



Nr. facultate 284 /12.03.2025

RAPORT DE EVALUARE INTERNĂ
PRIVIND PROGRAMUL DE STUDII DE MASTER
MARKETING
Anul 2024

Domeniu: MARKETING

Număr de credite: 120

Capacitatea de școlarizare în primul an de studiu: 50

Data la care expiră avizul ARACIS: 30.01.2025.

Calificări incluse în RNCIS:

- 263104 - consilier/ expert/ inspector/ referent/ economist în comerț și marketing
- 263121 - asistent de cercetare economist în marketing
- 263120 -cercetător economist în marketing

Număr de studenți în 2024-2025 pe ani de studiu (tabel).

Program studii	Anul I	Anul II
Marketing	31	15

Promovabilitatea în 2023-2024 (pe an, tabel).

Program studii	Anul I			Anul II		
	Inscriși	Promovați	%	Inscriși	Promovați	%
Marketing	17	15	88.23	18	18	100

Gradul de finalizare al studiilor de licență/master (cu și fără diplomă, ultimele 3 generații, tabel).

Program studii	Absolvenți 2023-2024				Absolvenți 2022 - 2023				Absolvenți 2021 - 2022			
	Total	Cu diplomă	Fără diplomă	%	Total	Cu diplomă	Fără diplomă	%	Total	Cu diplomă	Fără diplomă	%
Marketing	18	16	2	88.88	20	19	1	95	19	18	1	94.73

Structura și prezentarea programului de studii: în anul 2024 planul de învățământ pentru specializarea **Marketing** a fost modificat prin adăugarea noilor competențe profesionale și transversale:

Competențe profesionale:

- C1. Asigură competitivitatea prețurilor;
- C2. Elaborează analiza rentabilității;



- C3. Gândește analitic;
- C4. Elaborează statistici financiare;
- C5. Analizează date;
- C6. Gestionează personal;
- C7. Găsește soluții pentru probleme;
- C8. Supraveghează activitatea personalului din subordine;
- C9. Implementează strategii de marketing;
- C10. Elaborează strategii de marketing;
- C11. Coordonează campanii publicitare;
- C12. Extinde prezența în regiune a companiei;
- C13. Studiază nivelurile vânzărilor de produse;
- C14. Menține relațiile cu furnizorii;
- C15. Analizează factorii externi ai societăților;
- C16. Pregătește rapoarte în urma studiilor de piață;
- C17. Oferă consultanță cu privire la strategiile de piață;
- C18. Comunică cu clienții;
- C19. Ia decizii comerciale strategice;
- C20. Pregătește materiale de prezentare.

Competențe transversale:

- CT1. Construiește spirit de echipă;
- CT2. Își asumă responsabilitatea;
- CT3. Gestionează evoluția personală;
- CT4. Se adaptează la schimbare.

Centralizatorul indicatorilor privind organizarea procesului de învățământ

1. Structura orelor după conținutul disciplinelor

Tip disciplină	Nr.ore	%
Discipline de aprofundare	434	50,23
Discipline de sinteză	402	46,53
Discipline complementare	28	3,24
Total	864	100,00

2. Structura orelor de activitate didactică după tipul disciplinei

Tip disciplină	Total ore	%
Discipline obligatorii	781	90,39
Discipline opționale	83	9,61
Total	864	100,00

3. Raportul dintre numărul de ore de curs și seminar și lucrări practice

Anul	Total ore	Ore curs	Ore seminar	Ore LP	Raport ore
Total an I	392	252	126	14	-
Total an II	472	152	107	213	-
Total ciclu	864	404	233	227	1,14

4. Raportul dintre examene și colocvii

Anul	Total	Examen	Colocviu
Anul I	10	8	2
Anul II	10	6	4
Total	20	14	6

Disponibilitatea și dotarea spațiilor de învățământ

Activitățile didactice se desfășoară în spațiile UVT. Toate spațiile sunt adecvate desfășurării activităților didactice. Spațiile de desfășurare a activităților didactice se încadrează în standardele impuse de ARACIS, numărul de locuri în sălile de curs, seminar și laborator fiind corelat cu mărimea formațiunilor de studiu.

Pentru programul de studii „Marketing” repartizarea spațiilor este prezentată mai jos.

Nr. Crt.	Specializare	Săli de curs	Săli de seminarii	Săli de laboratoare
1.	Marketing	B213 B208	B309 B204	B005 B006

Spațiile de învățământ și cercetare proprii au dotarea corespunzătoare bunei desfășurări a activității educaționale a studenților. Sălile de predare/seminarizare dispun de mobilierul adecvat desfășurării în bune condiții a activităților didactice și de aparatură de proiecție, audio-video sau de calcul, după necesitățile cadrului didactic și specificul disciplinei. Echipamentele tehnice de învățare, predare și comunicare (videoproiector, laptop, retroproiector, monitor TV, tablă interactivă, CD-uri etc.) facilitează activitatea cadrului didactic și receptivitatea fiecărui student.

Laboratoarele Facultății de Științe Economice sunt dotate fiecare cu un număr de calculatoare adecvat (18 - 30 calculatoare), videoproiectoare, multiplicatoare astfel încât procesul didactic să se desfășoare în condiții adecvate. Pentru documentarea studenților pot fi utilizate și laboratoarele celor două centre de cercetare (Centrul de Cercetări și Studii Aplicative în Management și Marketing și Centrul de Cercetare și Studii în Contabilitate și Finanțe) care funcționează în cadrul Institutului de Cercetare Științifică și Tehnologică Multidisciplinară - ICSTM.

Astfel, în dotarea programului intră: aproximativ 60 calculatoare, 3 table inteligente, 3 videoproiectoare, 2 switch-uri, 3 multifuncționale, 1 TV, 2 routere. La nivelul universității există un contract pentru servicii internet și licențe software. Toate sistemele sunt conectate la internet, conexiunea pentru sediu fiind realizată prin fibră optică cu o lățime de bandă garantată de 2 Mbps Internet și 10 Mbps legătură VPN.



Disponibilitatea și dotarea bibliotecii cu fond de carte pentru programul de studiu (câteva puncte de vedere generale).

Universitatea dispune de biblioteci 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. Biblioteca Facultății de Științe Economice dispune de patru locații:

- biblioteca centrală – 50 locuri;
- biblioteca Facultății de Științe Economice (campusul Universitar) – 70 locuri;
- biblioteca secția periodice - 40 locuri;
- biblioteca Institutului de cercetare care este și biblioteca școlii doctorale – 40 locuri.

Fondul de carte propriu din literatura de specialitate română și străină există într-un număr suficient pentru a acoperi integral disciplinele din planul de învățământ, din care peste 50 % reprezintă titluri de carte sau cursuri universitare care au apărut în ultimii 10 ani. În același timp, fondul de carte acoperă necesitățile tuturor studenților aflați în ciclul și anul de studiu la care este prevăzută disciplina respectivă. Asigurarea resurselor de învățare este responsabilitatea universității, a facultății, a departamentelor și a fiecărui cadru didactic titular de disciplină. La nivel instituțional, Biblioteca Universității asigură resursele pentru învățare prin: achiziția de manuale și alte publicații, abonamente la reviste naționale și internaționale și accesul la baze de date relaționale, cursuri în format electronic etc.

Universitatea/ facultatea asigură studenților accesul electronic la baze de date naționale și internaționale specifice domeniului de studii universitare de masterat. Biblioteca universității are acces la bazele de date THOMSON ISI : <http://isiknowledge.com>, ANELIS etc. De asemenea, începând cu data de 1 noiembrie 2018, EBSCO Information Services și ROMDIDAC, în parteneriat cu Asociația Anelis Plus, pun la dispoziția unor instituții membre ale consorțiului ANELIS Plus accesul gratuit (free trial) la baze de date EBSCO.

Biblioteca Facultății de Științe Economice dispune de număr suficient de abonamente la publicații periodice românești și străine.

Gradul de ocupare cu personal didactic și de cercetare

Cadrele didactice cu norma de bază la programul de studii „Marketing” au ocupat posturile în urma susținerii unui concurs și au fost numite pe post prin decizii ale rectorului. Facultatea de Științe Economice are personal didactic adecvat, atât numeric cât și ca pregătire, pentru activitățile prevăzute la disciplinele din planul de învățământ, pentru întreg ciclul programului de studii de licență „Marketing”.

Activitățile didactice aferente disciplinelor prevăzute în planul de învățământ sunt acoperite, ca urmare a specificului lor, de către 15 cadre didactice din care 13 sunt titulare în universitate (86,66%), 6 cadre didactice lector (40%), 4 cadre didactice conferențiar (26,66%), 5 cadre didactice profesor (33,34%).

Modalitatea de realizare a practicii (număr de ore, an). Precizați câteva exemple reprezentative de companii/instituții unde studenții au realizat practica (ultimul an universitar).

Stagiile de practică/cercetare/creație se desfășoară pe baza unor acorduri de colaborare de practică/ cercetare. Practica studenților înscriși în anul II la Programul de studii universitare de masterat „Marketing” se desfășoară în conformitate cu planul de învățământ. În planul de învățământ, disciplina „Practică” este prevăzută ca activitate obligatorie cu un număr de 90 ore. Practica se desfășoară în instituții publice sau în societăți comerciale pe baza protocoalelor încheiate de Facultatea de Științe Economice și respectivele entități. Studenții care sunt angajați pot efectua practica în compartimentele de specialitate ale entității la care își desfășoară activitatea.

Prezența la practică este obligatorie. La finalul stagiului de practică studentul trebuie să dețină:

-Atestatul/Adeverință de practică semnat și ștampilat de partenerul de practică din care trebuie să reiasă perioada derulării stagiului.

-Proiect de practică (dosar de practică) care trebuie să pună în valoare aplicarea cunoștințelor dobândite la una sau mai multe discipline studiate la facultate.

Practica se finalizează cu colocviu care constă în susținerea proiectului de practică, urmărindu-se capacitatea de transpunere în practică a noțiunilor teoretice, de sistematizare și prezentare a informațiilor.

Precizați câteva exemple reprezentative de companii/instituții unde studenții au realizat practică: ANDRU SERV EXPERT LOGISTIC, BEL LAGO DUE, UAT COMUNA GLODENI, DEJA VU INTERNATIONAL, AMENCO EXIM, CARPATIK IMPEX, CANTUP ETC.

Angajarea în domeniul evaluat sau în domenii conexe a absolvenților din ultimele 3 promoții:

Ponderea studenților masteranzi angajați în momentul înmatriculării

Program studii	promoția 2024			promoția 2023			absolventi 2022		
	Total	Angajați	%	Total	Angajați	%	Total	Angajați	%
Marketing	18	7	38,88	20	6	30	19	5	26,32

Ponderea studenților masteranzi angajați la un an de la absolvire

Program studii	promoția 2024			promoția 2023			absolventi 2022		
	Total	Angajați	%	Total	Angajați	%	Total	Angajați	%
Marketing	18	15	83,33	20	12	60	19	12	63,16

Nivelul de satisfacție al studenților în raport cu dezvoltarea profesională și personală asigurată de universitate (o sinteză, în măsura în care este posibil, asupra satisfacției studenților în ultimul an)

Pentru a măsura gradul de satisfacție al studenților față de procesul de învățământ desfășurat la Universitatea „Valahia” din Târgoviște, inclusiv a studenților de la programul de studii de master „Marketing”, a fost elaborat un chestionar. Din analiza raportului privind aceste aprecieri s-a constatat că:

-utilitatea, modul de structurare și măsura în care cursurile asigură cunoștințele și competențele așteptate au primit din partea studenților chestionați punctaje peste 4 (în grila de notare cuprinsă între 1 - Foarte slabă și 5 - Foarte bună).



-studenții chestionați apreciază activitatea titularilor de curs ca fiind foarte bună pentru majoritatea itemilor utilizați.

-pentru evaluarea aplicațiilor (laborator/seminar/proiect) studenții au acordat punctaje cu valori mari, calificativul centralizat fiind Foarte bine.

-pentru evaluarea activității titularilor de aplicații (laborator/seminar/proiect) punctajele acordate de studenți au avut valori bune în cadrul grilei de notare folosit, calificativul centralizat fiind Foarte bine.

-punctajele acordate de studenți cu privire la evaluarea condițiilor de desfășurare a activității didactice au înregistrat valori între 3,75 și 5,00, ceea ce corespunde calificativului Foarte bine.

Resursele pentru cercetare, realizarea și valorificarea cercetării

Departamentul Management-Marketing care organizează programul de studii „Marketing”, dispune de un plan de cercetare științific inclus în Planul de cercetare al Centrului de Cercetări și Studii Aplicative în Management și Marketing, inclus în planul de cercetare al Facultății de Științe Economice ca parte componentă a planului strategic.

Temele de cercetare cuprinse în plan se înscriu în aria științifică a domeniului de master, a programului de studii “ Marketing” și a disciplinelor predate la acest program de studii.

Cercetarea desfășurată în cadrul Facultății de Științe Economice, ce vizează și programul de studii de master „Marketing”, dispune de resurse logistice suficiente pentru a realiza obiectivele propuse.

De asemenea, universitatea, respectiv facultatea, asigură studenților accesul electronic la baze de date naționale și internaționale specifice domeniului de studii universitare (Science Direct Freedom Collection Journals, Clarivate Analytics, ProQuest Central, Scopus, J.O.A.M. Biblioteca Facultății de Științe Economice dispune de număr suficient de abonamente la publicații periodice românești și străine:

- <https://www.valahia.ro/baze-date-on-line/>

- <https://www.valahia.ro/noutati/acces-gratuit-la-baze-de-date-ebSCO/>

Personalul didactic desfășoară activități de cercetare științifică în domeniul disciplinelor predate, valorificate prin publicații în reviste de specialitate sau în cărți și capitole de cărți apărute la edituri din țară sau din străinătate, comunicări științifice internaționale din țară și/sau din străinătate.

Studenții Facultății de Științe Economice sunt sprijiniți și stimulați să desfășoare activități de cercetare, sunt implicați în proiecte de cercetare și sunt sprijiniți financiar pentru a participa la conferințe/simpozioane științifice naționale și internaționale și la olimpiadele AFER.

Annual, Facultatea de Științe Economice organizează sesiuni de comunicări științifice studențești, la care sunt antrenați și studenții de la programul de studii „Managementul organizației”. Cele mai bune lucrări sunt premiate și participă la Olimpiadele AFER. De asemenea, studenții de la programele de studii de licență și master realizează, împreună cu cadrele didactice, lucrări științifice cu care participă la conferințe și simpozioane naționale și internaționale. Aceste comunicări științifice sunt publicate în volumele conferințelor sau în reviste de specialitate.



Recomandările comisiei ARACIS la ultima evaluare.

- introducerea de discipline facultative în planul de învățământ;
- introducerea, ca propunere formulată de studenți, a cursurilor de marketing on line, marketing digital;
- regândirea denumirii programului de master sau diversificarea ofertei de programe de studii de master marketing, în corelație cu tendințele / cerințele manifestate pe piața muncii, pentru specialiștii de marketing;
- reanalizarea structurii planului de învățământ al programului de master marketing pentru a crește gradul de atractivitate al programului, dar și pentru a forma competențe noi, moderne cerute de piața muncii. Angajatorii au subliniat că este nevoie să se urmărească, în procesul educațional, să se dezvolte creativitatea studenților, inteligența emoțională, dezvoltarea personală, relaționarea, gestionarea eșecului.

Propuneri de îmbunătățire a calității educației pentru acest program.

.....

Aprobat în ședința departamentului din data de 13.03.2025.

Responsabil de program

Lect. univ. dr. Cornelia Denisa IVAN

Director departament

Conf. univ. dr. Violeta-Andreea ANDREIANA

Decan

Conf. univ. dr. Maria-Cristina ȘTEFAN