



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 „Artifex“ din București

► **CONSIDERAȚII GENERALE**

Prin cererea înregistrată la Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior, cu nr. 2542 din data de 24.04.2019, **Universitatea „Artifex” din București** solicită evaluarea externă periodică a domeniului de studii universitare de master **MARKETING**.

Dosarul a fost înregistrat la ARACIS cu numărul 3975 din data de 27.06.2019.

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.	Misiunea și obiectivele programului de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri, din domeniul Marketing, sunt în concordanță cu misiunea și obiectivele Universității „ARTIFEX” din București, care sunt clar precizate în Carta Universității și în cadrul Planului Strategic de dezvoltare al UAB ,2016-2020 cu Legea educației naționale nr.1/2011 cu modificările și completările ulterioare și cu celelalte reglementări naționale în domeniu. <i>Misiunea PSUM MKCA, din domeniul Marketing (din cadrul Facultății de Management-Marketing) centrată pe formarea, în plan științific și practic, unei categorii de specialiști în domeniul marketing, înzestrați cu competențele necesare conducerii activității de marketing în organizații, a proceselor de comunicare de marketing a acestora.</i>	îndeplinit
2.	Obiectivele declarate (competențe, sub formă de cunoștințe, abilități și atitudini) și rezultatele obținute de către studenți pe parcursul procesului de învățare, pentru toate programele de studii din cadrul domeniului de studii universitare de masterat evaluat, sunt exprimate explicit și sunt aduse la cunoștința candidaților și a beneficiarilor interni și externi.	Obiectivele declarate și rezultatele obținute de către studenții <i>programului de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri, din domeniul Marketing</i> , pe parcursul procesului de învățare sunt aduse la cunoștința candidaților și a beneficiarilor interni și externi prin intermediul planurilor de învățământ, a fișelor de disciplină, , suplimentele la diplomă , dar și prin prezentările programelor de masterat postate pe site-ul instituției, la adresa web: https://www.artifex.org.ro/oferta-educationala/prezentare-programe-de-studii-licenta-si-master/ .	îndeplinit
3.	Instituția coordonatoare a programelor de studii universitare de masterat din domeniul	UAB organizează anual întâlniri cu reprezentanții mediului de afaceri, cu studenții și absolvenții. Concluziile acestor întâlniri și recomandările făcute sunt consemnate în procese verbale.	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex” din București

	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.	Reprezentatii mediului de afaceri răspund la un chestionar "Fișă de oportunitate și analiză privind calificările obținute de absolvenții programului de studii universitare de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri". Planurile de învățământ sunt analizate și actualizate periodic, la nivelul departamentului Management-Marketing, în baza Regulamentului privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea periodică a programelor de studii și a Regulamentului privind elaborarea, revizuirea și aprobarea planurilor de învățământ Analizele și dezbaterile pe marginea planurilor de învățământ sunt consemnate în procese verbale ale ședințelor de departament și ale consiliului Facultății de Management-Marketing	
4.	Fiecare program de studii din domeniul de studii universitare de masterat evaluat este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile Cadrelor Naționale al Calificărilor (CNC), cu Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) și cu Standardele specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS. Absolvenții programelor de studii de masterat au clar definită perspectiva ocupației pe piața muncii.	<i>Programul de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri, din domeniul Marketing, este proiectat și documentat în concordanță cu prevederile CNC, cu RNCIS absolvenții având clar definită perspectiva ocupației pe piața forței de muncă, dar și cu standardele specifice domeniului de masterat elaborate de ARACIS .</i> <i>PSUM MKCA este un program de masterat profesional și are ca încadrare RNCIS grupa de baza2431-specialiști în publicitate și marketing</i>	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 masterat- <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i> este în legătură cu calificările și ocupațiile din COR 243103 specialist marketing, 243104 manager de produs, precum și din ISCO-08 2431 Market research anayst.	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 masterat profesional <i>Marketing și Comunicare în Afaceri, din domeniul Marketing</i> asigură premisele pentru continuarea studiilor în ciclul al treilea de studii universitare și dezvoltare profesională continuă în carieră.	îndeplinit
7.	Programele de studii universitare de masterat de cercetare oferă oportunități de continuare a studiilor în ciclul de studii de doctorat, prin recunoașterea unor module de studii din ciclul de masterat și stagii la universități partenere.	Nu este cazul.	NU ESTE CAZUL

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

Universitatea „Artifex” din București

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.	Universitatea „ARTIFEX” din București 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. UAB dispune de „Codul de etică și deontologie profesională universitară”, inclus în Carta universitară și adoptat de către Senatul UAB. Prevederile acestuia se aplică la nivelul tuturor structurilor Universității și apără valorile libertății academice, autonomiei universitare și integrității etice. Aplicarea „Codului de etică și deontologie profesională universitară” și analiza încălcării principiilor și valorilor apărute de acesta sunt monitorizate de Comisia de Etică și Deontologie Profesională a UAB. În spiritul eticii și integrității academice, planul de învățământ al programul de studii universitare de master MKCA include, în structura sa, disciplina obligatorie Etică și integritate academică, iar Regulamentul privind organizarea și desfășurarea examenelor de licență și disertație prevede procedura antiplagiat. Procedura Antiplagiat se aplică pentru toate lucrările de licență și disertație, precum și pentru articolele ce vor fi susținute/publicate în revista proprie, ARTECO Journal. Socio-Economic Researches and Studies.	îndeplinit
A2. Baza materială și utilizarea infrastructurii de studiu și cercetare ESG 1.6			
9.	Instituția de învățământ superior prezintă dovada privind deținerea sau închirierea spațiilor pentru activitățile didactice/aplicative/ laboratoare etc.	Universitatea „ARTIFEX” din București deține săli de curs, amfiteatre, săli de seminar, laboratoare, sală de sport, bibliotecă, birouri, magazii, spații utilitare, cămin, centrul cultural științific, aflate în proprietatea universității prin legea de înființare și acreditare.	îndeplinit
10.	Dotarea sălilor/laboratoarelor didactice, a laboratoarelor de cercetare sau creație artistică și/sau a centrelor de cercetare corespunde misiunii și obiectivelor asumate prin programele de studii, tipului de masterat și specificului disciplinelor din planul de învățământ.	Spațiile de învățământ din Universitatea „ARTIFEX” din București sunt dotate corespunzător, potrivit misiunii și obiectivelor asumate prin programul de studii și specificul disciplinelor, cu tehnică de calcul, sisteme multimedia (TV, video și retroproiectoare, ecrane de proiecție, flip-chart-uri etc.). Pentru activitățile programului de studii universitare de master MKCA , UAB pune la dispoziție o sală de curs (cu o suprafață totală de 160 mp), trei săli de seminar (cu o suprafață totală de 198 mp) și 4 laboratoare de informatică, în suprafață de 209,6 mp. Lucrările aplicative prevăzute la disciplinele de specialitate din planurile de învățământ ale PSUM MKCA se desfășoară în laboratoare dotate corespunzător cu tehnică de calcul și echipament specific. Aplicațiile software utilizate în cadrul UAB sunt: SO Windows, pachetul Microsoft Office, SQL Server Developer 2017, ClipsWin, SIMBA - sistem informatic pentru managementul activității de brokeraj de asigurări, SIMBC - sistem informatic pentru managementul activității de brokeraj de credite, gretl, PSPP, programul de contabilitate SAGA, RETScreen, New Insight into Business pentru învățare limbi străine. Toate spațiile de învățământ din cadrul UAB au acoperire wireless, accesul studenților la resursele informatice și de comunicații.	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	Universitatea „ARTIFEX” din București dispune de spații pentru studiul individual. Biblioteca UAB deține 4 săli de lectură, cu o suprafață totală de 415,2 mp și dispune de peste 7.000 de volume, reviste, publicații naționale și internaționale, reprezentând un fond documentar propriu din domeniul economic Studenții de la programul de master Marketing și Comunicare în Afaceri, din domeniul Marketing , au la dispoziție un fond de publicații (manuale, tratate, referințe bibliografice, acces la baze de date etc.) în biblioteca UAB , atât în format clasic, cât și electronic, dat totodată și gratuit. Totodată, se asigură studenților accesul la baze de date internaționale și resurse	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex” din București

	organizează învățământul la nivel de masterat.	electronice, prin site-ul universității. Cele patru laboratoare de informatică sunt folosite de asemenea pentru studiul individual în afara activităților de laborator, conform unui orar afișat. Prin Editura Artifex, acreditată C.N.C.S.I.S. – cod 307, se asigură editarea lucrărilor necesare procesului de învățământ.	
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	În biblioteca <i>UAB</i> se află peste 7.000 de volume, reviste, publicații naționale și internaționale, reprezentând un fond documentar propriu din domeniul economic. Fondul de carte propriu, reprezentat de 656 titluri, din care 348 titluri publicate în ultimii zece ani (ceea ce reprezintă 53,1%), acoperă cu material bibliografic disciplinele prevăzute în planurile de învățământ și este completat cu apariții „la zi” , la care se adaugă colecții de specialitate și abonamente la un număr semnificativ de publicații de specialitate românești și străine corespunzător misiunii asumate la nivelul întregii universități și a programelor sale. Disciplinele din planul de învățământ al <i>PSUM MKCA</i> , din domeniul Marketing, sunt 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.	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.	<i>PSUM MKCA</i> este un program de master profesional.	NU ESTE CAZUL
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.	<i>PSUM MKCA</i> este un program de master profesional.	NU ESTE CAZUL
15.	Serviciile/Rețeaua ICT (Information and Communication Technology) sunt permanent actualizate, iar studenții au acces la aceasta fie individual, fie în grupuri organizate.	Toate spațiile de învățământ din cadrul <i>UAB</i> au acoperire wireless, accesul studenților la resursele informatice și de comunicații făcându-se în condițiile unui regulament de acces , precum și în conformitate cu orarul stabilit . Profesorii mențin legătura cu studenții prin e-mail, platforme electronice dedicate (<i>EasyClass</i>). Facultatea dispune de o platformă online de comunicare cu studenții (<i>Easyclass</i>), ușurând astfel procesul de învățare – predare-evaluare.	îndeplinit
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.	<i>Universitatea „ARTIFEX” din București</i> dispune de o metodologie de ocupare a posturilor didactice, în conformitate cu exigențele învățământului superior impuse pe plan național. Criteriile de studii și de cercetare științifică avute în vedere la recrutarea, selecția și promovarea cadrelor didactice au fost cele prevăzute în Metodologia cadru de concurs pentru ocuparea posturilor didactice și de cercetare vacante din învățământul	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex” din București

		superior aprobată prin H.G. 457/2011, cu modificările și completările ulterioare și în <i>Metodologia de concurs pentru ocuparea posturilor didactice și de cercetare vacante din cadrul UAB.</i>	
18.	Cadrul didactic coordonator/responsabil al domeniului de masterat asigură compatibilizarea programelor de studii din domeniu.	Programul de studii de <i>master Marketing și Comunicare în Afaceri</i> din domeniul Marketing este coordonat de Conf. univ. dr. Andrei Buiga, numit prin decizia rectorului, cu experiență didactică și de cercetare și competențe administrativ-manAGERIALE.	îndeplinit
19.	Personalul didactic este format din profesori universitari, conferențieri universitari, șefi de lucrări (lectori universitari) titulari sau asociați, sau specialiști reputați (maxim 20% din total cadre didactice implicate într-un program); titularii disciplinelor complementare trebuie să aibă titlul de doctor în domeniul disciplinelor predate.	În anul universitar 2019-2020, personalul didactic cu activități la programul de studii MKCA este reprezentat de 12 cadre didactice, din care 11 sunt cadre didactice titulare UAB și un cadru didactic asociat, în următoarea structură: trei profesori, cinci conferențieri, trei lectori universitari și un cadru didactic asociat, specialist în domeniul postului (reprezentând 0,08%).	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 anul universitar 2018-2019, la programul Marketing și Comunicare în Afaceri , din domeniul Marketing , și-au desfășurat activitatea <i>trei cadre didactice cu titlul de profesor universitar și șase cadre didactice cu titlul de conferențiar universitar, titulari în UAB</i> , reprezentând 69,23% din cadrele didactice cu activități la PSUM evaluat. În anul universitar 2019-2020, la programul Marketing și Comunicare în Afaceri , din domeniul Marketing își desfășoară activitatea <i>trei cadre didactice cu titlul de profesor universitar și cinci cadre didactice cu titlul de conferențiar universitar, titulari în UAB</i> , reprezentând 66,67% din cadrele didactice cu activități la PSUM evaluat. Acestea au pregătirea inițială / doctoratul și / sau rezultate științifice în ramura de știință în care se încadrează domeniul de masterat evaluat.	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.	Din cele 12 cadre didactice care prestează activități didactice la programul de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri , din domeniul Marketing în anul universitar 2019-2020, 11 au calitatea de titular în UAB, reprezentând 91,67% din cadrele didactice cu activități la programul evaluat.	îndeplinit
22.	Cel puțin 50% din disciplinele din planul de învățământ asistate integral, normate în Statul de funcții potrivit formei de învățământ, au ca titulari cadre didactice cu	Mai mult de 50%, respectiv 78,57%, ceea ce înseamnă că 11 discipline din totalul de 14 discipline incluse în planul de învățământ aferent programului de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri , din domeniul Marketing au ca titulari cadre didactice cu titlul de profesor universitar sau conferențiar universitar.	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex” din București

	titlul de profesor universitar sau conferențiar universitar.		
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.	În cadrul <i>UAB</i> aspectele ce vizează admiterea la studiile universitare de master (proceduri, termene, condiții de înscriere, desfășurare etc) sunt descrise în „Metodologia privind organizarea și desfășurarea concursului de admitere la programele de studii universitare de licență și de master pentru anul universitar 2019-2020”, care, alături de cifra de școlarizare, sunt publicate pe site-ul <i>UAB</i> la începutul anului, cât și în broșuri/pliante.	îndeplinit
25.	Admiterea se bazează exclusiv pe competențele academice ale candidatului și nu aplică niciun fel de criterii discriminatorii.	Admiterea se face în limita capacității de școlarizare stabilite de ARACIS și publicate în H.G. din anul curent, cu respectarea standardelor ARACIS specifice masterelor. Informațiile necesare sunt anunțate public și promovate cu cel puțin 6 luni înaintea concursului de admitere. Oferta educațională a <i>UAB</i> este adusă la cunoștința celor interesați prin intermediul unei politici adecvate de marketing universitar, a cărei implementare presupune participarea cadrelor didactice la întâlniri organizate cu liceenii, diseminarea la târguri educaționale, participarea anuală, la sfârșitul lunii mai, cu un stand de promovare la Salonului Cooperăției Meșteșugărești – COOPEXPO, organizat de Uniunea Națională a Cooperăției Meșteșugărești – UCECOM, publicarea de broșuri de prezentare, pliante și postere, publicarea informațiilor pe site-ul web al <i>UAB</i> . În ceea ce privește admiterea și înmatricularea la programele de studii universitare de masterat din cadrul <i>UAB</i> , evaluarea studenților, promovarea anilor de studii, întreruperile de studii, reînmatriculările, transferurile, mobilitățile temporare și exmatriculările, precum și drepturile și îndatoririle studentului, acestea sunt reglementate de Regulamentul privind activitatea profesională a masteranzilor în <i>UAB</i> .	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 <i>UAB/Facultății de Management -Marketing</i> există și se aplică „Metodologia privind organizarea și desfășurarea concursului de admitere la programele de studii universitare de licență și de master pentru anul universitar 2019-2020	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.	În cadrul <i>UAB</i> programele de masterat profesionale sunt orientate preponderent spre formarea competențelor profesionale specializate sau spre reconversia profesională, care completează competențele profesionale de bază obținute prin programele de licență, asigurând astfel continuarea studiilor de licență și o apropiere mai mare de piața forței de muncă.	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

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

Universitatea „Artifex” din București

		<p>În anul universitar 2019-2020, 81,54% dintre studenții înmatriculați la programul de studii universitare de masterat <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i>, din domeniul <i>Marketing</i> au diploma de licență în domeniul economic.</p> <table border="1" data-bbox="672 284 1877 509"> <thead> <tr> <th colspan="7">Numărul studenților înscriși în anul I în funcție de programul de studii de licență absolvit</th> </tr> <tr> <th>Anul universitar</th> <th>Absolvenți programe de licență din domeniul economic</th> <th>Absolvenți programe de licență din alte domenii</th> <th>Total</th> <th>Absolvenți programe de licență din domeniul economic</th> <th>Absolvenți programe de licență din alte domenii</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2017 - 2018</td> <td>34</td> <td>8</td> <td>42</td> <td>80,95%</td> <td>19,05%</td> <td>100,00%</td> </tr> <tr> <td>2018 - 2019</td> <td>40</td> <td>8</td> <td>48</td> <td>83,33%</td> <td>16,67%</td> <td>100,00%</td> </tr> <tr> <td>2019 - 2020</td> <td>53</td> <td>12</td> <td>65</td> <td>81,54%</td> <td>18,46%</td> <td>100,00%</td> </tr> </tbody> </table>	Numărul studenților înscriși în anul I în funcție de programul de studii de licență absolvit							Anul universitar	Absolvenți programe de licență din domeniul economic	Absolvenți programe de licență din alte domenii	Total	Absolvenți programe de licență din domeniul economic	Absolvenți programe de licență din alte domenii	Total	2017 - 2018	34	8	42	80,95%	19,05%	100,00%	2018 - 2019	40	8	48	83,33%	16,67%	100,00%	2019 - 2020	53	12	65	81,54%	18,46%	100,00%	
Numărul studenților înscriși în anul I în funcție de programul de studii de licență absolvit																																						
Anul universitar	Absolvenți programe de licență din domeniul economic	Absolvenți programe de licență din alte domenii	Total	Absolvenți programe de licență din domeniul economic	Absolvenți programe de licență din alte domenii	Total																																
2017 - 2018	34	8	42	80,95%	19,05%	100,00%																																
2018 - 2019	40	8	48	83,33%	16,67%	100,00%																																
2019 - 2020	53	12	65	81,54%	18,46%	100,00%																																
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 ultimele patru promoții, gradul de promovare a studenților după primul an de studii ,pentru programul de studii universitare de master <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i>, din domeniul <i>Marketing</i> este prezentat mai jos</p> <table border="1" data-bbox="660 743 1592 1007"> <thead> <tr> <th>Anul universitar</th> <th>Studenți înscriși în anul I</th> <th>Studenți promovați</th> <th>Promovabilitate</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2015 - 2016</td> <td>41</td> <td>35</td> <td>85,37%</td> </tr> <tr> <td>2016 - 2017</td> <td>39</td> <td>30</td> <td>76,92%</td> </tr> <tr> <td>2017 - 2018</td> <td>42</td> <td>28</td> <td>66,67%</td> </tr> <tr> <td>2018 - 2019</td> <td>48</td> <td>40</td> <td>83,33%</td> </tr> </tbody> </table>	Anul universitar	Studenți înscriși în anul I	Studenți promovați	Promovabilitate	2015 - 2016	41	35	85,37%	2016 - 2017	39	30	76,92%	2017 - 2018	42	28	66,67%	2018 - 2019	48	40	83,33%	îndeplinit															
Anul universitar	Studenți înscriși în anul I	Studenți promovați	Promovabilitate																																			
2015 - 2016	41	35	85,37%																																			
2016 - 2017	39	30	76,92%																																			
2017 - 2018	42	28	66,67%																																			
2018 - 2019	48	40	83,33%																																			
30.	Admiterea/transferul se face în limita capacității de școlarizare aprobate de ARACIS și publicate în HG din anul calendaristic curent.	<p>Admiterea și transferul studenților se fac în limita capacității de școlarizare potrivit prevederilor legale. Ponderea studenților înmatriculați în anul I de studii la programul de studii universitare de master <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i>, din domeniul <i>Marketing</i> este prezentată în următorul tabel</p> <table border="1" data-bbox="660 1107 1776 1367"> <thead> <tr> <th>Anul universitar</th> <th>Număr studenți înmatriculați în anul I</th> <th>Cifra de școlarizare</th> <th>Pondere</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016 - 2017</td> <td>39</td> <td>50</td> <td>78,00%</td> </tr> <tr> <td>2017 - 2018</td> <td>42</td> <td>50</td> <td>84,00%</td> </tr> <tr> <td>2018 - 2019</td> <td>48</td> <td>75</td> <td>64,00%</td> </tr> <tr> <td>2019 - 2020</td> <td>65</td> <td>75</td> <td>86,67%</td> </tr> </tbody> </table>	Anul universitar	Număr studenți înmatriculați în anul I	Cifra de școlarizare	Pondere	2016 - 2017	39	50	78,00%	2017 - 2018	42	50	84,00%	2018 - 2019	48	75	64,00%	2019 - 2020	65	75	86,67%	îndeplinit															
Anul universitar	Număr studenți înmatriculați în anul I	Cifra de școlarizare	Pondere																																			
2016 - 2017	39	50	78,00%																																			
2017 - 2018	42	50	84,00%																																			
2018 - 2019	48	75	64,00%																																			
2019 - 2020	65	75	86,67%																																			

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

Universitatea „Artifex” din București

		Admiterea se face în limita capacității de școlarizare stabilite de ARACIS și publicate în H.G. din anul curent, cu respectarea standardelor ARACIS specifice masterelor.	
31.	Studenții înmatriculați au încheiat cu instituția un Contract de studii, în care sunt prevăzute drepturile și obligațiile părților.	Studenții înmatriculați au încheiat cu <i>Universitatea „ARTIFEX” din București</i> un contract de studii, care respectă legislația în vigoare, 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.	În cadrul <i>UAB</i> , planurile de învățământ ale programului de studii universitare de master din <i>domeniul Marketing</i> sunt elaborate după o consultare prealabilă a mediului academic, a angajatorilor, a absolvenților, urmărindu-se corelarea cu CNC, respectarea Standardelor specifice domeniului de masterat, elaborate de ARACIS și Procedurile proprii, elaborate de Senatul Universitar. În proiectarea structurii și conținutului programului de studii universitare de master <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i> , din <i>domeniul Marketing</i> , se pleacă de la analiza rezultatelor învățării, în concordanță cu competențele dezvoltate prin supervizarea procesului asistat de învățare-cercetare	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.	Prin structură și conținut, <i>PSUM MKCA</i> din cadrul domeniului de studii universitare de master <i>Marketing</i> , asigură un parcurs adecvat, care conduce la dobândirea de competențe corespunzătoare obiectivelor declarate. Programul de studii universitare de masterat, <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i> din <i>domeniul Marketing</i> , se adresează atât celor care vizează poziții de execuție în domeniul activităților de marketing, dar și profesioniștilor din organizații, absolvenți cu diplomă de licență, care lucrează deja și au dobândit experiență practică. Ca urmare a faptului că tematica disciplinelor este corelată permanent cu dezvoltarea științifică în domeniu și cu cerințele pieței muncii, relevanța cognitivă și profesională a programului de studii universitare de master <i>MKCA</i> este definită în funcție de ritmul dezvoltării cunoașterii și tehnologiei din domeniul economic și de cerințele pieței muncii și ale calificărilor, care corespund nivelului 7 atât din Cadrul național al calificărilor (CNC), cât și din Cadrul european al calificărilor (EQF)	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 al <i>PSUM MKCA</i> , din <i>domeniul Marketing</i> cuprinde explicit activități practice : laboratoare, proiecte, stagii de practică și o disertație prin care se atestă că fiecare student a acumulat competențele așteptate.	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.	Planul de învățământ al programului de studii <i>MKCA</i> cuprinde <i>discipline obligatorii și opționale</i> conform deciziei organizatorului programului de studii, în consultare cu studenții, angajatorii sau cu alte părți interesate. În structura planului de învățământ al programului de studii <i>MKCA</i> nu sunt incluse și discipline facultative. În planul de învățământ aferent promoției 2019-2021, ponderea fiecărei categorii de discipline este următoarea:	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex” din București

		Tip disciplină	Notație	Ponderi program %	
		Discipline obligatorii	DO	74,24%	
		Discipline opționale (la alegere)	DA	25,76%	
		Total		100	
36.	Modul de organizare a procesului de învățare și predare și metodele pedagogice folosite sunt evaluate periodic și modificate atunci când este cazul.	<p>În cadrul UAB , evaluarea modului de organizare a procesului de predare și învățare și a metodelor pedagogice folosite se realizează semestrial.</p> <p>Există obligativitatea evaluării periodice a cadrelor didactice de către studenți, drept componentă importantă în formarea unei opinii corecte despre performanța profesională și morală a fiecărui cadru didactic. Evaluarea se realizează prin intermediul unui chestionar on-line, în ultimele două săptămâni până la finalizarea cursului/seminarului, în conformitate cu prevederile „Regulamentului privind evaluarea cadrelor didactice de către studenți”. În urma prelucrării se elaborează un document în care se prezintă aprecierea activității didactice de către studenți. Concluziile evaluării din partea studenților sunt parte integrantă a Raportului privind evaluarea cadrelor didactice de către studenți</p> <p>De asemenea, are loc o dată la doi ani și evaluarea activității cadrelor didactice de către colegi, în baza „Regulamentului privind evaluarea colegială” , reprezentând o componentă esențială a evaluării periodice a cadrelor didactice. Rezultatul evaluării colegiale a personalului didactic reprezintă indicatorul calității relațiilor interpersonale între membrii departamentului, având impact asupra eficienței și climatului organizațional. Rolul acesteia este de a contura imaginea cadrului didactic în percepția departamentului și de a furniza informații pentru reglarea și autoreglarea comportamentului instituțional.</p> <p>La nivelul facultății există o comisie de evaluare a performanțelor didactice și de cercetare.</p> <p>Directorul de departament are responsabilitatea evaluării anuale a personalului didactic, realizată în conformitate cu „Regulamentul privind evaluarea cadrelor didactice de către directorul de departament” evaluare care evidențiază gradul de îndeplinire a standardelor de performanță individuale din “Formularul de evaluare a cadrelor didactice de către directorul de departament”.</p> <p>Evaluarea realizată de directorul departamentului are la bază „Fișa de autoevaluare”. Autoevaluarea se realizează anual și are ca obiect activitatea desfășurată de către fiecare cadru didactic, în ultimii cinci ani universitari, pe următoarele categorii de activități: proiectarea și planificarea activității didactice-produse curriculare; cercetarea științifică; recunoașterea națională și internațională; activitatea cu studenții-relații educaționale; activitatea în comunitatea academică; participarea la dezvoltarea instituțională. Prin autoevaluare, cadrele didactice pot furniza o descriere completă a muncii lor, precum și a efortului intelectual care se găsește în spatele acestei prestații. Modul de autoevaluare este prezentat în „Regulamentul privind autoevaluarea cadrelor didactice”.</p> <p>Anual, comisia de evaluare a performanțelor didactice și de cercetare ale cadrelor didactice din <i>Facultatea de Management-Marketing</i> prezintă un raport în Consiliul facultății.</p> <p>La nivelul UAB au fost inițiate acțiuni în vederea adoptării unor metode de predare-învățare corespunzătoare paradigmei învățământului european, centrate pe student Fiecare cadru didactic implicat în <i>PSUM Marketing și</i></p>			îndeplinit

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

Universitatea „Artifex“ din București

		<i>Comunicare în Afaceri</i> a elaborat o strategie de predare individualizată pentru fiecare disciplină din planul de învățământ, ținând seama de caracteristicile și interesele fiecărei grupe de studenți, de criteriile de calitate urmărite prin Fișa disciplinei.	
37.	Structura programelor de studii încurajează o abordare interdisciplinară, prin activități care contribuie la dezvoltarea profesională și în carieră a studenților.	În structura planului de învățământ al <i>PSUM MKCA</i> sunt incluse discipline obligatorii și opționale prin care se încurajează o abordare interdisciplinară și sunt create premisele pentru continuarea studiilor în ciclul al treilea de studii universitare. Masteranzii sunt sprijiniți și stimulați să desfășoare activități de cercetare, sunt implicați în elaborarea de lucrări științifice pentru a participa la olimpiade/conferințe/simpozioane științifice naționale și internaționale și publicarea lucrărilor științifice.	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.	Pentru programul de studii universitare de master <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i> , din domeniul <i>Marketing</i> , disciplinele de studiu cuprinse în planurile de învățământ au la bază <i>Fișe de disciplină</i> , întocmite și aprobate în baza unei proceduri interne, în care sunt precizate datele despre program și disciplină, timpul total estimat (ore pe semestru ale activităților didactice), obiectivele generale și specifice ale disciplinei, competențele profesionale și transversale dobândite, conținutul tematic pe capitole și teme, coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale etc., repartizarea numărului de ore de curs, seminar, lucrări practice de laborator, proiecte, stagii practice, sistemul de evaluare a cunoștințelor, formele de evaluare, modalitățile de notare, condițiile pentru promovarea disciplinei, bibliografia obligatorie și suplimentară, precum și standardele minime de performanță pentru evaluare Timpul total estimat detaliază distribuția fondului de timp al disciplinei specificând inclusiv orele alocate studiului individual de documentare și pregătire a referatelor, portofoliilor, studiilor de caz, etc. Timpul total estimat este corelat cu numărul de credite specific fiecărei discipline. Evaluarea este detaliată pe activități de curs și seminar/laborator, fiind explicit indicată ponderea componentelor în nota finală. Fișa disciplinei prevede de asemenea, standardul minim de performanță al fiecărei discipline. Metodele de evaluare folosite sunt examen scris/test, activitatea pe parcursul semestrului fiind cuantificată prin frecvența, calitatea/soliditatea interacțiunii pe parcursul activităților, examinare orală, studii de caz, teme propuse pentru rezolvare, proiecte, eseu, discuții interactive, prezentări. Formele de evaluare sunt alese corespunzător astfel încât să valideze îndeplinirea de către studenții absolvenți a obiectivelor de învățare declarate ale programului de studii <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i> .	îndeplinit
40.	Fișele disciplinelor pentru programele de studii de masterat de cercetare științifică sunt proiectate astfel încât să asigure studenților abilități practice/de cercetare,	Nu este cazul.	Nu este cazul

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

Universitatea „Artifex” din București

	care să le permită realizarea/ conducerea unor lucrări/proiecte de cercetare.		
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.	În cadrul <i>PSUM MKCA</i> , din <i>domeniul Marketing</i> , procesul didactic este organizat în concordanță cu misiunea și obiectivele declarate. Obiectivele generale ale programului, precum și obiectivele specifice disciplinelor studiate sunt exprimate explicit în Misiunea și obiectivele programului de studiu și în fișele de disciplină Planul de învățământ este astfel structurat încât să permită dobândirea cunoștințelor de specialitate și dezvoltarea competențelor specificate în perioada de derulare a studiilor de masterat, 2 ani pentru programul evaluat în Fișa disciplinei sunt precizate competențele formulate ca rezultate așteptate ale <i>PSUM MKCA</i> .	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 fiecărei discipline este prevăzut în planul de învățământ al programului <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i> , din <i>domeniul Marketing</i> și în fișa disciplinei, fiind specificate distinct orele de activități didactice și orele de studiu individual (documentare și pregătire a referatelor, portofoliilor, etc.). Orele de studiu individual sunt corelate cu numărul de credite alocate disciplinei respective. Metodele de predare precum prelegerea, expunerea, exemplificarea, studiul de caz, simularea, dezbaterile, aplicațiile, utilizarea softurilor de specialitate sunt fundamentate pe principiile psiho - pedagogiei adulților și sunt centrate pe nevoile de formare ale masteranzilor în domeniului Marketing.	îndeplinit
43.	Procesul didactic este astfel organizat încât să dezvolte abilități de studiu individual și dezvoltare profesională continuă	Disciplinele din planurile de învățământ al <i>PSUM MKCA</i> prevăd evaluarea pe parcurs a performanțelor masteranzilor prin elaborarea și prezentarea unor proiecte de specialitate realizate individual sau în echipă și menite să asigure însușirea cunoștințelor specifice domeniului și dezvoltarea competențelor necesare specialiștilor în domeniul Marketing.	îndeplinit
44.	Rezultatele analizelor referitoare la calitatea predării, învățării și evaluării studenților confirmă adecvarea metodelor de predare și evaluare utilizate.	În cadrul <i>UAB</i> se realizează monitorizarea și evaluarea periodică a planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină. Evaluarea cadrelor didactice se realizează anual de către studenți, precum și de către colegi, dar și de către directorul de departament. Rezultatele acestor monitorizări contribuie la 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.	Rezultatele acestor monitorizări contribuie la adecvarea metodelor de predare și evaluare utilizate.	îndeplinit
46.	Mecanismele de contestare a evaluării competențelor și abilităților sunt publice și oferă garanții studenților privind o reevaluare obiectivă.	La <i>UAB/ FM-M</i> mecanismele de contestare a evaluării competențelor și abilităților sunt prevăzute în „Regulamentul privind examinarea și notarea studenților de la programele de studii universitare de licență și master”, care este publicat pe site-ul universității și oferă garanții studenților privind o reevaluare obiectivă.	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex” din București

47.	În procesul de evaluare a activității de practică/ creație artistică/ cercetare științifică se ține cont de aprecierile tutorelui de practică/ îndrumătorului științific din entitatea/ organizația în care s-a desfășurat respectiva activitate.	Activitatea de practică a studenților se derulează în baza <i>Ghidului privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practică</i> în cadrul programului de studii universitare de masterat <i>MKCA</i> și a Fișei de disciplină Practica de specialitate . În procesul de evaluare a activității de practică, cadrul didactic supervizor, responsabil cu urmărirea derulării stagiului de practică, ține cont de aprecierile tutorelui din organizația în care s-a desfășurat stagiul, aceste aprecieri fiind luate în considerare pentru evaluare, alături de documentația pregătită de student în urma stagiului de practică și, respectiv de modul de susținere a acestuia în cadrul colocviului de practică.	îndeplinit
48.	Tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a studiilor (disertația) poate conține subiecte propuse și/sau formulate în colaborare cu mediul științific, mediul socio-economic și cultural.	Finalizarea studiilor se realizează în conformitate cu regulamentul specific <i>UAB</i> , lucrările de disertație trebuie să aibă un conținut original, iar tematica pentru elaborarea lucrării de finalizare a studiilor nu este restrictivă și conține subiecte propuse și/sau formulate în colaborare cu mediul științific, mediul socio-economic și cultural, studenților punându-li-se la dispoziție un ghid adecvat pentru elaborare, la nivel de universitate	îndeplinit
49.	Eficacitatea evaluării cunoștințelor/ abilităților și legătura cu rezultatele declarate ale instruirii sunt periodic monitorizate și evaluate.	În cadrul <i>UAB</i> se realizează monitorizarea și evaluarea periodică a planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină. Evaluarea cadrelor didactice se realizează anual de către studenți, precum și de către colegi, dar și de către directorul de departament.	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.	Stimularea performanțelor studenților este inclusă în politica generală promovată de <i>UAB</i> prin programe adecvate. Calitatea actului educațional nu depinde numai de oferta de cursuri, prestața cadrelor didactice și modul de evaluare, ci și de un alt factor major, respectiv modalitatea în care beneficiarii, pe lângă componenta academică, sunt consiliați, informați, îndrumați în diverse aspecte, perspective de cooperare și inserție în cadrul pieței forței de muncă . Fiecare cadru didactic are stabilit un program săptămânal de consultații cu studenții, care este diseminat prin afișare la aviziere și pe site-ul universității .În urma selecției candidaților la programele de studii universitare de licență și master, în cadrul căreia sunt relevate atât cunoștințele acumulate anterior, cât și nivelul intelectual al noilor studenți, s-a constatat un grad de omogenitate în ceea ce privește potențialul de învățare necesar pentru asimilarea noilor cunoștințe și deprinderi corespunzătoare structurii programelor de studii, astfel încât nu s-a manifestat cu stringență nevoia realizării unor programe de recuperare a unor studenți cu dificultăți în învățare. Cu toate acestea, în atenția <i>UAB</i> s-a aflat și se află elaborarea unor programe de stimulare și recuperare a studenților cu dificultăți de învățare, a studenților netradiționali sau a celor aflați în situație de risc. Astfel că, personalul didactic organizează în fiecare semestru, la toate programele de studii universitare, cursuri de pregătire centralizată suplimentară, atât pentru studenții cu dificultăți în învățare, cât și pentru studenții care nu pot frecventa în totalitate cursurile La nivelul <i>UAB</i> funcționează <i>Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră</i> , care, prin activitățile desfășurate, prin asistarea studenților în stabilirea rutei profesionale prin alegerea corespunzătoare a programelor de studiu, facilitează includerea acestora și reducerea abandonului universitar cauzat de motive profesionale sau de orientare în carieră, precum și din motive personale ori de adaptare la mediul universitar. Pentru a sprijini desfășurarea activității Centrului, pe site-ul web al Universității a fost creată o secțiune dedicată furnizării de	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex” din București

		informații specifice, necesare studenților (http://www.artifex.org.ro/consiliere-in-cariera). Centrul oferă studenților, cadrelor didactice și personalului nedidactic un spațiu de formare, comunicare și informare asupra noilor tehnologii educaționale, un loc de cultură, deschidere, întâlnire și integrare profesională. Profesorii mențin legătura cu studenții prin e-mail, prin programul de consultații săptămânale, prin intermediul platformelor electronice dedicate, precum și prin activitatea de tutorat.																					
51.	Rata de absolvire cu diplomă de master a programelor de studii de masterat din domeniul evaluat confirmă adecvarea/eficacitatea procesului de predare-învățare. (Statistici din ultimele trei promoții).	Adecvarea/eficacitatea procesului de predare-învățare la <i>PSUM MKCA</i> din domeniul <i>Marketing</i> este confirmată de rata de absolvire cu diplomă de master a programelor de studii de masterat evaluat, așa cum este evidențiată în tabelul următor	îndeplinit																				
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Promoția</th> <th>Număr absolvenți</th> <th>Număr absolvenți cu diplomă de master</th> <th>Rata de absolvire</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014 - 2016</td> <td>26</td> <td>24</td> <td>92,31%</td> </tr> <tr> <td>2015 - 2017</td> <td>31</td> <td>30</td> <td>96,77%</td> </tr> <tr> <td>2016 - 2018</td> <td>25</td> <td>23</td> <td>92,00%</td> </tr> <tr> <td>2017 - 2019</td> <td>27</td> <td>25</td> <td>92,59%</td> </tr> </tbody> </table>	Promoția	Număr absolvenți	Număr absolvenți cu diplomă de master	Rata de absolvire	2014 - 2016	26	24	92,31%	2015 - 2017	31	30	96,77%	2016 - 2018	25	23	92,00%	2017 - 2019	27	25	92,59%	
Promoția	Număr absolvenți	Număr absolvenți cu diplomă de master	Rata de absolvire																				
2014 - 2016	26	24	92,31%																				
2015 - 2017	31	30	96,77%																				
2016 - 2018	25	23	92,00%																				
2017 - 2019	27	25	92,59%																				
B2. Accesibilitatea resurselor educaționale ESG 1.6																							
52.	Instituția/facultatea supusă evaluării trebuie să dispună de bibliotecă cu fond de carte și periodice relevante în domeniul specializării în care se organizează învățământul la nivel de masterat, în format fizic și/sau electronic (acces la baze de date academice online).	Studenții <i>FM-M</i> , <i>PSUM MKCA</i> din domeniul <i>Marketing</i> , folosesc biblioteca <i>UAB</i> unde se află peste 7.000 de volume, reviste, publicații naționale și internaționale, reprezentând un fond documentar propriu din domeniul economic. Fondul de carte propriu, reprezentat de 656 titluri, din care 348 titluri publicate în ultimii zece ani, acoperă cu material bibliografic disciplinele prevăzute în planurile de învățământ și este completat cu apariții „la zi”, la care se adaugă colecții de specialitate și abonamente la un număr semnificativ de publicații de specialitate românești și străine corespunzător misiunii asumate la nivelul întregii universități și a programelor sale). Totodată, se asigură studenților accesul la baze de date internaționale și resurse electronice, prin site-ul universității Prin Editura Artifex, acreditată C.N.C.S.I.S. – cod 307, se asigură editarea lucrărilor necesare procesului de învățământ.	îndeplinit																				
53.	Disciplinele din planul de învățământ trebuie să fie acoperite cu bibliografia didactică necesară (tratate, manuale, îndrumare, note de curs, suporturi de curs) la dispoziția studenților, în format electronic sau în număr suficient de exemplare tipărite.	Disciplinele din planul de învățământ al <i>PSUM MKCA</i> , <i>domeniul Marketing</i> sunt 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. Cadrele didactice folosesc resursele noilor tehnologii (ex. e-mail, pagina personala de web pentru tematică, bibliografie, resurse în format electronic și dialog cu studenții, platforme electronice dedicate - EasyClass) și materiale auxiliare, de la tablă, la flipchart și videoproiector.	îndeplinit																				
54.	Universitatea/facultatea care organizează programele de studii universitare de masterat asigură studenților accesul electronic la baze de date naționale și internaționale specifice domeniului de studii universitare de masterat.	<i>Universitatea „ARTIFEX” din București / Facultatea de Management-Marketing</i> asigură studenților accesul la baze de date internaționale și resurse electronice, prin site-ul universității.	îndeplinit																				

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

Universitatea „Artifex” din București

55.	Stagiile de practică/cercetare/creație se desfășoară pe baza unor acorduri de colaborare cu agenți socio-economici, instituții, organizații non-profit cu activități de producție, proiectare, cercetare, și creație cultural-artistică, după caz, relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat.	<i>UAB / Facultatea de Management-Marketing</i> au încheiat convenții pentru vizite de studiu și convenții de practică cu o serie de agenți economici, pentru desfășurarea activității de practică a studenților .	îndeplinit
56.	Pentru programele de studii universitare de masterat cu predare în limbi de străine, universitatea / facultatea pune la dispoziția studenților resurse de studiu și materiale relevante în limba de predare.	Nu este cazul.	Nu este cazul
57.	Instituția de învățământ superior oferă studenților sprijin relevant pentru procesul de învățare: consiliere în carieră, consultanță și asistență etc.	<i>UAB</i> oferă studenților sprijin, consiliere în carieră, consultanță și asistență pentru procesul de învățare prin <i>Centrul de Consiliere și Orientare în Carieră, Societatea Antreprenorială Studentească</i> , dar și prin activitatea de tutorat și consultații a cadrelor didactice <i>UAB</i> oferă studenților informații cu privire la procesul educațional și activitățile conexe acestuia prin regulamentele publicate pe site-ul universității Activitatea Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră este reglementată prin <i>Metodologia privind organizarea și funcționarea Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră în UAB</i> , iar activitatea Societății Antreprenoriale Studentești se derulează în baza <i>Regulamentului privind organizarea și funcționarea societății Antreprenoriale Studentești în UAB</i> . Activitatea de tutorat se desfășoară în conformitate cu <i>Regulamentul privind activitatea de tutorat</i> .	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.	<i>UAB</i> oferă programe de stimulare și recuperare a studenților cu dificultăți de învățare, a studenților netradiționali sau a celor aflați în situație de risc. Astfel că, personalul didactic organizează în fiecare semestru, la toate programele de studii universitare, cursuri de pregătire centralizată suplimentară, atât pentru studenții cu dificultăți în învățare, cât și pentru studenții care nu pot frecventa în totalitate cursurile.	îndeplinit
59.	Există resurse educaționale alternative digitale și activități de suport on-line, implementate pe platforme e-Learning	Cadrele didactice din <i>UAB</i> , care desfășoară activități la <i>PSUM MKCA, domeniul Marketing</i> folosesc resursele noilor tehnologii (ex. e-mail, pagina personala de web pentru tematică, bibliografie, resurse în format electronic și dialog cu studenții, platforme electronice dedicate - EasyClass) și materiale auxiliare, de la tablă, la flipchart și videoproiector. Aplicațiile software utilizate în cadrul <i>UAB</i> sunt: SO Windows, pachetul Microsoft Office, SQL Server Developer 2017, ClipsWin, SIMBA - sistem informatic pentru managementul activității de brokeraj de asigurări, SIMBC - sistem informatic pentru managementul activității de brokeraj de credite, gretl, PSPP, programul de contabilitate SAGA, RETScreen, New Insight into Business pentru învățare limbi străine	îndeplinit

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

Universitatea „Artifex“ din București

B3. Rezultatele învățării ESG 1.3			
60.	<p>Cunoașterea științifică generată în cadrul programelor de studii de masterat în ultimii 5 ani se evaluează luându-se în considerare, după caz:</p> <p>a) publicațiile studenților în reviste relevante domeniului;</p> <p>b) comunicări științifice, participări artistice sau sportive la manifestări naționale și internaționale;</p> <p>c) alte rezultate ale studiilor relevante domeniului (propuneri de brevete, studii de caz, patente, produse și servicii, studii parametrice de optimizare, produse culturale, produse artistice, competiții sportive etc.);</p> <p>d) contribuții la cercetarea integrată în rețele de cercetare națională sau internațională;</p> <p>e) comunicări științifice ale studenților realizate/publicate împreună cu cadre didactice sau cercetători.</p>	<p>Rezultatele studiilor și cercetărilor studenților sunt valorificate prin participări la olimpiade, simpozioane și conferințe științifice studențești și prin elaborarea lucrărilor de disertație.</p> <p>În <i>UAB/ Facultatea de Management-Marketing</i>, funcționează cercuri studențești de cercetare științifică și se organizează periodic sesiuni de comunicări științifice, simpozioane, conferințe și mese rotunde, în care sunt implicați, pe lângă cadrele didactice, studenții, masteranzii și absolvenții. Studenților care au desfășurat activitate de cercetare științifică cu rezultate deosebite, li se acordă premii și diplome de excelență. Bianual, în <i>UAB</i> sesiunile de comunicări științifice ale cercurilor studențești sunt organizate în aceeași perioadă cu simpozioanele internaționale (în săptămâna anterioară) și, nu în ultimul rând, mai mulți studenți au colaborat cu cadrele didactice în elaborarea de comunicări prezentate la cele două simpozioane internaționale și publicate în volumele acestor manifestări.</p>	îndeplinit
61.	<p>Existența/Crearea progresivă a unei baze de date cu disertațiile susținute în ultimii ani. Lucrările prezentate sunt /vor fi stocate în extenso, în baza de date cel puțin 5 ani de la absolvire.</p>	<p>Finalizarea studiilor se realizează în conformitate cu regulamentul specific <i>UAB</i>. Lucrările de disertație, după ce au parcurs procedura antiplagiat, se arhivează și se păstrează sub formă electronică pe o perioadă de cinci ani, fiind gestionate într-o bază de date dedicată. După susținerea examenului de finalizare a studiilor, lucrarea de disertație, în format fizic, se restituie absolventului.</p>	îndeplinit
62.	<p>Statistici privind angajarea în domeniul evaluat sau în domenii conexe a absolvenților din ultimele trei promoții:</p> <p>a) în momentul înmatriculării, ponderea studenților masteranzi angajați;</p> <p>b) la un an de la absolvire, ponderea studenților masteranzi angajați</p>	<p>Absolvenții <i>PSUM Marketing și Comunicare în Afaceri</i> au capacitatea de a se angaja atât în domeniul de competență al calificării universitare pentru ocupațiile oferite prin programul de studii de masterat evaluat, cât și în alte domenii, pe baza competențelor transversale dobândite în cadrul programului. Informațiile privind angajabilitatea pentru <i>PSUM MKCA</i> sunt prezentate în tabelul următor:</p>	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

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

Universitatea „Artifex” din București

		Promoția	Număr studenți înscriși în anul I	Număr studenți angajați	Gradul de angajare la momentul înscrierii	Număr absolvenți cu diplomă de master	Număr studenți angajați la un an de la absolvire	Gradul de angajare la un an de la absolvire	
		2014 - 2016	33	21	63,64%	24	17	70,83%	
		2015 - 2017	41	27	65,85%	30	22	73,33%	
		2016 - 2018	39	25	64,10%	23	17	73,91%	
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 (proprie 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.	<p>Lucrările de disertație sunt elaborate în conformitate cu <i>ghidul de elaborare a lucrărilor de licență și disertație</i> prevăzut în <i>Regulamentul privind organizarea și desfășurarea examenelor de licență și disertație în cadrul Universității „ARTIFEX” din București în anul 2019</i>, publicat pe site-ul universității .</p> <p>Lucrările de disertație se arhivează și se păstrează sub formă electronică pe o perioadă de cinci ani, fiind gestionate într-o bază de date dedicată</p>							îndeplinit
B4. Activitatea de cercetare științifică (Criteriu aplicabil programelor de studii universitare de masterat de cercetare)									
65.	Există planuri de cercetare la nivelul facultăților/departamentelor coordonatoare ale programelor din domeniul de studii universitare de masterat evaluat, ce includ teme de cercetare relevante pentru domeniul de studii universitare de masterat.	Nu este cazul.							Nu este cazul
66.	În domeniul de studii universitare de masterat supus evaluării se organizează periodic de către instituție sesiuni științifice, simpozioane, conferințe etc., la care participă și studenții, iar contribuțiile acestora sunt diseminate în publicații relevante.	Nu este cazul.							Nu este cazul
67.	Instituția de învățământ superior face dovada existenței unor parteneriate reale cu mediul economic, social și cultural în	Nu este cazul.							Nu este cazul

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

Universitatea „Artifex” din București

	domeniul de studii universitare de masterat evaluat, care asigură cadrul de dezvoltare și realizare a unor cercetări fundamentale sau aplicative.		
68.	Studentii sunt informați despre implicațiile legale ale activității de cercetare și ale codurilor de etică și deontologie în cercetare.	Nu este cazul.	Nu este cazul
B5. Activitatea financiară a organizației			
69.	Resursele financiare disponibile sunt adecvate și asigură că obiectivele programelor de studii de masterat pot fi realizate.	Resursele financiare de care dispune <i>UAB</i> , ca instituție de învățământ superior, persoană juridică de utilitate publică și de drept privat, provenite din surse de finanțare proprii și atrase, permit realizarea misiunii asumate și a obiectivelor propuse. <i>UAB</i> dispune de cod fiscal și cont la bancă, precum și de un buget propriu, constituit din resurse financiare proprii și atrase, pe care le gestionează în conformitate cu legislația în vigoare. <i>UAB dispune de politici și resurse financiare pe termen scurt și mediu, menite a asigura sustenabilitatea financiară a programelor de studii de licență și master și elaborează bugete anuale de venituri și cheltuieli ,precum și proiecția bugetară pe un orizont de patru ani. Planificarea și definirea politicilor de investiții și de gestiune financiară se realizează în conformitate cu cifrele de școlarizare și obiectivele fiecărui program de studii universitare, într-un mod extrem de riguros, în condiții de eficiență economică și cu respectarea prevederilor legale în materie</i>	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.	Situațiile financiare întocmite de <i>UAB</i> , la data de 31 decembrie 2018, au fost supuse procesului de audit financiar extern realizat de către S.C. QUOTA AUDIT S.R.L., societate membră a Camerei Auditorilor Financiar din România, în baza contractului de audit încheiat cu <i>UAB</i> , care a evidențiat legalitatea și eficiența acțiunilor întreprinse. La nivelul universității există un Birou de Audit. Activitatea de audit intern în cadrul <i>UAB</i> este desfășurată de un auditor financiar independent, ca urmare a externalizării acestei funcții. Activitatea de audit intern se desfășoară în conformitate cu prevederile Cartei auditului intern în cadrul <i>UAB</i> , iar anual este elaborat un raport privind auditul intern, raport adresat în exclusivitate Consiliului de Administrație al <i>UAB</i> .	îndeplinit
C. MANAGEMENTUL CALITĂȚII			
C1. Strategii și proceduri pentru asigurarea calității ESG 1.1			

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

Universitatea „Artifex” din București

72.	Instituția de învățământ superior aplică politica asumată privind asigurarea calității și dovedește existența și funcționarea structurilor și mecanismelor de asigurare a calității.	<p>În cadrul UAB , își desfășoară activitatea <i>Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității</i>, în conformitate cu prevederile <i>Codului de asigurare a calității</i> aprobat de Senatul UAB.</p> <p><i>Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității</i> s-a organizat și funcționează în concordanță cu prevederile Legii Educației Naționale nr. 1/2011 cu modificările și completările ulterioare, ale Legii nr.87/2006 pentru aprobarea Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 75/2005 privind asigurarea calității educației, cu modificările și completările ulterioare. Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității își desfășoară activitatea în mod independent/autonom, nefiind subordonată unei alte structuri din cadrul Universității „ARTIFEX” din București.</p> <p><i>Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității</i> coordonează acțiunile având ca scop funcționarea eficientă și dezvoltarea sistemului de asigurare a calității din universitate ,în acord cu viziunea, misiunea și politica UAB, în concordanță cu standardele naționale și internaționale referitoare la calitatea în învățământul superior.</p> <p>UAB dispune de un <i>program de politici privind calitatea</i>, program ce precizează, totodată, și mijloacele de realizare .La stabilirea conținutului acestora s-au avut în vedere Declarația conducerii universității și angajamentul acesteia pe linia asigurării calității întregii activități didactice și de cercetare desfășurate în universitatea noastră.</p> <p><i>Manualul calității, procedurile operaționale, precum și politicile și obiectivele în domeniul calității</i> constituie un pachet de documente integrat, coerent, care face parte din și constituie nucleul Sistemului de Management al Calității certificat ISO 9001:2015 .</p> <p>Politica și obiectivele calității stabilite de <i>Facultatea de Management-Marketing</i> pentru fiecare an universitar sunt în permanență analizate, actualizate și utilizate de managementul facultății ca modalități de garantare a calității serviciilor educaționale și de cercetare. Fiecărui obiectiv îi corespund mijloace de realizare, cu prevederi și termene concrete. Aceste strategii se concretizează în <i>Planul operațional al Facultății de Management-Marketing</i> privind îmbunătățirea calității procesului de învățământ și de cercetare științifică, elaborat anual</p> <p>La nivelul <i>Facultății de Management-Marketing</i>, există comisia proprie de evaluare și asigurare a calității, care lucrează în mod integrat cu CEAC a universității. Comisia pentru evaluarea și asigurarea calității de la nivelul facultății elaborează anual un Raport privind asigurarea calității .</p>	îndeplinit
73.	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,	<p>În <i>Universitatea „ARTIFEX” din București</i> se aplică <i>„Regulamentul privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea programelor de studii”</i>, aprobat de <i>Senatul UAB</i> .Structura programelor de studii universitare de licență și masterat este evaluată și revizuită periodic, prin prisma următoarelor aspecte: nevoi și obiective identificate pe piața muncii, procese de predare-învățare-evaluare, resurse materiale, financiare și umane, concordanța dintre rezultatele declarate ale învățării și metodele de evaluare ale acestora, rezultate privind progresul și rata de succes a absolvenților, rata de angajabilitate a absolvenților în domeniul studiat, existența unui sistem de management al calității în scopul asigurării continuității și relevanței.</p> <p>În anii universitari 2016-2017, 2017-2018 și, respectiv 2018-2019, au avut loc o serie de întâlniri de lucru la care au participat responsabilii programelor de studii (inclusiv al programului <i>Marketing și Comunicare în Afaceri</i>, din <i>domeniul Marketing</i>,) cadre didactice care desfășoară activități didactice în cadrul programelor de studii respective, studenți, absolvenți, reprezentanți ai angajatorilor și ai mediului de afaceri, membrii CEAC la nivel de facultăți. Cu această ocazie au fost dezbătute o serie de aspecte legate de cerințele manifestate de piața muncii</p>	îndeplinit

RAPORTUL CONSILIULUI ARACIS

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

Universitatea „Artifex” din București

	<p>f) rata de angajabilitate a absolvenților în domeniul studiat, g) existența unui sistem de management al calității în scopul asigurării continuității și relevanței.</p>	<p>În ceea ce privește competențele profesionale ale absolvenților, oportunitatea programelor de studii ale UAB ,ocupațiile posibile ale absolvenților studiilor de licență și masterat ai universității, structura planurilor de învățământ, precum și alte aspecte legate de buna desfășurare a procesului de învățământ. De asemenea, pe parcursul anului universitar, dar și la finele acestuia, reprezentanții angajatorilor au fost invitați să completeze, în mod individual, o <i>Fișă de oportunitate și analiză privind calificările obținute de absolvenții programului de studii universitare de masterat</i> .</p> <p>Pe baza concluziilor desprinse din analizele colegiale, consultările cu studenții, absolvenții și reprezentanții mediului de afaceri, cu respectarea prevederilor Ordinului nr. 3475/2017 pentru aprobarea Metodologiei de înscriere și înregistrare a calificărilor din învățământul superior în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS), ale Hotărârii nr. 915/2017 privind modificarea anexei la Hotărârea Guvernului nr. 1.418/2006 pentru aprobarea Metodologiei de evaluare externă, a standardelor, a standardelor de referință și a listei indicatorilor de performanță a Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior, precum și ținând seamă de Standardele specifice privind evaluarea externă a calității academice la programele de studii din domeniile de licență și master aferente comisiilor de specialitate nr. 6 și 7, Științe economice I și II, au fost propuse o serie de modificări în ceea ce privește ocupațiile posibile ale absolvenților programelor de studii, planurile de învățământ și anexele aferente ale acestora.</p> <p>Propunerile de modificare a ocupațiilor posibile, a planurilor de învățământ și a anexelor acestora au fost ulterior analizate și dezbătute în cadrul ședințelor <i>departamentului Management-Marketing</i> și, ulterior, a ședințelor consiliului facultății. Planurile de învățământ și anexele aferente au fost avizate în cadrul departamentului, a consiliului facultății ,în Consiliul de administrație și, ulterior, aprobate de către <i>Senatul UAB</i>.</p> <p>Aspectele legate de rezultate privind progresul și rata de succes a absolvenților, rata de angajabilitate a absolvenților în domeniul studiat sunt prezentate în următorul tabel</p> <table border="1" data-bbox="658 903 1850 1158"> <thead> <tr> <th>Promoția</th> <th>Număr studenți înscriși în anul I</th> <th>Număr studenți angajați</th> <th>Gradul de angajare la momentul înscrierii</th> <th>Număr absolvenți cu diplomă de master</th> <th>Număr studenți angajați la un an de la absolvire</th> <th>Gradul de angajare la un an de la absolvire</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014 - 2016</td> <td>33</td> <td>21</td> <td>63,64%</td> <td>24</td> <td>17</td> <td>70,83%</td> </tr> <tr> <td>2015 - 2017</td> <td>41</td> <td>27</td> <td>65,85%</td> <td>30</td> <td>22</td> <td>73,33%</td> </tr> <tr> <td>2016 - 2018</td> <td>39</td> <td>25</td> <td>64,10%</td> <td>23</td> <td>17</td> <td>73,91%</td> </tr> </tbody> </table>	Promoția	Număr studenți înscriși în anul I	Număr studenți angajați	Gradul de angajare la momentul înscrierii	Număr absolvenți cu diplomă de master	Număr studenți angajați la un an de la absolvire	Gradul de angajare la un an de la absolvire	2014 - 2016	33	21	63,64%	24	17	70,83%	2015 - 2017	41	27	65,85%	30	22	73,33%	2016 - 2018	39	25	64,10%	23	17	73,91%	
Promoția	Număr studenți înscriși în anul I	Număr studenți angajați	Gradul de angajare la momentul înscrierii	Număr absolvenți cu diplomă de master	Număr studenți angajați la un an de la absolvire	Gradul de angajare la un an de la absolvire																									
2014 - 2016	33	21	63,64%	24	17	70,83%																									
2015 - 2017	41	27	65,85%	30	22	73,33%																									
2016 - 2018	39	25	64,10%	23	17	73,91%																									
74.	<p>Procesul de monitorizare a opiniei studenților este adecvat din punctul de vedere al relevanței informației colectate, al ratei de răspuns precum și al măsurilor de îmbunătățire (identificate și implementate).</p>	<p>Procesul de monitorizare a opiniei studenților este reflectat în <i>Anexa 69 UAB</i> și se realizează în principal prin următoarele instrumente: -chestionarul privind nivelul de satisfacție al studenților/absolvenților în raport cu dezvoltarea profesională și personală asigurată de universitate; -chestionarul online privind evaluarea cadrelor didactice de către studenți; -întâlniri de lucru în cadrul Centrului de Consiliere și Orientare în Carieră.</p>	îndeplinit																												

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

Universitatea „Artifex” din București

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.	La proiectarea conținutului <i>PSUM MKCA</i> , din <i>domeniul Marketing</i> au fost consultați studenții, absolvenții, reprezentanți ai angajatorilor și ai asociațiilor profesionale relevante. <i>Facultatea de Management-Marketing</i> , prin intermediul Departamentului de Management-Marketing și la nivelul consiliului facultății), analizează la sfârșitul fiecărei promoții schimbările produse în profilurile calificărilor, pe piața forței de muncă și se adaptează acestora prin îmbunătățirea continuă a planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină, prin introducerea de noi discipline sau prin aducerea la zi a celor existente la aceste cerințe.	îndeplinit
76.	Rezultatele monitorizării opiniei angajatorilor cu privire la pregătirea absolvenților sunt utilizate în procesul de îmbunătățire a conținutului și structurii programelor de studii.	Reprezentanții angajatorilor sunt consultați cu privire la adecvarea și corelarea programelor de studii de masterat la cerințele pieței muncii.	îndeplinit
77.	Monitorizarea opiniei studenților cu privire la procesul didactic confirmă eficiența acestuia și a serviciilor suport oferite.	În cadrul <i>UAB</i> , evaluarea modului de organizare al procesului de predare și învățare și a metodelor pedagogice folosite se realizează semestrial. Există obligativitatea evaluării periodice a cadrelor didactice de către studenți, drept componentă importantă în formarea unei opinii corecte despre performanța profesională și morală a fiecărui cadru didactic. Evaluarea se realizează prin intermediul unui chestionar on-line, în ultimele două săptămâni până la finalizarea cursului/seminarului, în conformitate cu prevederile „Regulamentului privind evaluarea cadrelor didactice de către studenți în urma prelucrării se elaborează un document în care se prezintă aprecierea activității didactice de către studenți. Concluziile evaluării din partea studenților, din <i>UAB</i> , sunt parte integrantă a Raportului privind evaluarea cadrelor didactice de către studenți. Conform acestui raport, procesul didactic este eficient, toate cadrele didactice fiind evaluate cu punctaje situate în jumătatea superioară a scalei.	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 a calității.	În cadrul <i>Universității „ARTIFEX” din București / Facultății de Management-Marketing</i> , transparența informațiilor cu privire la serviciile oferite și calitatea acestora se asigură pe diverse căi, prin acțiuni coordonate la nivel instituțional, mai importante fiind: întreținerea site-ului web al universității, structurat pe facultăți, care prezintă informații referitoare la programele de studii, resursele umane, baza legislativă, desfășurarea admiterii în ciclul de studii universitare de licență și master (componenta dosarului de înscriere, condiții de înscriere și admitere, taxe, facilități oferite candidaților, programul admiterii etc.), facilitățile oferite studenților, aspecte de interes pentru public, în general, și pentru studenți, în special; organizarea anuală a unor manifestări de promovare a serviciilor educaționale pentru informarea studenților potențiali; publicarea rapoartelor de evaluare instituțională și a programelor de studiu; alte acțiuni de promovare prin mass media a imaginii și serviciilor universității, desfășurate atât de conducerea universității, cât și de membrii comunității academice. Promovarea programelor de studii universitare de licență și master din oferta educațională a <i>UAB</i> se face prin se face prin publicitate în mass-media, prin modalități electronice (site-ul universității), prin valorificarea metodelor individualizate de transmitere a informației, implicând proprii studenți și cadre didactice, precum și partenerii din mediul economic cu care <i>UAB</i> colaborează.	îndeplinit

Informațiile despre programele de studii universitare de masterat și planurile de învățământ aferente sunt disponibile pe pagina web a universității (obiective, conținut și structură, competențe și abilități și perspective de angajare).

PSUM MKCA este înregistrat în RNCIS.

Fișele disciplinelor cuprind informații despre competențele specifice acumulate, obiective, conținuturi, metode de predare, criterii și metode de evaluare și standarde minime de performanță. De asemenea, fișele disciplinelor includ informații despre resursele de învățare (materiale didactice disponibile în bibliotecă în format fizic sau electronic). Potrivit *Procedurii operaționale privind elaborarea, actualizarea și aprobarea fișelor de disciplină aferente unui program de studii de licență/masterat*, ce se aplică în UAB, fișele de disciplină se regăsesc, pentru consultare, în format electronic, în Biblioteca UAB.

În conformitate cu art. 35 din *Regulamentul privind organizarea și desfășurarea examenelor de licență și disertație în UAB, în anul 2019*, rezultatul examenului de disertație se comunică prin afișare la sediul universității și pe pagina web a instituției, în termen de cel mult 48 de ore de la data susținerii acestuia

În conformitate cu art. 11 din *Regulamentul privind examinarea și notarea studenților de la programele de studii universitare de licență și master*, rezultatele examenelor orale se comunică studenților în ziua desfășurării acestora. Rezultatele examenelor scrise se comunică studenților în cel mult trei zile lucrătoare de la data desfășurării examenelor respective.

Pentru menținerea legăturii cu absolvenții, se folosește contul de Facebook: <https://www.facebook.com/Universitatea-Artifex-Bucuresti-Asociatia-Absolventilor-786422251387757/>

În UAB funcționează Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității care coordonează acțiunile având ca scop funcționarea eficientă și dezvoltarea sistemului de asigurare a calității din UAB în acord cu viziunea, misiunea și politica universității, în concordanță cu standardele naționale și internaționale referitoare la calitatea în învățământul superior.

IV. Recomandări

- introducerea de discipline facultative în planul de învățământ;
- modificarea formulării probei de la admiterea la masterat, respectiv proba de „test interviu „ să devină „test scris”(deoarece ca test scris se desfășoară în realitate);
- dezvoltarea mobilităților pentru studenți;
- elaborarea unui Program de activitate anual al Centrului de consiliere, care să cuprindă principalele direcții de acțiune;
- în cadrul discuțiilor purtate cu studenții, aceștia au formulat propunerea ca universitatea să organizeze și studii doctorale, deoarece ei consideră că le sunt utile în dezvoltarea profesională.



► PROPUNEREA COMISIEI DE EVALUARE

Propunerea Comisiei de experți permanenți de specialitate – Științe Economice 1, adoptată în ședința din data de 12.12.2019 a fost: **Menținerea acreditării domeniului** de studii universitare de masterat **MARKETING**, cu o capacitatea de școlarizare de 75 studenți școlarizați în primul an de studiu, conform Extrasului din procesul verbal, Raportului de evaluare al Comisiei și Fișelor de evaluare, înregistrate la ARACIS cu nr. 675 din 12.12.2019.

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	București	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	București	româna	IF	120	Profesional

⇒ **Universitatea „Artifex” din București;**

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

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

Raportul Agenției Române de Asigurare a Calității în Învățământul Superior și soluția propusă au fost discutate și aprobate de Consiliul ARACIS la data de 19.12.2019.

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 19.12.2024 (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 și Cercetării în vederea elaborării Hotărârii de Guvern și spre luare la cunoștință de către Universitatea „Artifex” din București.



	Denumire /Indicatori	Observații
1.	Instituția de învățământ superior (denumire în limba română și în engleză)	Universitatea Artifex din Bucuresti (Artifex University of Bucharest)
2.	Domeniul de studii universitare de masterat evaluat (denumire în limba română și în engleză)	Marketing (Marketing)
3.	Lista programelor de studii universitare de masterat din domeniu (denumire în limba română și în engleză)	1. Marketing și comunicare în afaceri (Marketing and Business Communication)
4.	Numărul de studenți înmatriculați la programele de studii de masterat din domeniu	105 studenți (65 Anul I/40 anul II) IF la PSM Marketing și comunicare în afaceri , domeniul Marketing
5.	Numărul de cadre didactice care predau la programele de studii de masterat din domeniu, din care titulari	12 cadre didactice din care 11 titulari la PSM Marketing și comunicare în afaceri, domeniul Marketing
6.	Diplomă eliberată	Diplomă de masterat
7.	Nivelul de calificare conform CNC	7
8.	Obiectivele comune ale programelor de studii de masterat din domeniu	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, capabili să facă față cerințelor economiei actuale, bazată pe concurență, performanță, progres, în contextul dezvoltării durabile.Misiunea programului de master evaluat se înscrie în misiunea Universității „ARTIFEX” din București de a genera și de a transfera cunoaștere către societate prina) formare inițială și continuă la nivel universitar, în scopul dezvoltării personale, al inserției profesionale a individului și al satisfacerii nevoii de competență a mediului socio-economic; b) cercetare științifică, dezvoltare, inovare și transfer tehnologic, prin creație individuală și colectivă, în domeniul științelor economice, precum și valorificarea și diseminarea rezultatelor acestora. Conform Cartei, misiunea Universității „ARTIFEX” implică asumarea unei responsabilități publice și trebuie să aibă în vedere patru condiții: nevoia și cererea socială de absolvenți bine pregătiți, cu competențe specifice; competența instituției și răspunsul ei față de

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

Universitatea „Artifex” din București

		cererea socială; responsabilitatea față de segmentul economic ce solicită pregătirea, necesită și absoarbe cadrele pe care Universitatea le pregătește; responsabilitatea publică față de încrederea pe care o acordă cei ce solicită pregătirea superioară prin sistemul pe care Universitatea „ARTIFEX” îl propune.
9.	Durata de școlarizare (exprimată în număr de semestre)	Marketing și Comunicare în Afaceri (MKCA)- 4 semestre 4 semestre
10.	Numărul total de credite ECTS	Marketing și Comunicare în Afaceri (MKCA) 120 credite ECTS
11.	Scurtă descriere a calificărilor vizate pe domeniu	Studiile in cadrul domeniului Marketing asigură competențe și abilități atât absolvenților care vizează poziții de execuție în domeniul activităților de marketing, dar și profesioniștilor din organizații, absolvenți cu diplomă de licență, care lucrează deja și au dobândit experiență practică.
12.	Verdict - Menținerea acreditării / neacreditare (în limba română și în engleză)	Menținerea acreditării / Maintaining of accreditation
13.	Modificări solicitate în vederea reanalizării domeniului	
14.	Acreditat de ARACIS	Marketing și comunicare în afaceri (Marketing and Business Communication) (IF) 2013, conform Raportului Consiliului A.R.A.C.I.S. din 28.11.2013
15.	Echipa de evaluatori ARACIS:	Prof. univ. dr. Jugănaru Mariana Prof. univ. dr. Enache Elena Student Dalban Marian Costel
16.	Perioada vizitei de evaluare	9-11.12.2019