

RAPORTUL

Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior

tipul evaluării

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

domeniul de studii universitare de masterat evaluat:

MARKETING

Universitatea din Craiova

► **CONSIDERAȚII GENERALE**

Prin cererea înregistrată la Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior, cu nr. 5528 din data de 04.10.2018, **Universitatea din Craiova** solicită evaluarea externă periodică a domeniului de studii universitare de master **MARKETING**.

Dosarul a fost înregistrat la ARACIS cu numărul 40 din data de 07.01.2019.

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

Marketing și comunicare în afaceri

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

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

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

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

A. CAPACITATE INSTITUȚIONALĂ			
A.1 – Structurile instituționale, administrative și manageriale ESG 1.1, ESG 1.2, ESG 1.3			
Nr. crt.	Cerințe	Constatările comisiei de experți permanenți de specialitate	Calificativ (îndeplinit/ parțial îndeplinit/ neîndeplinit)
1.	Misiunea și obiectivele programelor din domeniul de studii universitare de masterat sunt în concordanță cu misiunea instituției de învățământ superior, cu cerințele educaționale identificate pe piața muncii.	Carta Universității din Craiova , în art. 14, precizează că misiunea instituției este de a oferi educație și cercetare la un înalt standard de calitate pentru formarea de specialiști cu studii superioare, capabili să lucreze în companii și organisme naționale și internaționale la standardele ocupaționale solicitate de angajatorii din țară și din Uniunea Europeană. Programul de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri are misiunea de a forma specialiști în domeniile marketing, administrarea afacerilor, comerț, turism, servicii, managementul calității, prin pregătirea de economiști și perfecționarea lor, precum și pentru dezvoltarea cercetării științifice în domeniu.	îndeplinit
2.	Obiectivele declarate (competențe, sub formă de cunoștințe, abilități și atitudini) și rezultatele obținute de către studenți pe parcursul procesului de învățare, pentru toate programele de studii din cadrul domeniului de studii universitare de masterat evaluat, sunt exprimate explicit și sunt aduse la cunoștința candidaților și a beneficiarilor interni și externi.	Obiectivele programului de studii Marketing și Comunicare în Afaceri, din domeniul marketing sunt prezentate pe site-ul facultății, fiind disponibile tuturor persoanelor interesate. Competențele acumulate în urma absolvirii programului de master Marketing și Comunicare în Afaceri și rezultatele obținute pe parcursul procesului de învățare sunt evidențiate în grila 2 aferentă planurilor de învățământ.	îndeplinit
3.	Instituția coordonatoare a programelor de studii universitare de masterat din domeniul de masterat evaluat realizează consultări periodice, cu reprezentanți ai mediului academic inclusiv studenți, ai mediului socio-economic și cultural-artistic și ai pieței	La nivelul Universității din Craiova/ Facultății de Economie și administrarea Afacerilor cât și al Departamentului Management, Marketing și Administrarea Afacerilor au fost inițiate și realizate periodic consultări cu reprezentanți ai mediului economic (inclusiv absolvenți), dar și cu studenții; rezultatele consultărilor fiind preluate apoi și integrate în procesul de învățământ, prin adaptarea curriculei și a conținutului unor discipline.	îndeplinit

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

Universitatea din Craiova

	muncii, în cadrul unor întâlniri oficiale consemnate prin procese verbale, minute etc.		
4.	Fiecare program de studii din domeniul de studii universitare de masterat evaluat este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile Cadrului Național al Calificărilor (CNC), cu Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) și cu Standardele specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS. Absolvenții programelor de studii de masterat au clar definită perspectiva ocupației pe piața muncii.	Programul de studii de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri , din domeniul marketing , este realizat în concordanță cu prevederile CNC, cu RNCIS și cu Standardele specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS. Absolvenții programului de studii de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri au clar definită perspectiva ocupației pe piața muncii. Programul de studii de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri se adresează tuturor categoriilor de public interesate de o aprofundare și chiar o rafinare a cunoștințelor de marketing.	îndeplinit
5.	Denumirea fiecărui program de studii universitare de masterat este în strânsă corelare cu una sau mai multe calificări și ocupații existente în Clasificarea Ocupațiilor din România (COR) și standardele ocupaționale aferente sau cu calificări previzionate.	Denumirea programului de studii de masterat evaluat- Marketing și Comunicare în Afaceri - este în strânsă corelare cu calificările și ocupațiile existente în Clasificarea Ocupațiilor din România. Calificările COR pentru programele de studii de master sunt: - MCA: Referent de specialitate marketing - 243203, Brand manager - 243207, Corespondent comercial - 243218, Manager marketing - 122107	îndeplinit
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.	Programul de studii de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri creează absolvenților premisele pentru continuarea studiilor în ciclul al treilea de studii universitare. În ultimii ani, mai mulți absolvenți ai programului de studii de master din domeniul Marketing au continuat studiile la doctorat.	îndeplinit
7.	Programele de studii universitare de masterat de cercetare oferă oportunități de continuare a studiilor în ciclul de studii de doctorat, prin recunoașterea unor module de studii din ciclul de masterat și stagii la universități partenere.	Programul de studii de master Marketing și Comunicare în Afaceri este un masterat profesional, dar în planul de învățământ al acestuia este inclusă disciplina obligatorie "Metodologia cercetării științifice în marketing", aceasta creând premisele pentru continuarea studiilor în ciclul al treilea de studii universitare.	îndeplinit
8.	Instituția de Învățământ Superior promovează și aplică politici clare și documentate privind integritatea academică, protecția dreptului de autor și împotriva plagiatului, a fraudei și a oricărei forme de discriminare, conform legislației în vigoare și Codului de etică și deontologie aprobat de Senatul universitar.	În Universitatea din Craiova se aplică politici clare privind integritatea academică, protecția dreptului de autor și împotriva plagiatului, a fraudei și a oricărei forme de discriminare. În planul de învățământ al programului de master Marketing și Comunicare în Afaceri este prevăzută disciplina etică și integritate academică , în anul II, semestrul II. Pentru verificarea similitudinilor lucrărilor de disertație, facultatea folosește software antiplagiat. Politica privind integritatea academică, protecția dreptului de autor și împotriva plagiatului, a fraudei și a oricărei forme de discriminare este reglementată prin Codul de etică universitară.	îndeplinit
A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare ESG 1.6			
9.	Instituția de învățământ superior prezintă dovada	Universitatea din Craiova deține bază materială proprie, corespunzătoare standardelor ce	îndeplinit

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

Universitatea din Craiova

	privind deținerea sau închirierea spațiilor pentru activitățile didactice/aplicative/ laboratoare etc.	asigură desfășurarea unui proces de învățământ de calitate (în ceea ce privește spațiile pentru desfășurarea activităților didactice/aplicative/ laboratoare etc.)	
10.	Dotarea sălilor/laboratoarelor didactice, a laboratoarelor de cercetare sau creație artistică și/sau a centrelor de cercetare corespunde misiunii și obiectivelor asumate prin programele de studii, tipului de masterat și specificului disciplinelor din planul de învățământ.	În Universitatea din Craiova , dotarea sălilor, a laboratoarelor didactice corespunde misiunii și obiectivelor asumate prin programul de studii de master profesional - Marketing și Comunicare în Afaceri și specificului disciplinelor din planul de învățământ.	îndeplinit
11.	Unitatea de învățământ supusă evaluării trebuie să dispună de spații de studiu individual sau în grup cu acces la fond de carte, baze de date internaționale și periodice în domeniul specializării în care se organizează învățământul la nivel de masterat.	Biblioteca Universității din Craiova este organizată ca o structură complexă, cu unități și filiale specializate conform profilului facultăților universității, dotate cu săli de lectură. Biblioteca Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor dispune de 2 săli de lectură, cu o suprafață de cate 67 mp, dotate cu cate 40 de locuri. Studenții au acces la baze de date internaționale.	îndeplinit
12.	Fondul de carte propriu din literatura de specialitate română și străină trebuie să existe într-un număr de exemplare suficient pentru a acoperi integral disciplinele din planurile de învățământ, din care cel puțin 50% să reprezinte titluri de carte sau cursuri de specialitate pentru domeniul supus evaluării, apărute în ultimii 10 ani în edituri recunoscute la nivel național, precum și internațional	Biblioteca Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor deține un fond de carte propriu (5685 titluri), corespunzător tuturor disciplinelor prevăzute în planul de învățământ al programul de studii de master Marketing și Comunicare în Afaceri . Astfel, fondul de carte propriu din literatura de specialitate română și străină al Bibliotecii Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor există într-un număr de exemplare suficient pentru a acoperi integral disciplinele din planurile de învățământ, iar minim 50% din titluri au apărut în ultimii 10 ani. Domeniul Marketing dispune de 179 de lucrări, din care 88 lucrări în ultimii 10 ani, ceea ce reprezintă 49,16%. De asemenea, domeniul de studii Marketing dispune de 24 abonamente la reviste românești de specialitate și 5 reviste de specialitate în limbă străină.	îndeplinit
13.	Stagiile de cercetare se pot efectua în laboratoarele și/sau în centrele de cercetare ale facultății/universității, cu condiția existenței unei dotări corespunzătoare.	În vederea realizării stagiului de cercetare pentru elaborarea lucrării de disertație și a proiectelor din cadrul disciplinei Metodologia cercetării științifice în Marketing, studenții pot utiliza dotările puse la dispoziție de Biblioteca FEAA , laboratoarele din cadrul Infrastructurii de cercetare INCESA și dotările Centrului de cercetare GRID_Oltenia.	îndeplinit
14.	Dotarea laboratoarelor de cercetare corespunde exigențelor temelor abordate în cadrul programelor de studii de masterat de cercetare și permite și realizarea unor cercetări de anvergură pe plan național și eventual internațional.	Programul de master Marketing și Comunicare în Afaceri este de tip profesional. Studenții masteranzi la acest program pot accesa și infrastructurile de cercetare INCESA și GRID_Oltenia, dotate cu tehnică de calcul și software de ultimă generație. În cadrul FEAA activează patru centre de cercetare acreditate, trei gestionate de facultate și unul în colaborare cu Facultatea de Automatică, Calculatoare și Electronică: Centrul de cercetări bancare și financiare (CEBAFI), Centrul de cercetări în economie și administrarea afacerilor, Centrul de cercetare pentru inteligență computațională în afaceri și economie, dezvoltare de aplicații multimedia.	Nu este cazul
15.	Serviciile/Rețeaua ICT (Information and Communication Technology) sunt permanent	În cadrul Universității din Craiova există rețea ITC și un serviciu specializat în mentenanța rețelei de comunicații digitale și actualizarea permanente a acesteia.	îndeplinit

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

Universitatea din Craiova

	actualizate, iar studenții au acces la aceasta fie individual, fie în grupuri organizate.	Universitatea din Craiova oferă o serie de facilități IT studenților și angajaților. La vizită au fost prezentate spațiile cu acoperire wireless și numărul de calculatoare, la care studenții au acces în facultate/ universitate.	
16.	Pentru programele de studii cu predare în limbi străine există resurse de studiu realizate în limbile respective.	Nu este cazul.	Nu este cazul
A3. Resurse umane și capacitatea instituției de atragere a resursei umane externe instituției ESG 1.5			
17.	Personalul didactic este angajat conform criteriilor de recrutare stabilite la nivel instituțional, în conformitate cu prevederile legale.	În Universitatea din Craiova , angajarea personalului didactic și de cercetare se face prin concurs, pe perioadă nedeterminată sau pe perioadă determinată, în conformitate cu prevederile legale.	îndeplinit
18.	Cadrul didactic coordonator/responsabil al domeniului de masterat asigură compatibilizarea programelor de studii din domeniu.	Cadrul didactic coordonator al domeniului de master Marketing a fost desemnat d-na prof. univ. dr. Popescu Daniela. În vederea asigurării compatibilizării programelor de studii din domeniu, doamna profesor colaborează cu membrii departamentului, directorul de departament și Consiliul Departamentului. De asemenea, sunt avute în vedere Metodologia de evaluare externă, standardele de referință și lista indicatorilor de performanță ai ARACIS, precum și Ghidul de evaluare externă periodică a domeniilor de studii universitare de masterat.	îndeplinit
19.	Personalul didactic este format din profesori universitari, conferențieri universitari, șefi de lucrări (lectori universitari) titulari sau asociați, sau specialiști renumiți (maxim 20% din total cadre didactice implicate într-un program); titularii disciplinelor complementare trebuie să aibă titlul de doctor în domeniul disciplinelor predate.	Personalul didactic aferent programului de master Marketing și Comunicare în Afaceri este format exclusiv din cadre didactice titulare, având gradele didactice de profesor universitar, conferențiar universitar sau lector universitar. Titularii disciplinelor au titlul de doctor în ramura de știință.	îndeplinit
20.	Pentru acreditarea domeniilor și a programelor de studii universitare de masterat este necesară prezența la fiecare program de studii universitare de masterat a cel puțin unui cadru didactic cu titlul de profesor universitar și a unui conferențiar universitar, titulari în universitatea organizatoare, având pregătirea inițială sau doctoratul, abilitarea, conducere de doctorat și/sau rezultate științifice recunoscute și relevante în ramura de știință în care se încadrează domeniul de masterat evaluat.	În cadrul domeniului de master Marketing / programului de studiu de masterat Marketing și comunicare în afaceri există un profesor abilitat și un conducător de doctorat în ramura de știință în care este încadrat programul de studii. De asemenea, cadrele didactice implicate în programul de masterat Marketing și comunicare în afaceri au titlul de doctor în ramură de știință în care este încadrat programul de studii. Toate cadrele didactice care predau la programul de master evaluat au rezultate științifice recunoscute și relevante în domeniul de masterat Marketing.	îndeplinit
21.	Cel puțin 50% din cadrele care prestează activități didactice asistate integral trebuie să presteze aceste activități în calitate de titular în instituția organizatoare a domeniului de masterat evaluat.	Toate cadrele care prestează activități didactice asistate integral la programul de studiu de masterat Marketing și comunicare în afaceri au calitatea de titular al Universității din Craiova .	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

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

Universitatea din Craiova

22.	Cel puțin 50% din disciplinele din planul de învățământ asistate integral, normate în Statul de funcții potrivit formei de învățământ, au ca titulari cadre didactice cu titlul de profesor universitar sau conferențiar universitar.	15 discipline din cele 20 discipline (reprezentând 75%) asistate integral, din planul de învățământ al programului de studiu de masterat Marketing și comunicare în afaceri , normate în Statul de funcții potrivit formei de învățământ <i>cu frecvență</i> , au ca titulari cadre didactice cu titlul de profesor universitar sau conferențiar universitar.	îndeplinit								
23.	Personalul auxiliar care asigură suportul tehnic în laboratoarele didactice și de cercetare/creație artistică este adecvat pentru a asigura desfășurarea activităților practice prevăzute în planul de învățământ.	Nu este cazul	Nu este cazul								
B. EFICACITATEA EDUCAȚIONALĂ											
B.1 - Conținutul programelor de studii ESG 1.4											
24.	Instituția de învățământ superior aplică o politică transparentă a recrutării, admiterii, transferurilor și mobilităților studenților la ciclul de studii universitare de masterat, potrivit legislației în vigoare.	Universitatea din Craiova aplică o politică transparentă a recrutării, admiterii, transferurilor și mobilităților studenților la ciclul de studii universitare de masterat. Recrutarea, admiterea, transferul și mobilitățile studenților la ciclul de studii universitare de masterat se realizează în conformitate cu legislația în vigoare și procedurile aprobate de Senatul universității.	îndeplinit								
25.	Admiterea se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică niciun fel de criterii discriminatorii.	Conform procedurii de admitere la Universitatea din Craiova , metodologia de selecție a candidaților la concursul de admitere se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică niciun fel de criterii discriminatorii.	îndeplinit								
26.	La nivelul universității/ facultății există o metodologie de admitere la ciclul de studii universitare de masterat, ca document distinct sau ca parte a unui regulament de admitere pentru toate ciclurile de studii din universitate.	La nivelul Universității din Craiova / FEAA există o metodologie de admitere la ciclul de studii universitare de masterat, ca parte a unei metodologii de admitere la studii universitare de licență, master și doctorat. La FEAA se publică anual Ghidul de admitere, publicat pe site-ul facultății.	îndeplinit								
27.	Se recomandă ca studenții de la programele de masterat profesionale să fie absolvenți ai programelor de licență din aceeași ramură de științe din care face parte programul de studii universitare de masterat.	La programul de studii masterat profesional Marketing și comunicare în afaceri , din domeniul Marketing sunt admiși, absolvenți ai programelor de licență din aceeași ramură de științe.	îndeplinit								
28.	Se recomandă ca studenții de la programele de masterat de cercetare să fie absolvenți ai programelor de licență din domeniul fundamental din care face parte programul de studii universitare de masterat.	Nu este cazul.	Nu este cazul.								
29.	Gradul de promovare a studenților după primul an de studii confirmă adecvarea condițiilor de admitere (statistici din ultimele trei promoții).	<p>Pentru programul de studii master de Marketing și Comunicare în Afaceri, procentul de promovare, după primul an de studii, al promoțiilor din ultimii 3 ani universitari a fost de peste 80%.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Anul universitar</th><th>Studenți înscriși</th><th>Studenți promovați</th><th>Procent promovabilitate</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2015/2016</td><td>44</td><td>40</td><td>90%</td></tr> </tbody> </table>	Anul universitar	Studenți înscriși	Studenți promovați	Procent promovabilitate	2015/2016	44	40	90%	îndeplinit
Anul universitar	Studenți înscriși	Studenți promovați	Procent promovabilitate								
2015/2016	44	40	90%								

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

Universitatea din Craiova

		2016/2017	39	36	92%	
		2017/2018	35	28	80%	
		2018/2019	30	-	-	
30.	Admiterea/transferul se face în limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS și publicate în HG din anul calendaristic curent.	Admiterea/ transferul se face respectând limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS și publicate în HG din anul calendaristic curent.				îndeplinit
31.	Studentii înmatriculați au încheiat cu instituția un Contract de studii, în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților.	Studentii înmatriculați la programul de studii de master Marketing și comunicare în afaceri au încheiat cu Universitatea din Craiova un Contract de studii, în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților.				îndeplinit
32.	Concepția planurilor de învățământ s-a realizat cu consultarea mediului academic, a instituțiilor de cercetare, a angajatorilor, a absolvenților și prin consultarea Standardelor specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS. Se vor prezenta documente doveditoare ale consultărilor purtate.	Elaborarea planului de învățământ, la programul de master Marketing și comunicare în afaceri , este precedată de o consultare a mediului academic, a angajatorilor, a absolvenților, urmărindu-se Standardele specifice domeniului de masterat, elaborate de ARACIS și procedurile proprii aprobate de Senatul universitar.				îndeplinit
33.	Structura și conținutul programelor de studii, organizarea proceselor de predare, învățare și evaluare precum și cele de supervizare a cercetării sunt centrate pe dezvoltarea de competențe și contribuie prin adecvarea lor la atingerea obiectivelor și rezultatelor așteptate.	Structura și conținutul programului de studii de master Marketing și comunicare în afaceri , organizarea proceselor de predare, învățare și evaluare sunt centrate pe dezvoltarea de competențe și contribuie, prin adecvarea lor, la atingerea obiectivelor și rezultatelor așteptate.				îndeplinit
34.	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.	Planul de învățământ, la programul de studii de master Marketing și comunicare în afaceri se prezintă sub forma unui pachet de documente ce include: obiectivele generale și specifice fiecărui program; planurile de învățământ, fișele disciplinelor. Disciplinele existente în planul de învățământ, într-o succesiune logică și eșalonate pe câte un semestru, respectă standardele ARACIS, fiind studiate atât discipline obligatorii, dar și discipline opționale/facultative. În planul de învățământ este inclusă disciplina Modelarea și simularea fenomenelor de marketing, cu activități tip laborator. De asemenea este prevăzut un stagiu pentru Elaborarea lucrării de disertație (semestrul 4, 80 ore 4 săptămâni x 4 ore/zi). Susținerea lucrării are alocat un număr de 10 puncte de credite peste cele 120.				îndeplinit
35.	Conceperea curriculumului reflectă centrarea pe student a procesului de învățare și predare, permițând alegerea unor trasee de învățare flexibile, prin discipline opționale și facultative și încurajează astfel studenții să aibă un rol activ în procesul de învățare.	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. Programul de master Marketing și comunicare în afaceri are, în planul de învățământ, un pachet de discipline opționale în anul II, semestrul I, și o disciplină facultativă de Practică în anul I.				îndeplinit
36.	Modul de organizare a procesului de învățare și predare și metodele pedagogice folosite sunt evaluate	Modul de organizare a procesului de învățare și predare și metodele pedagogice folosite la programul de master Marketing și comunicare în afaceri sunt evaluate periodic și				îndeplinit

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

Universitatea din Craiova

	periodic și modificate atunci când este cazul.	modificate atunci când este cazul. Monitorizarea procesului de învățare și predare, precum și a metodelor pedagogice folosite se realizează de către directorul de departament, sub coordonarea decanului și a prodecanului responsabil cu procesul de învățământ. Rezultatele evaluărilor cadrelor didactice sunt discutate în ședință de Consiliu al FEAA și în ședință de Consiliu Profesoral lărgit.	
37.	Structura programelor de studii încurajează o abordare interdisciplinară, prin activități care contribuie la dezvoltarea profesională și în carieră a studenților.	Structura planului de învățământ al programului de master Marketing și comunicare în afaceri încurajează o abordare interdisciplinară.	îndeplinit
38.	Conținutul programelor de studii de masterat de cercetare constituie o bază efectivă pentru studiile doctorale în domeniul evaluat.	Nu este cazul.	Nu este cazul
39.	Fișele disciplinelor reflectă centrarea pe student a procesului de învățare-predare-evaluare, includ activități didactice și specifice studiului individual, precum și ponderea acestora în procesul de evaluare finală.	În conținutul Fișei disciplinelor, aferente planului de învățământ al programului de studii de master Marketing și comunicare în afaceri , sunt prezentate componentele procesului de învățare-predare centrate pe student, sunt precizate activitățile didactice și cele specifice studiului individual. De asemenea, fișele conțin și ponderea acestora, în procesul de evaluare finală.	îndeplinit
40.	Fișele disciplinelor pentru programele de studii de masterat de cercetare științifică sunt proiectate astfel încât să asigure studenților abilități practice/de cercetare, care să le permită realizarea/ conducerea unor lucrări/proiecte de cercetare.	Nu este cazul.	Nu este cazul
41.	Pentru toate programele din domeniul de studii universitare de masterat evaluat, procesul didactic este astfel organizat încât să permită studenților dezvoltarea competențelor formulate ca rezultate așteptate ale programului de studii, în perioada legală prevăzută pentru finalizarea studiilor.	Organizarea procesului didactic, la programului master Marketing și comunicare în afaceri , din domeniul marketing permite studenților dezvoltarea competențelor, formulate ca rezultate așteptate ale programului de studii, în perioada legală prevăzută pentru finalizarea studiilor. Competențele profesionale și transversale, dobândite de studenți de la programul de studii de master Marketing și comunicare în afaceri , domeniul Marketing , sunt suficiente pentru a le permite la absolvire angajarea pe piața muncii, dezvoltarea unei afaceri proprii sau continuarea studiilor în ciclul următor, cel al studiilor universitare de doctorat.	îndeplinit
42.	Timpul alocat și metodele de predare și învățare sunt adecvate conținutului disciplinelor, centrate pe nevoile studenților, asigură dezvoltarea competențelor declarate și prezintă un echilibru între activitățile față în față și cele de studiu individual.	Timpul alocat, metodele de predare și învățare prevăzute la programul de master Marketing și comunicare în afaceri , sunt adecvate conținutului disciplinelor, centrate pe nevoile studenților, asigură dezvoltarea competențelor declarate și prezintă un echilibru între activitățile față în față și cele de studiu individual.	îndeplinit
43.	Procesul didactic este astfel organizat încât să dezvolte abilități de studiu individual și dezvoltare profesională continuă	Procesul didactic, pentru programul de master Marketing și comunicare în afaceri , este organizat astfel încât să asigure dezvoltarea abilități de studiu individual și dezvoltarea profesională continuă. Toate disciplinele (conform Fișei disciplinei) au prevăzut studiu	îndeplinit

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

Universitatea din Craiova

		individual (în număr de 108 ore), care constă în studiu după suportul de curs, documentare la bibliotecă, pregătire seminarii și referate, tutoriat și examinări.	
44.	Rezultatele analizelor referitoare la calitatea predării, învățării și evaluării studenților confirmă adecvarea metodelor de predare și evaluare utilizate.	Rezultatele analizelor realizate la nivel FEAA , pentru programul de master Marketing și comunicare în afaceri , referitoare la calitatea predării, învățării și evaluării studenților confirmă adecvarea metodelor de predare și evaluare utilizate.	îndeplinit
45.	Metodele și criteriile de evaluare a competențelor dobândite (cunoștințe și abilități) de studenți sunt explicit incluse în fișele disciplinelor și sunt adecvate conținutului disciplinelor și rezultatelor așteptate.	Fișele disciplinelor, pentru programul de master Marketing și comunicare în afaceri , cuprind metode și criterii de evaluare a competențelor dobândite de studenți, adecvate conținutului disciplinelor și rezultatelor așteptate.	îndeplinit
46.	Mecanismele de contestare a evaluării competențelor și abilităților sunt publice și oferă garanții studenților privind o reevaluare obiectivă.	În cadrul Universității din Craiova și FEAA există mecanisme de contestare a evaluării competențelor și abilităților care oferă garanții studenților privind o reevaluare obiectivă. Aceste mecanisme sunt publice, fiind incluse în procedurile de examinare a studenților.	îndeplinit
47.	În procesul de evaluare a activității de practică/ creație artistică/ cercetare științifică se ține cont de aprecierile tutorelui de practică/ îndrumătorului științific din entitatea/ organizația în care s-a desfășurat respectiva activitate.	La evaluarea activității de practică, pentru programul de master Marketing și comunicare în afaceri , se ține cont de aprecierile tutorelui de practică, care întocmește <i>Fișa de evaluare pe parcursul stagiului de practică</i> . Nota acordată de către tutore reprezintă 50% din nota finală acordată.	îndeplinit
48.	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.	Tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a studiilor, la programul de master Marketing și comunicare în afaceri , (disertația) conține și subiecte formulate în colaborare cu mediul socio-economic.	îndeplinit
49.	Eficacitatea evaluării cunoștințelor/ abilităților și legătura cu rezultatele declarate ale instruirii sunt periodic monitorizate și evaluate.	În cadrul Universității din Craiova și FEAA , 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, studii. Rapoarte privind promovabilitatea, întocmite după fiecare sesiune, sunt arhivate în secretariatul facultății.	îndeplinit
50.	Există programe de stimulare și recuperare a studenților cu dificultăți în procesul de învățare, a studenților netradiționali sau a celor aflați în situație de risc.	În Universitatea din Craiova 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, inaugurat la data de 27.02.2019 – CRAIF - Centrul de Resurse și Asistență în Învățare și Formare . CRAIF este oportunitatea de a crea un cadru așa cum și-l doresc studenții, un cadru în care ei să simtă că pot să realizeze orice, iar profesorii, care intră în dialog cu ei să le arate calea către acel orice pe care ei și-l doresc. Mai precis, în cadrul CRAIF studenții susțin activități formative strict aplicative, în care teoria, aparent insipidă, trebuie să își dovedească utilitatea în lumea reală. CRAIF concentrează pe învățarea formală. Educația non-formală este extrem de importantă. Principalul scop al înființării și	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

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

Universitatea din Craiova

		<p>organizării CRAIF este îmbunătățirea performanțelor universitare ale studenților din anul I, studii universitare de licență (buget+taxă), aflați în situații de risc, prin facilitarea accesului la informație, precum și la resursele și instrumentele selectate în funcție de propriile nevoi și propriul ritm de învățare, dezvoltare și formare.</p> <p>La nivelul facultăților se derulează proiecte pentru reducerea abandonului școlar. Studenții programului de master Marketing și comunicare în afaceri beneficiază de activitatea acestui centru.</p>																	
51.	<p>Rata de absolvire cu diplomă de master a programelor de studii de masterat din domeniul evaluat confirmă adecvarea/eficacitatea procesului de predare-învățare. (Statistici din ultimele trei promoții).</p>	<p>Conform situației statistice a ultimelor trei promoții, rata de absolvire, cu diplomă de masterat a programelor de studii de masterat din domeniul marketing, programul Marketing și Comunicarea în Afaceri, confirmă adecvarea/ eficacitatea procesului de predare-învățare.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Anul absolvirii</th><th>Nr. studenți înscriși în anul I</th><th>Nr. studenți promovați cu diploma de master</th><th>Procent promovabilitate</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016</td><td>40</td><td>37</td><td>92.5 %</td></tr> <tr> <td>2017</td><td>44</td><td>32</td><td>72.72 %</td></tr> <tr> <td>2018</td><td>39</td><td>34</td><td>87.17 %</td></tr> </tbody> </table>	Anul absolvirii	Nr. studenți înscriși în anul I	Nr. studenți promovați cu diploma de master	Procent promovabilitate	2016	40	37	92.5 %	2017	44	32	72.72 %	2018	39	34	87.17 %	îndeplinit
Anul absolvirii	Nr. studenți înscriși în anul I	Nr. studenți promovați cu diploma de master	Procent promovabilitate																
2016	40	37	92.5 %																
2017	44	32	72.72 %																
2018	39	34	87.17 %																
B2. Accesibilitatea resurselor educaționale ESG 1.6																			
52.	<p>Instituția/facultatea supusă evaluării trebuie să dispună de bibliotecă cu fond de carte și periodice relevante în domeniul specializării în care se organizează învățământul la nivel de masterat, în format fizic și/sau electronic (acces la baze de date academice online).</p>	<p>Universitatea din Craiova, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor dispun de bibliotecă cu fond de carte și periodice relevante în domeniul de masterat Marketing, în format fizic și/ sau electronic.</p>	îndeplinit																
53.	<p>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.</p>	<p>Toate disciplinele din planul de învățământ ale programului de studii de master Marketing și comunicare în afaceri, sunt acoperite cu bibliografia didactică necesară (suporturi de curs în format electronic), care se distribuie tuturor studenților. De asemenea, în cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor este funcțională și se utilizează o platformă de e-Learning bazată pe Moodle, fiecare student având acces pe bază de user și parolă. Platforma este populată cu resurse educaționale, și oferă fiecărui utilizator un spațiu propriu în care acesta să își poată păstra și organiza documente personale sau materialele de autoinstruire.</p>	îndeplinit																
54.	<p>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.</p>	<p>Universitatea din Craiova / Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor asigură studenților accesul electronic la baze de date naționale și internaționale specifice domeniului marketing de studii universitare de masterat. Atât studenții, cât și cadrele didactice au acces la baze de date internaționale prin platforma ANELIS</p>	îndeplinit																
55.	<p>Stagiile de practică/cercetare/creație se desfășoară pe baza unor acorduri de colaborare cu agenți socio-economici, instituții, organizații non-profit cu activități</p>	<p>La nivelul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor există o metodologie de efectuare a practicii de specialitate:</p> <p>Pentru efectuarea practicii de specialitate, Universitatea din Craiova a încheiat convenții</p>	îndeplinit																

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

Universitatea din Craiova

	de producție, proiectare, cercetare, și creație cultural-artistică, după caz, relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat.	ferme de colaborare cu diverși agenți economici. Convențiile se păstrează în arhiva departamentului.	
56.	Pentru programele de studii universitare de masterat cu predare în limbi de străine, universitatea / facultatea pune la dispoziția studenților resurse de studiu și materiale relevante în limba de predare.	Nu este cazul.	-
57.	Instituția de învățământ superior oferă studenților sprijin relevant pentru procesul de învățare: consiliere în carieră, consultanță și asistență etc.	Universitatea din Craiova oferă studenților sprijin, consiliere în carieră, consultanță și asistență pentru procesul de învățare prin Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră (CCOC) și prin intermediul îndrumătorilor, cadre didactice. Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră (CCOC) dispune de un regulament prin care își asumă ca misiune sprijinul oferit studenților în procesul de învățare, în deciziile privind cariera precum și alte decizii privind viitorul profesional.	îndeplinit
58.	Există programe de stimulare și recuperare a studenților cu dificultăți în procesul de învățare, a studenților netradiționali sau a celor proveniți din zone dezavantajate.	În Universitatea din Craiova 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 – CRAIF - Centrul de Resurse și Asistență în Învățare și Formare . CRAIF lucrează în primul rând cu tinerii: studenți, doctoranzi, cadre didactice dispuse să dialogueze cu studenții, dar vom avea și cadre didactice mai în vârstă, cu experiență, mai ales pentru domenii delicate cum este sociologia, psihologia. Centrul are experți din toate domeniile, acesta fiind avantajul unei universități comprehensive cum este Universitatea din Craiova . Sunt atrași și absolvenții universității, care le vor explica studenților cum au reușit în cariera lor.	îndeplinit
59.	Există resurse educaționale alternative digitale și activități de suport on-line, implementate pe platforme e-Learning	În cadrul Universității din Craiova / FEAA există resurse educaționale alternative digitale și activități de suport on-line pentru studenții programelor de master, implementate pe platforma e-Learning Moodle și pe Evidența Studenților.	îndeplinit
B3. Rezultatele învățării ESG 1.3			
60.	Cunoașterea științifică generată în cadrul programelor de studii de masterat în ultimii 5 ani se evaluează luându-se în considerare, după caz: a) publicațiile studenților în reviste relevante domeniului; b) comunicări științifice, participări artistice sau sportive la manifestări naționale și internaționale; c) alte rezultate ale studiilor relevante domeniului (proponeri de brevete, studii de caz, patente, produse și servicii, studii parametrice de optimizare, produse	În cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor există o monitorizare a cunoașterii științifice generată în cadrul programelor de studii de masterat în ultimii 5 ani. Rezultatele studiilor și cercetărilor studenților sunt valorificate prin participări la simpozioane și conferințe științifice studențești și prin elaborarea lucrărilor de disertație. Studenți programului Marketing și comunicare în afaceri au obținut premii importante la manifestările științifice naționale/ internaționale: a) Departamentului MMAA are o revistă, denumită Cronica studentului, cu apariție lunară, în care sunt promovate cercetările studenților, prin publicarea articolelor acestora. b) Participări lunare la Cercul de marketing și de asemenea, la "Clubul de carte Vocea	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

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

Universitatea din Craiova

	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.	Cititorului Craiovean". Premii la Simformer Business Cup 2 in 2016, Olimpiada națională a economiștilor 2016, 2017. Concursul Cea mai buna idee de afaceri.																
61.	Existența/Crearea progresivă a unei baze de date cu disertațiile susținute în ultimii ani. Lucrările prezentate sunt /vor fi stocate în extenso, în baza de date cel puțin 5 ani de la absolvire.	În cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor există o bază de date cu disertațiile susținute în ultimii 5 ani, stocată în platforma informatică Evidența Studenților (EvStud).	îndeplinit															
62.	Statistici privind angajarea în domeniul evaluat sau în domenii conexe a absolvenților din ultimele trei promoții: a) în momentul înmatriculării, ponderea studenților masteranzi angajați; b) la un an de la absolvire, ponderea studenților masteranzi angajați	3. a) În cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor există propunerea de a include în formularul de înscriere la admitere la studiile de master a unei rubrici referitoare la situația angajarii candidatului. 3. b) La Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor există statistici privind angajarea în domeniul marketing în domenii conexe a absolvenților din ultimele trei promoții. Statistici privind angajarea absolventilor <table><tr><td>Promoția</td><td>Angajați în momentul înmatriculării</td><td>Angajați la un an de la absolvire</td></tr><tr><td>1. 2014-2015</td><td>Nu este cazul</td><td>100%</td></tr><tr><td>2. 2015-2016</td><td>Nu este cazul</td><td>100%</td></tr><tr><td>3. 2016-2017</td><td>Nu este cazul</td><td>100%</td></tr><tr><td>4. 2017-2018</td><td>Nu este cazul</td><td>100%</td></tr></table>	Promoția	Angajați în momentul înmatriculării	Angajați la un an de la absolvire	1. 2014-2015	Nu este cazul	100%	2. 2015-2016	Nu este cazul	100%	3. 2016-2017	Nu este cazul	100%	4. 2017-2018	Nu este cazul	100%	îndeplinit
Promoția	Angajați în momentul înmatriculării	Angajați la un an de la absolvire																
1. 2014-2015	Nu este cazul	100%																
2. 2015-2016	Nu este cazul	100%																
3. 2016-2017	Nu este cazul	100%																
4. 2017-2018	Nu este cazul	100%																
63.	Pentru programele de studii de masterat de cercetare din domeniul evaluat ponderea absolvenților din ultimele 5 promoții, care își continuă studiile la programele de doctorat (proprii sau externe instituției absolvite) să fie de peste 10%.	Nu este cazul.	Nu este cazul															
64.	Instituția de învățământ superior a definit standarde de calitate minimale pentru elaborarea lucrării de disertație, pe care le operaționalizează periodic și le face publice.	În Universitatea din Craiova , standardele de calitate minimale pentru elaborarea lucrării de disertație sunt definite în procedura de finalizare a studiilor de masterat.	îndeplinit															
B4. Activitatea de cercetare științifică (Criteriu aplicabil programelor se studii universitare de masterat de cercetare)																		
65.	Există planuri de cercetare la nivelul facultăților/departamentelor coordonatoare ale programelor din domeniul de studii universitare de masterat evaluat, ce includ teme de cercetare	Nu este cazul.	-															

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

Universitatea din Craiova

	relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat.		
66.	În domeniul de studii universitare de masterat supus evaluării se organizează periodic de către instituție sesiuni științifice, simpozioane, conferințe etc., la care participă și studenții, iar contribuțiile acestora sunt diseminate în publicații relevante.	Nu este cazul.	-
67.	Instituția de învățământ superior face dovada existenței unor parteneriate reale cu mediul economic, social și cultural în domeniul de studii universitare de masterat evaluat, care asigură cadrul de dezvoltare și realizare a unor cercetări fundamentale sau aplicative.	Nu este cazul.	-
68.	Studenții sunt informați despre implicațiile legale ale activității de cercetare și ale codurilor de etică și deontologie în cercetare.	Nu este cazul.	-
B5. Activitatea financiară a organizației			
69.	Resursele financiare disponibile sunt adecvate și asigură că obiectivele programelor de studii de masterat pot fi realizate.	<i>Universitatea din Craiova, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor</i> dispun de resurse financiare adecvate și asigură realizarea obiectivelor programului de studii de masterat Marketing și comunicare în afaceri.	îndeplinit
70.	Instituția/facultatea/ departamentul asigură suportul financiar adecvat dezvoltării cercetărilor prevăzute în curriculumul programelor de studii universitare de masterat de cercetare din domeniul de masterat evaluat.	Nu este cazul.	Nu este cazul
71.	Instituția de învățământ superior dispune de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității financiare, în condiții de transparență publică.	Universitatea din Craiova dispune de practici de auditare internă cu privire la principalele domenii ale activității financiare, în condiții de transparență publică. Universitatea are în structură un serviciu de Audit Intern. Rapoartele de audit intern sunt publicare pe site.	îndeplinit
C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII			
C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității ESG 1.1			
72.	Instituția de învățământ superior aplică politica asumată privind asigurarea calității și dovedește existența și funcționarea structurilor și mecanismelor de asigurare a calității.	La nivelul Universității din Craiova de politica privind asigurarea calității se ocupă următoarele structuri specializate: Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (CEAC) prin intermediul Departamentului de Evaluare și Asigurare a Calității (DEAC)	îndeplinit
73.	Programele de studii universitare de masterat sunt evaluate periodic intern privind următoarele aspecte: a) nevoi și obiective identificate pe piața muncii,	Programele de studii universitare de masterat sunt evaluate intern periodic: a) nevoi și obiective identificate pe piața muncii, b) procese de predare-învățare-evaluare, resurse materiale,	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

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

Universitatea din Craiova

	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.	c) resurse materiale, financiare și umane – legislația din domeniu d) concordanța dintre rezultatele declarate ale învățării și metodele de evaluare ale acestora - Rapoarte privind promovabilitatea întocmite după fiecare sesiune arhivate în secretariatul facultății. 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	
74.	Procesul de monitorizare a opiniei studenților este adecvat din punctul de vedere al relevanței informației colectate, al ratei de răspuns precum și al măsurilor de îmbunătățire (identificate și implementate).	În Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor se monitorizează periodic opinia studenților privind evaluarea mediului de învățare și se derulează de asemenea, sondaje privind opinia studenților, a absolvenților și a angajatorilor cu privire la studiile universitare.	îndeplinit
75.	Rezultatele monitorizării opiniei absolvenților asupra procesului de învățare din perioada studiilor universitare sunt utilizate în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor utilizează rezultatele monitorizării opiniei absolvenților în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii. Se derulează periodic consultări în rândul studenților și absolvenților de master cu privire la procesul de învățare.	îndeplinit
76.	Rezultatele monitorizării opiniei angajatorilor cu privire la pregătirea absolvenților sunt utilizate în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor utilizează rezultatele monitorizării opiniei angajatorilor în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.	îndeplinit
77.	Monitorizarea opiniei studenților cu privire la procesul didactic confirmă eficiența acestuia și a serviciilor suport oferite.	Semestrial, Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor monitorizează și centralizează opinia studenților.	îndeplinit
78.	Instituțiile de învățământ superior/ Facultățile organizatoare a programelor din domeniul de studii universitare de masterat oferă informații publice complete, actualizate și ușor accesibile, asupra: a) obiectivelor programelor de studii și curriculumul, b) calificările și ocupațiile vizate, c) politicile de predare-învățare și evaluare, d) resursele de studiu existente, e) rezultatele obținute de studenți/absolvenți, f) sistemul de management al calității.	Universitatea din Craiova /Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor oferă informații publice complete și actualizate privind programul de studii universitare de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri din domeniul Marketing . Informațiile oferite se referă la planurile de învățământ, fișele disciplinelor și informații despre resursele de învățare calificările și ocupațiile vizate	îndeplinit

IV. Recomandări

Atragerea de cadre didactice specializate prin studii doctorale în domeniul marketing, având în vedere că în ultimii trei ani trei cadre didactice titulare au plecat din FEAA (prin pensionare și transfer). Este oportun să se acorde o atenție sporită pentru asigurarea programului de studii de master Marketing și comunicare în afaceri cu cadre didactice care să întrunească condițiile de compatibilitate cerute de standardele ARACIS.

► PROPUNEREA COMISIEI DE EVALUARE

Propunerea Comisiei de experți permanenți de specialitate – Științe Economice 1, adoptată în ședința din data de 16.05.2019 a fost: **Menținerea acreditării domeniului** de studii universitare de masterat **MARKETING**, cu o capacitatea de școlarizare de 60 studenți școlarizați în primul an de studiu, conform Extrasului din procesul verbal, Raportului de evaluare al Comisiei și Fișelor de evaluare, înregistrate la ARACIS cu nr. 274 din 16.05.2019.

Structura domeniului de masterat evaluat este următoarea:

Nr. crt.	Programul de studii universitare de masterat	Locație	Limbă de predare	Formă de învățământ	Numărul de credite de studiu transferabile	Tip masterat (cercetare/ profesional/ didactic)
1.	Marketing și comunicare în afaceri	Craiova	româna	IF	120	Profesional

► EVALUAREA ÎN CONSILIU ȘI AVIZUL CONSILIULUI ARACIS

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

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

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

► AVIZUL CONSILIULUI ARACIS

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

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

Nr. crt.	Programul de studii universitare de masterat	Locație	Limbă de predare	Formă de învățământ	Numărul de credite de studiu transferabile	Tip masterat (cercetare/profesional/didactic)
1.	Marketing și comunicare în afaceri	Craiova	româna	IF	120	Profesional

⇒ **Universitatea din Craiova**;

⇒ capacitatea de școlarizare în primul an de studiu: **60 de studenți**.

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

Raportul Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior și soluția propusă au fost discutate și aprobate de Consiliul ARACIS la data de 27.05.2019.

Biroul Executiv al Consiliului ARACIS

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

Acest aviz este valabil până la data de 27.05.2024 (cinci ani de la Ședința Consiliului ARACIS de avizare). Cererea de evaluare periodică se va depune cu trei luni înainte de expirarea termenului de valabilitate sub sancțiunea intrării în lichidare a domeniului de studii universitare de masterat.

Acest aviz se transmite Ministerului Educației Naționale în vederea elaborării Hotărârii de Guvern și spre luare la cunoștință de către Universitatea din Craiova.

București, mai, 2019
S026 / 274 MA

SL / SA

	Denumire /Indicatori	Observații
1.	Instituția de învățământ superior (denumire în limba română și în engleză)	Universitatea din Craiova (University of Craiova)
2.	Domeniul de studii universitare de masterat evaluat (denumire în limba română și în engleză)	<i>Marketing / Marketing</i>
3.	Lista programelor de studii universitare de masterat din domeniu (denumire în limba română și în engleză)	1 . <i>Marketing și Comunicare în Afaceri / Marketing and Business Communication</i>
4.	Numărul de studenți înmatriculați la programele de studii de masterat din domeniu	1. <i>Marketing și Comunicare în Afaceri – 59 studenți înmatriculați în anii I și II</i>
5.	Numărul de cadre didactice care predau la programele de studii de masterat din domeniu, din care titulari	1. <i>Marketing și Comunicare în Afaceri – 15 cadre didactice, din care 15 titulari ai Universității din Craiova</i>
6.	Diplomă eliberată	Diplomă de master și supliment la diplomă
7.	Nivelul de calificare conform CNC	7
8.	Obiectivele comune ale programelor de studii de masterat din domeniu	<p>Domeniul de masterat Marketing are în structură un program de studii de master – Marketing și Comunicare în Afaceri. Misiunea programul de studiu de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri este de a forma specialiști în domeniul marketingului și comerțului cu un înalt nivel de pregătire profesională, capabili să facă față cerințelor economiei contemporane, bazată pe concurență, performanță, progres, în contextul dezvoltării durabile. Competențele profesionale și generale dobândite de către absolvenții programului sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • utilizarea corectă și adecvată a conceptelor, a metodologiilor și instrumentelor de lucru folosite în marketing la nivelul organizațiilor; • proiectarea unui sistem privind culegerea, analiza și interpretarea datelor necesare pentru elaborarea strategiei de marketing; • proiectarea sistemelor de marketing și fundamentarea strategiei de marketing; • fundamentarea strategiilor de comunicare integrată de marketing, operaționalizarea, controlul și evaluarea strategiei de comunicare de marketing; • proiectarea și utilizarea aplicațiilor informatice în implementarea activităților de

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

Universitatea din Craiova

		marketing; promovarea gândirii de marketing și a climatului organizațional orientat către piață.					
9.	Durata de școlarizare (exprimată în număr de semestre)	4 semestre					
10.	Numărul total de credite ECTS	120 credite					
11.	Scurtă descriere a calificărilor vizate pe domeniu	<table><tr><td>Denumire program de studii universitare de master</td><td>Ocupații COR</td></tr><tr><td><i>Marketing și Comunicare în Afaceri (MCA)</i></td><td>Referent de specialitate marketing - 243203, Brand manager - 243207, Corespondent comercial - 243218, Manager marketing - 122107</td></tr></table>		Denumire program de studii universitare de master	Ocupații COR	<i>Marketing și Comunicare în Afaceri (MCA)</i>	Referent de specialitate marketing - 243203, Brand manager - 243207, Corespondent comercial - 243218, Manager marketing - 122107
Denumire program de studii universitare de master	Ocupații COR						
<i>Marketing și Comunicare în Afaceri (MCA)</i>	Referent de specialitate marketing - 243203, Brand manager - 243207, Corespondent comercial - 243218, Manager marketing - 122107						
12.	Verdict - Menținerea acreditării / neacreditare (în limba română și în engleză)	Menținerea acreditării / Maintaining of accreditation					
13.	Modificări solicitate în vederea reanalizării domeniului	Nu este cazul					
14.	Acreditat de ARACIS	<i>Marketing și Comunicare în Afaceri (MCA)</i> acreditat în 2008 și reacreditat în 2013, conform Raportului Consiliului A.R.A.C.I.S. din 27.06.2013					
15.	Echipa de evaluatori ARACIS:	Prof. univ. dr. JUGANARU Mariana Conf. univ. dr. NICHIFOR Bogdan <i>Student:</i> BARNA Roxana Adriana					
16.	Perioada vizitei de evaluare	13.05.2019 - 15.05.2019					