

Analiza (auditul) programului de studii universitare de licență *Marketing*

Cuprins

1. Contextul programului de studii universitare.....	2
2. Date statistice privind procesul de admitere.....	3
2.1. Evoluția numărului de studenți înmatriculați în anul I	3
2.2. Numărul de candidați la procesul de admitere	3
2.3. Medii la examenul de bacalaureat și medii de admitere	4
2.4. Domenii de studii liceale absolvite.....	5
2.5. Ultimele studii absolvite.....	5
2.6. Anul promovării examenului de bacalaureat	6
3. Date statistice privind parcursul studenților	6
3.1. Promovabilitate	6
3.2. Evoluția procentului de studenți înmatriculați pe locuri cu taxă	8

Listă tabele

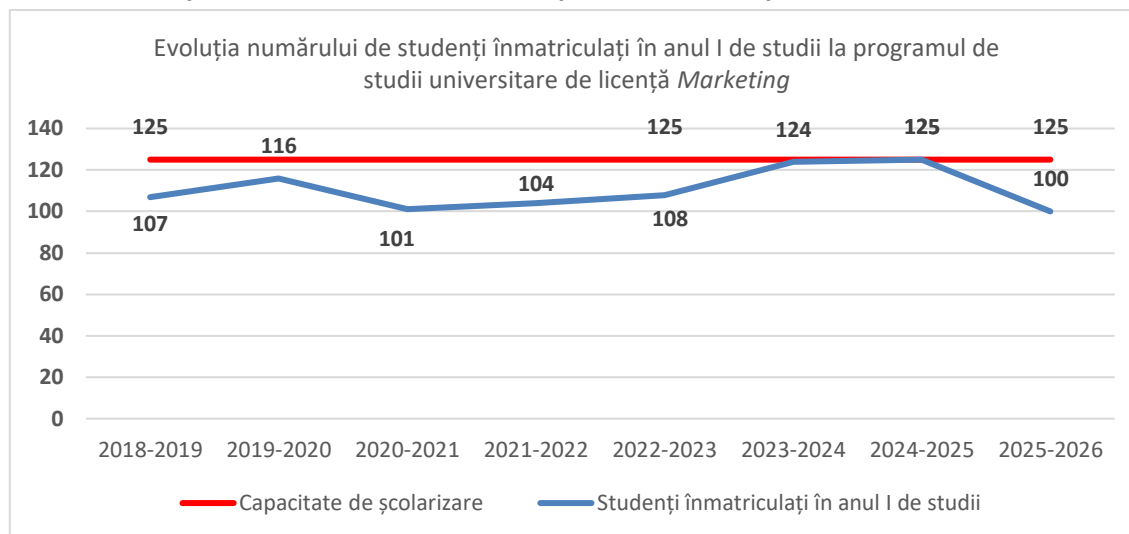
Tabel 1. Numărul de candidați la procesul de admitere, raportat la numărul de locuri finanțate de la bugetul de stat disponibile, respectiv la numărul total de locuri.....	3
Tabel 2. Procentele de promovabilitate a studenților de la programul de studii universitare de licență Educație fizică și sportivă (1)	7
Tabel 3. Procentele de promovabilitate a studenților de la programul de studii universitare de licență Educație fizică și sportivă (2)	7

1. Contextul programului de studii universitare

Facultate:	Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor
Ciclul de studii universitare:	Licență
Denumirea programului de studii universitare de licență:	Marketing
Denumirea calificării dobândită în urma absolvirii programului de studii:	Marketing
Nivelul calificării (conform CNC/CEC):	Nivel 6
Titlul acordat:	Licențiat în Științe economice
Durata studiilor (în ani):	3 ani
Numărul de credite (ECTS):	180
Forma de învățământ:	Învățământ cu frecvență (IF)
Limba de predare:	Limba română
Locația geografică de desfășurare a studiilor:	Timișoara
Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii:	Specialist în publicitate – cod ESCO 2431.3; Brand manager – cod ESCO 2431.4; Manager relații cu clienții – cod ESCO 2431.6 Specialist în marketing – cod ESCO 2431.10; Specialist în marketing online – cod ESCO 2431.10.4; Analist studii de piață – cod ESCO 2431.11; Asistent promovare – cod ESCO 2431.16
Alte ocupații pentru care programul de studii universitare formează competențe:	-
Încadrarea programului de studii în domeniul de știință	
Domeniul fundamental:	Științe sociale
Ramură de știință:	Științe economice
Domeniul de studii universitare de licență:	Marketing
Denumirea domeniului <u>larg</u> de studii (conform DL-ISCED F-2013):	Afaceri, administrație și drept
Denumirea domeniului <u>restrâns</u> de studii (conform DR-ISCED F-2013):	Afaceri și administrație
Denumirea domeniului <u>detaaliat</u> de studii (conform DDS-ISCED F-2013):	Marketing și publicitate
Data expirării acreditării programului de studii:	29.11.2028

2. Date statistice privind procesul de admitere

2.1. Evoluția numărului de studenți înmatriculați în anul I



Programul de studii universitare de licență **Marketing** prezintă un efectiv relativ stabil, cu un număr de studenți înmatriculați în anul I care variază între 101 și 125 de studenți în perioada analizată. Această stabilitate reflectă o atractivitate constantă a programului și o poziție solidă în cadrul ofertei educaționale a FEAA. În ultimii ani se observă o tendință ușoară de creștere, efectivul ajungând la 125 de studenți în promoția 2024-2027.

2.2. Numărul de candidați la procesul de admitere

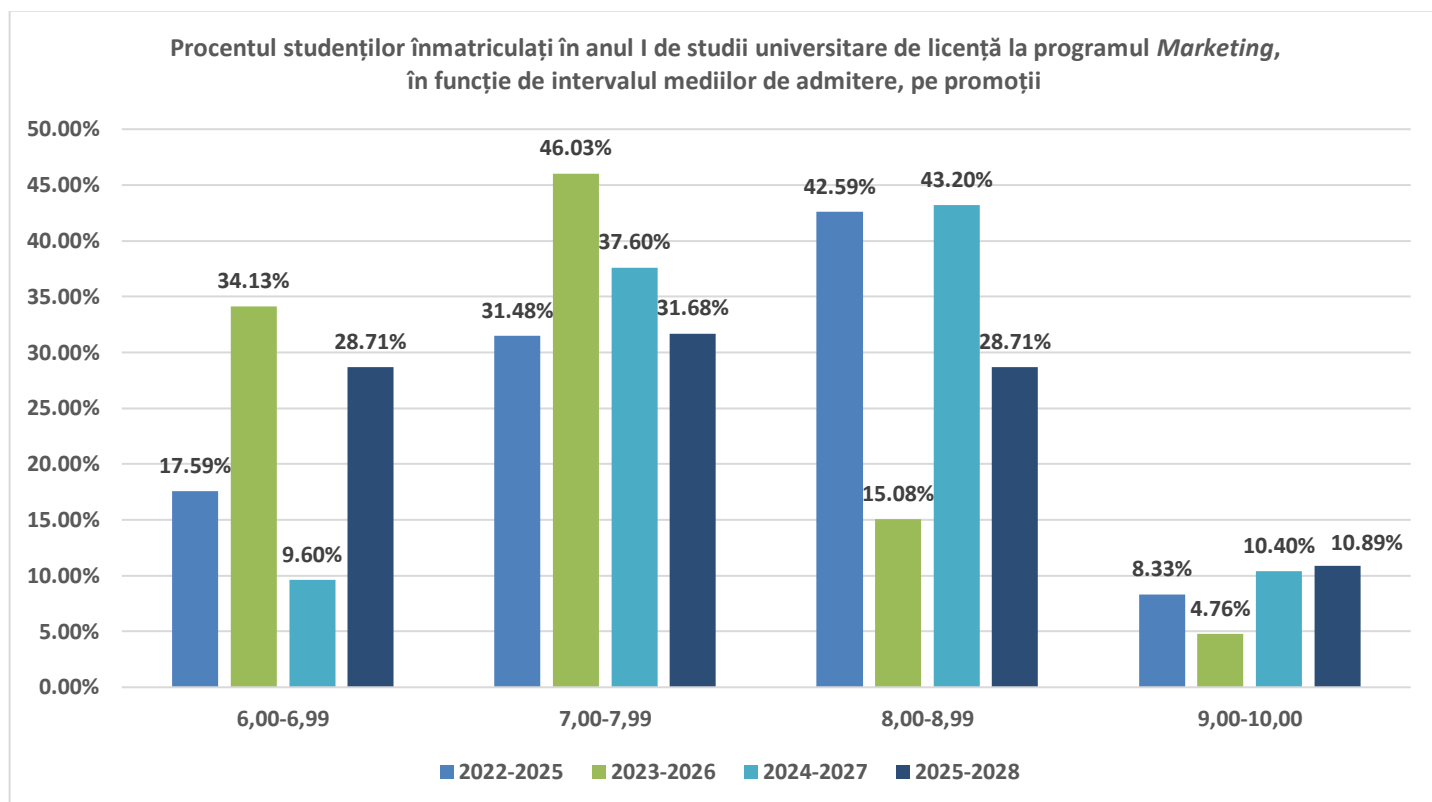
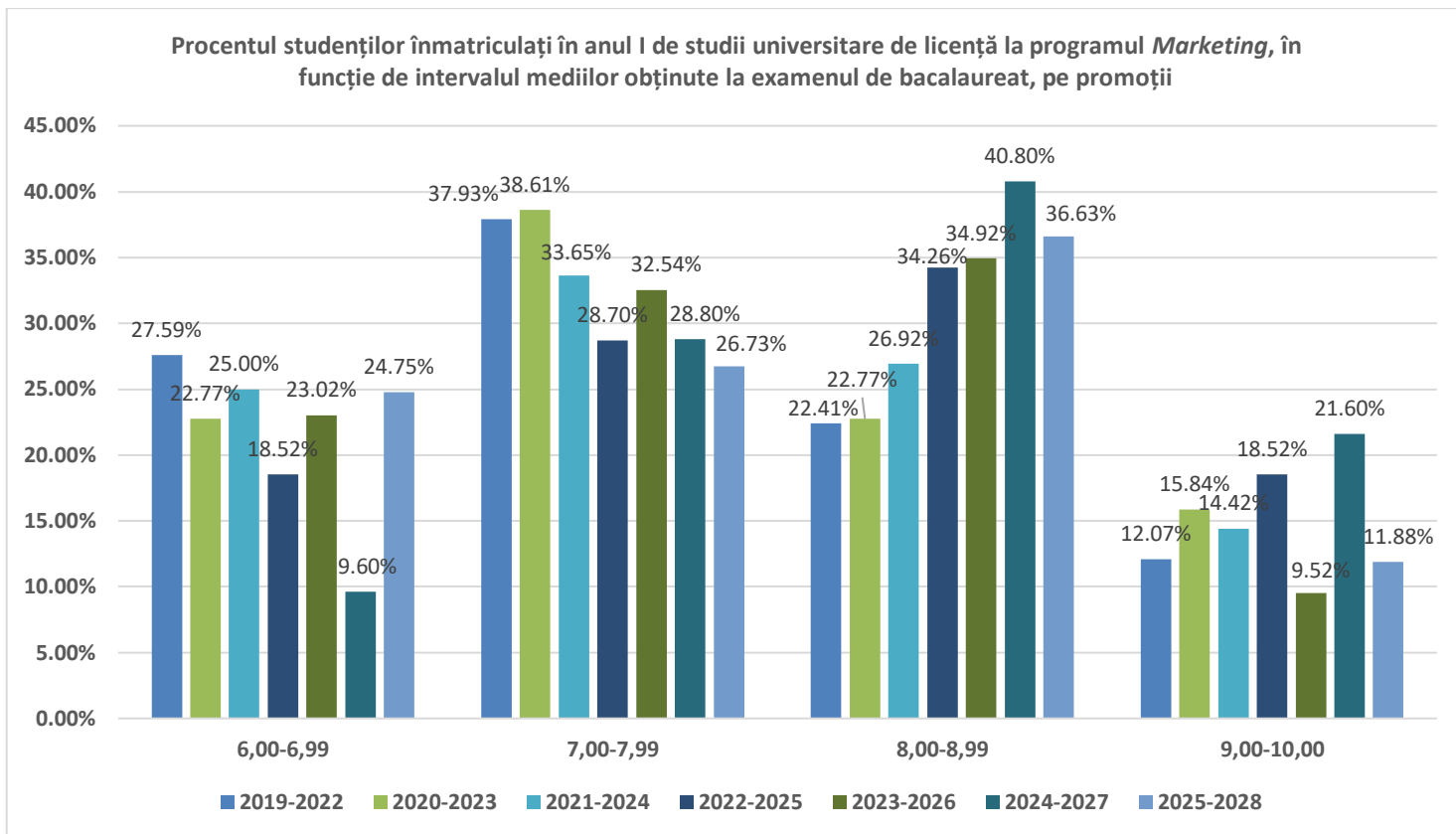
Anul universitar	Număr de candidați* / număr de locuri finanțate de la bugetul de stat	Număr de candidați* / număr total de locuri
2024-2025	3,19	1,46
2025-2026	1,90	0,91

***Candidați eligibili care au avut ca primă opțiune programul de studii universitare de licență Marketing la sesiunea de admitere din luna iulie.**

Tabel 1. Numărul de candidați la procesul de admitere, raportat la numărul de locuri finanțate de la bugetul de stat disponibile, respectiv la numărul total de locuri

Competiția la admitere pentru programul de studii prezintă o scădere semnificativă între cele două sesiuni analizate. Această scădere a competiției, în special pentru totalul locurilor care ajunge sub 1,0 în 2025-2026 nu poate trece neobservată. Deși competiția la locurile finanțate de la bugetul de stat rămâne acceptabilă (1,90 candidați/loc), scăderea tot este una semnificativă într-un singur an.

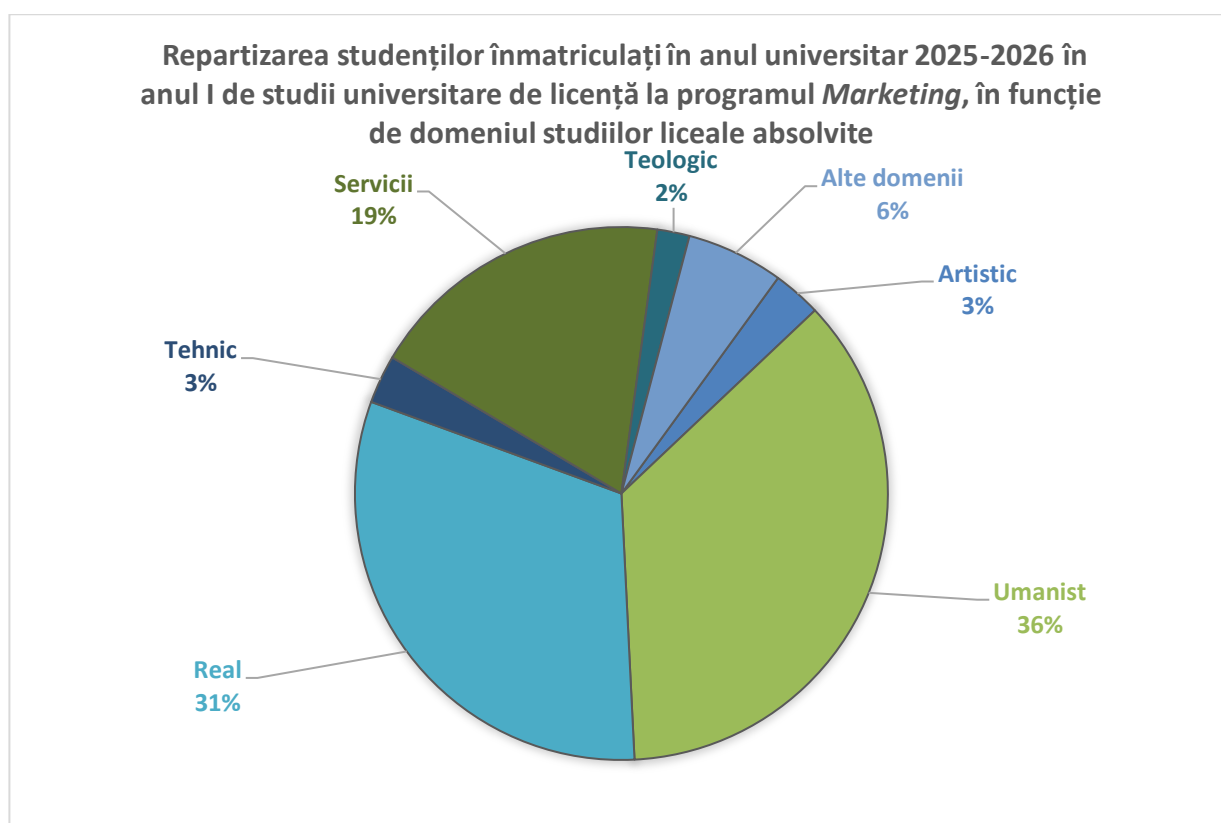
2.3. Medii la examenul de bacalaureat și medii de admitere



Mediile pe care studenții le-au obținut la **examenul de bacalaureat** sunt **predominate fie în intervalul 7,00-7,99, fie 8,00-8,99**, în funcție de promoție. Se pot remarca de asemenea, procente ridicate pentru intervalul de medii **9,00-10,00 în promoția 2024-2027 (21,60%)**.

În ceea ce privește **mediile de la procesul de admitere, promoțiile 2022-2025 și 2024-2027 au procente de peste 40%** din numărul de studenți înmatriculați cu medii cuprinse în intervalul **8,00-8,99**.

2.4. Domenii de studii liceale absolvite

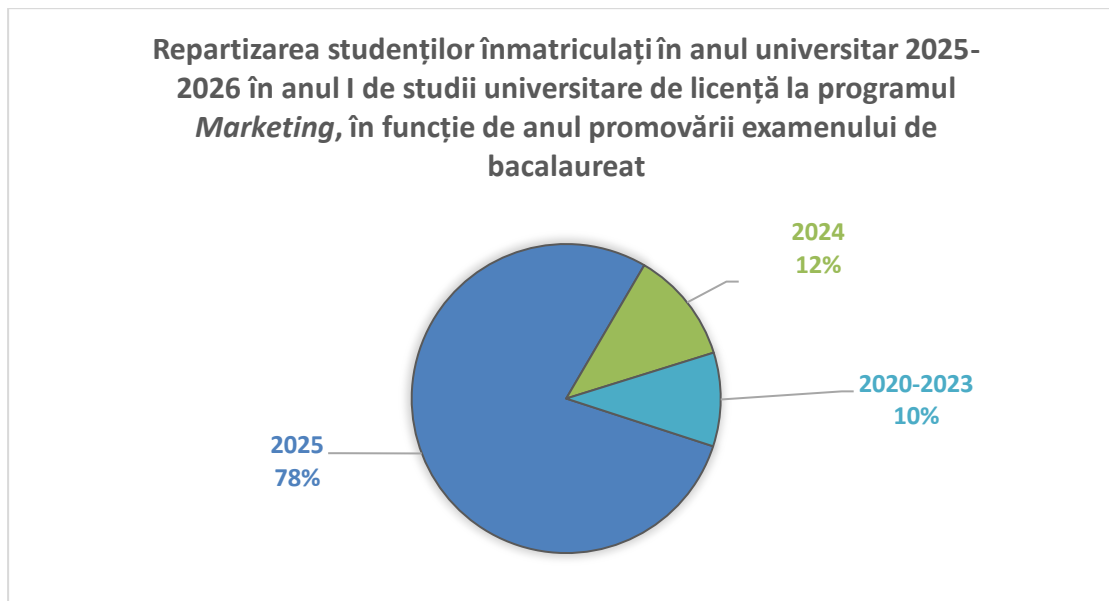


Această distribuție este caracteristică și diversificată, **domeniile principale fiind aceleași ca cele de la nivelul facultății**, acestea **reprezentând peste trei sferturi** (Real 31%, Umanist 36%, Servicii 19%) din totalul de studenți înmatriculați la programul de studii.

2.5. Ultimele studii absolvite

În cadrul programului de studii universitare de licență **Marketing**, studenții înmatriculați în anul I în anul universitar **2025-2026** provin în procent de **100% din mediul preuniversitar**.

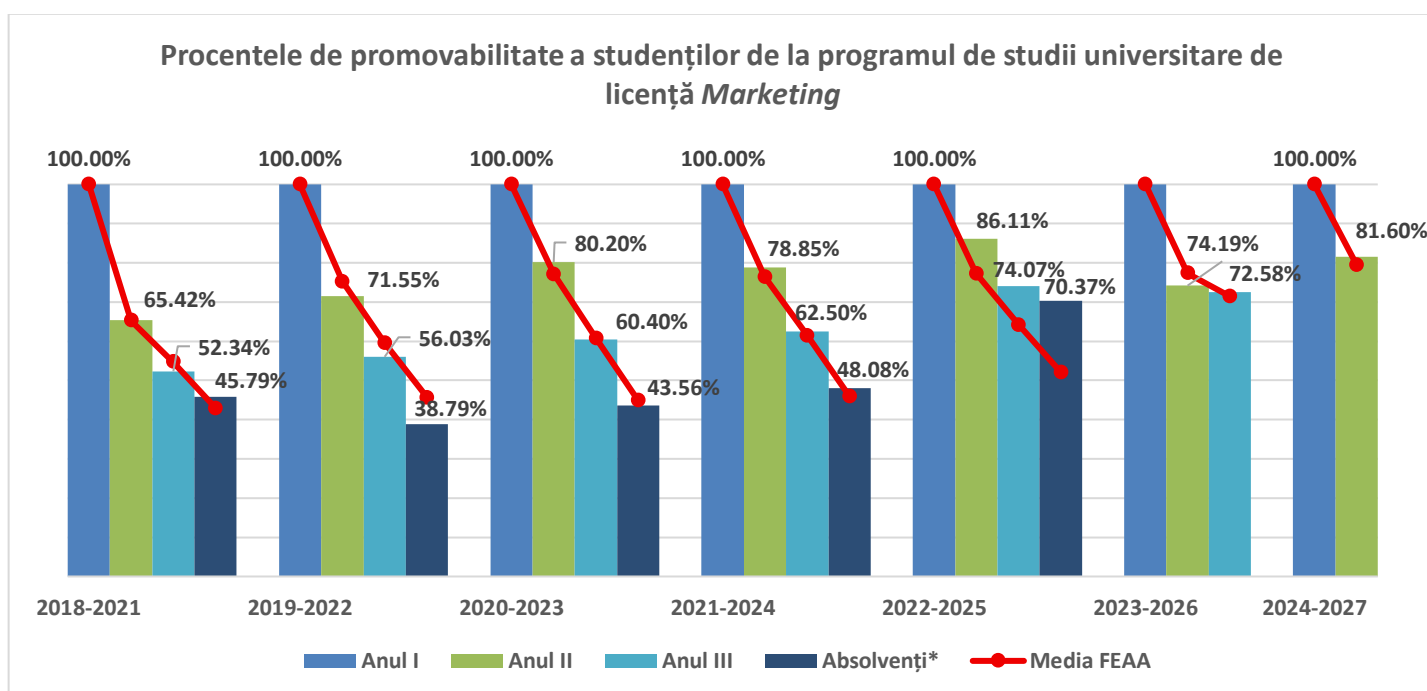
2.6. Anul promovării examenului de bacalaureat



Peste trei sferturi din studenții înmatriculați la programul de studii au **promovat examenul de bacalaureat în promoția curentă**, iar un procent de 12% l-au promovat în anul anterior. Există totuși și un procent de 10% din studenți care au promovat examenul de bacalaureat în promoții mai vechi de 2 ani.

3. Date statistice privind parcursul studenților

3.1. Promovabilitate



*Absolvenți cu examen de finalizare promovat în promoția curentă.

Promoția	Anul I	Anul II			Anul III		
		Numeric	Procentual*	Procentual la nivelul FEAA*	Numeric	Procentual*	Procentual la nivelul FEAA*
2018 - 2021	107	70	65,42%	65,27%	56	52,34%	54,69%
2019 - 2022	116	83	71,55%	75,19%	65	56,03%	59,60%
2020 - 2023	101	81	80,20%	77,07%	61	60,40%	60,78%
2021 - 2024	104	82	78,85%	76,38%	65	62,50%	61,39%
2022 - 2025	108	93	86,11%	77,26%	80	74,07%	64,12%
2023 - 2026	124	92	74,19%	77,37%	90	72,58%	71,43%
2024 - 2027	125	102	81,60%	79,49%	-	-	-

**Raportat la anul I de studii.*

Tabel 2. Procentele de promovabilitate a studenților de la programul de studii universitare de licență Marketing (1)

Promoția	Absolvenți cu examen de finalizare promovat în promoția curentă		
	Numeric	Procentual*	Procentual la nivelul FEAA*
2018 - 2021	49	45,79%	42,92%
2019 - 2022	45	38,79%	45,65%
2020 - 2023	44	43,56%	44,93%
2021 - 2024	50	48,08%	45,89%
2022 - 2025	76	70,37%	52,10%

**Raportat la anul I de studii.*

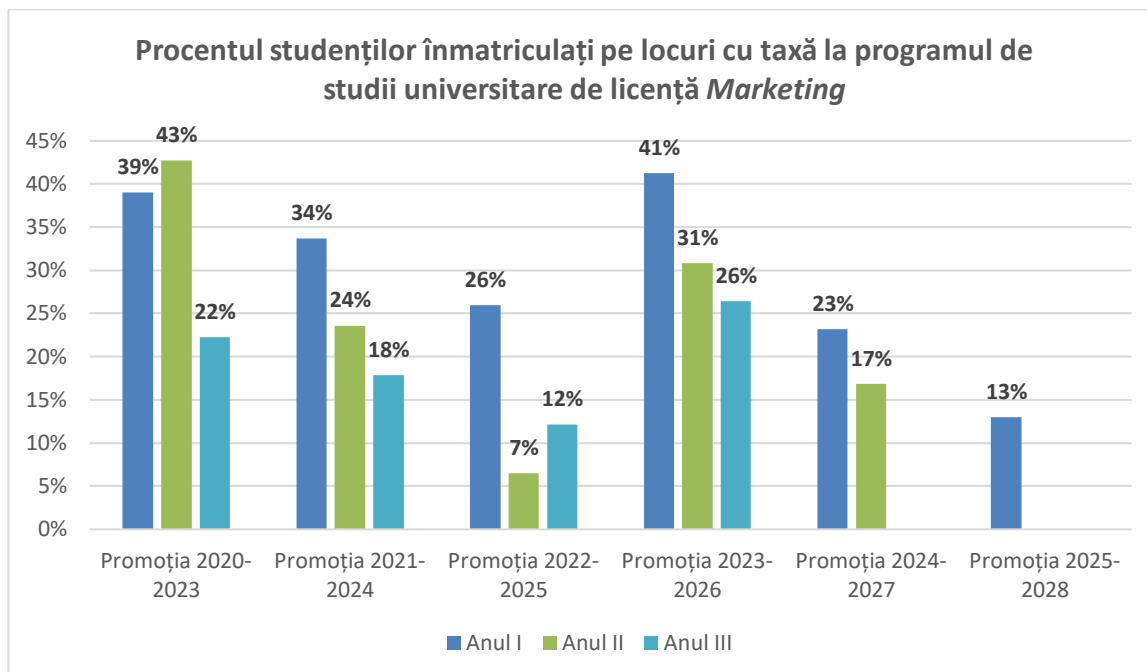
Tabel 3. Procentele de promovabilitate a studenților de la programul de studii universitare de licență Marketing (2)

Pentru **promovarea anului I** se remarcă o **evoluție pozitivă** de la 65,42% (promoția 2018-2021) la 86,11% (promoția 2022-2025). Promoțiile recente (2020-2023 până la 2024-2027) **au rate între 74-86%, la nivelul sau peste media FEAA.**

Procentele de **promovabilitate în anul III urmează o evoluție similară**, creștere constantă de la 52,34% (promoția 2018-2021) la 74,07% (promoția 2022-2025). Primele două promoții (2018-2021 și 2019-2022) au avut performanțe sub media FEAA: 52,34% și 56,03%.

Și rata de finalizare a studiilor a avut o creștere etapizată pe promoții, aceasta ajungând la 70,37% pentru promoția 2022-2025. Această rată de finalizare depășește cu mult media FEAA pentru promoția respectivă.

3.2. Evoluția procentului de studenți înmatriculați pe locuri cu taxă



****Sunt cuprinși toți studenții înmatriculați, inclusiv reînmatriculați, admiși în an superior etc.***

Programul de studii prezintă o scădere constantă a procentului de studenți înmatriculați pe locuri cu taxă pe parcursul celor trei ani de studii. Această evoluție poate fi explicată prin abandon mai frecvent al studenților înmatriculați pe locuri cu taxă. În unele cazuri se poate observa o creștere în anii II și III a numărului de studenți înmatriculați pe locuri cu taxă, acest lucru se poate datora studenților reînmatriculați sau admiși în an superior.