Spații de învățământ și de cercetare
Anexa A.2.1.b. Spații orar PPV
Anexa A 2.2.a. Dotare laboratoare didactice și de cercetare
Anexa A.2.3.a. Bibliotecă/ spații de lectură/ informare/ documentare și fond de carte
Anexa A.2.3.b. Baze de date internaționale/ nationale
Anexa A.2.3.b1. Abonamente la reviste și publicații
Anexa A.2.3.c. Fond de carte
Anexa A.2.4. Lista carti Biblioteca Departament MREI
Anexa A.2.5. Statut centrul de cercetare ECREB
Anexa A.2.7.a. Serviciul sisteme de comunicatii digitale
Anexa A.2.7.b. Regulament de utilizare a rețelei informatice
Anexa A.2.7.c. Accesul studentilor la spatii wireless si la calculatoarele universitatii
Anexa A.2.7.d. Platforma e-learning Moodle
Anexa A.2.8. Resurse de studiu în limba de predare a programului de masterat
Anexa A 3.0.a. Stat previzionat
Anexa A 3.0.b. Stat actual

Anexa A.3.1.a1. Procedura UVT organizare concursuri
 Anexa A.3.1.a3. Metodologie de concurs si promovare cadre didactice 2018
 Anexa A.3.1.b. Procedura privind angajarea pe perioadă determinată a personalului didactic și de cercetare asociat
 Anexa A.3.2.a. Decizie de numire a responsabililor domeniilor de master.
 Anexa A.3.3.a. Lista personalului didactic
 Anexa A.3.3.b. CV cadre didactice
 Anexa A.3.3.c. Lista de lucrari cadre didactice
 Anexa A.3.4. Listă profesori și conferențieri titulari. CV-uri și liste de lucrări
 Anexa A.3.5. Acoperirea cu cadre didactice a activităților asistate integral
 Anexa A.3.6. Discipline din planul de învățământ asistate integral
 Anexa A.3.7.a Situatia gradului de ocupare curent
 Anexa A.3.7.b Situatia gradului de ocupare estimat

B – EFICACITATE EDUCAȚIONALĂ

Anexa B.1.1.a1 Regulamentul privind organizarea și desfășurarea admiterii la master
 Anexa B.1.1.a2 Metodologia FEAA privind admiterea la master
 Anexa B.1.1.b. Codul drepturilor și obligațiilor studentului si Regulamentul privind activitatea profesionala a studentilor de la ciclurile universitare de licenta si master din UVT, ediția a III-a. HS 65 din 27.09.2018
 Anexa B.1.1.c. Organizarea mobilităților de studii pentru studenții care pleacă (outgoing) în cadrul programului Învățare pe Tot Parcursul Vieții, secțiunea Erasmus
 Anexa B.1.2. Procedura de organizare și desfășurare a admiterii în ciclul de studii universitare de masterat
 Anexa B.1.6. Promovabilitatea studenților după primul an de studii
 Anexa B.1.7. Comparatie studenți admiși+transferați - limita capacității de școlarizare
 Anexa B.1.8.Contract de studii pentru ciclul master
 Anexa B.1.10. Procedura de elaborare a planurilor de învățământ
 Anexa B.1.12.a. Planul de învățământ PPV
 Anexa B.1.12.b. Procedura de finalizare a studiilor universitare de masterat
 Anexa B.1.13. a. Procedura de elaborare plan de învățământ
 Anexa B1.14.a1 Procedura privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea periodică a programelor de studii
 Anexa B.1.14.a2 Procedura de sistem privind monitorizarea si revizuirea periodica a programelor de studii
 Anexa B1.14.b. Procedura de evaluare internă a programelor de studii de licenta si masterat
 Anexa B1.14.c. Procedura de evaluare a cadrelor didactice de către studenți
 Anexa B.1.15. Convenții_Stagii de practică
 Anexa B.1.17.Fișele disciplinelor
 Anexa B.1.18. Conținutul activităților de cercetare
 Anexa B.1.19. Suplimentul la diplomă
 Anexa B.1.21. Conținutul studiului individual și rezultatele așteptate
 Anexa B.1.22. Raportul anual al subcomisiei pentru evaluarea si asigurarea calității
 Anexa B.1.23.Procedura de examinare și notare a studenților

Anexa B.1.24. Procedura de finalizare a studiilor
Anexa B.1.25. Fișa disciplinei Practica
Anexa B.1.26.a. Tematica lucrărilor de finalizare a studiilor
Anexa B.1.26.b. Tematica lucrărilor de disertație propuse de mediul economic
Anexa B.1.28.a. ROF Centrul de Asistență și Integrare Psihopedagogică.
Anexa B.1.28.b. Proiecte pentru reducerea abandonului școlar
Anexa B.1.29. Rata de absolvire cu diplomă de master a ultimilor trei promoții
Anexa B.2.2. Acoperirea cu material didactic a disciplinelor din planul de învățământ
Anexa B.2.6.a. Indrumatori de an
Anexa B.2.6.b1 ROF Centrul de Consiliere și Orientare în cariera
Anexa B.2.7. Raportul anual al Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră
Anexa B.3.1 Dovezi ale diseminării cunoașterii științifice
Anexă B.3.2. Lista lucrărilor de disertație
Anexa B.3.3.b Inserția pe piața muncii master UVT 2014-2018
Anexa B.4.1.a. Strategia de cercetare FEAA 2016-2020
Anexa B.4.1.b. Plan cercetare științifică PPV
Anexa B.4.1.c. Plan strategic UVT 2016-2020

C – MANAGEMENTUL CALITĂȚII

Anexa C.1.1.a. Raportul anual al Comisiei pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (CEAC)
Anexa C.1.1.a1. Raport-DMC-2017
Anexa C.1.1.b1. Organigrama UVT- Învățământ și Cercetare
Anexa C.1.1.b2. Organigrama UVT- Tehnico-Administrativă
Anexa C.1.1.c. Regulamentul CEAC
Anexa C.1.1.d. Regulament de organizare și funcționare DMC
Anexa C.1.4. Feedback absolvenți și dovezi ale utilizării opiniilor absolvenților
Anexa C.1.5. Feedback angajatori și dovezi ale utilizării opiniilor angajatorilor
Anexa C.1.6.a. Analiza rezultatelor evaluării cadrelor didactice
Anexa C.1.6.b. Analiza rezultatelor aprecierii mediului de învățare de către studenți
Anexa C.1.6.c. Evaluare colegială.

Acest Raport conține 88 de pagini.