

UNIVERSITATEA SPIRU HARET DIN BUCUREȘTI - universitate particulară acreditată¹⁾
Spiru Haret University in Bucharest - accredited private university

SUPLIMENT LA DIPLOMĂ
DIPLOMA SUPPLEMENT

²⁾ Acest supliment însoțește diploma
cu seria nr.
This Supplement is for diploma
series no.

1. DATE DE IDENTIFICARE A TITULARULUI DIPLOMEI
INFORMATION IDENTIFYING THE HOLDER OF THE DIPLOMA

Numele de familie din certificatul de naștere <i>Family name(s) of the birth certificate</i>		Numele de familie după căsătorie (dacă este cazul) <i>Family name(s) (after marriage) (if applicable)</i>	
1.1a	<input type="text"/>	1.1b	<input type="text"/>
Inițiala (inițialele) prenumelui (prenumelor) tatălui /mamei <i>Initial(s) of father's/ mother's first name(s)</i>		Prenumele <i>First name(s)</i>	
1.2a	<input type="text"/>	1.2b	<input type="text"/>
Data nașterii (anul/luna/ziua) <i>Date of birth (year/month/day)</i>		Locul nașterii (localitatea, județul/sectorul, țara) <i>Place of birth</i>	
1.3a	<input type="text"/>	1.3b	<input type="text"/>
Numărul matricol <i>Student enrolment number</i>		Codul numeric personal (CNP) <i>Personal identification number</i>	
1.4	<input type="text"/>	Anul înmatriculării <i>Year of enrolment</i>	
		1.5	<input type="text"/>

2. INFORMATII PRIVIND CALIFICAREA
INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

Denumirea calificării și titlul acordat <i>Name of qualification and title awarded</i>	
2.1	<input type="text"/>
Marketing și Relații Publice în Afaceri - Master <i>Marketing and public relations in business - Master</i>	
Domeniul de studii <i>Field of study</i>	
2.2a	<input type="text"/>
Marketing; Cod DSU_M - 10 <i>Marketing</i>	
Programul de studii <i>Programme of study</i>	
2.2b	<input type="text"/>
Marketing și Relații Publice în Afaceri <i>Marketing and public relations in business</i>	
Numele și statutul instituției de învățământ superior care eliberează diploma (în limba română) <i>Name and status of awarding institution</i>	
Facultatea care organizează examenul de finalizare a studiilor (în limba română) <i>Faculty administering the final examination</i>	
2.3a	<input type="text"/>
Universitatea Spiru Haret - universitate particulară acreditată <i>Spiru Haret University - accredited private university;</i>	
2.3b	<input type="text"/>
Facultatea de Științe Economice București <i>Faculty of Economic Sciences Bucharest</i>	
Numele și statutul instituției de învățământ superior care a asigurat școlarizarea (dacă diferă de 2.3a, în limba română) <i>Name and status of institution administering studies (if different from 2.3a)</i>	
Facultatea care a asigurat școlarizarea (dacă diferă de 2.3b) <i>Faculty administering studies (if different from 2.3b)</i>	
2.4a	<input type="text"/>
2.4b	
<input type="text"/>	
Limba (limbile) de studiu / examinare <i>Language(s) of instruction/ examination</i>	
2.5	<input type="text"/>
Română <i>Romanian</i>	

3. INFORMATII PRIVIND NIVELUL CALIFICĂRII INFORMATION ON THE LEVEL OF THE QUALIFICATION

Nivelul calificării Level of qualification	Durata oficială a programului de studii și numărul de credite de studii transferabile (conform ECTS/SECT) Official length of the programme of study and number of ECTS/SECT credits
3.1 Studii universitare de masterat (nivel 7 EQF/CEC și CNC) Master studies	3.2 2 ani – 120 ECTS 2 years - 120 ECTS
Condițiile de admitere Access requirement(s)	
3.3 Examen de admitere Admission examination	

4. INFORMAȚII PRIVIND CURRICULUMUL ȘI REZULTATELE OBTINUTE INFORMATION ON THE CURRICULUM AND RESULTS GAINED

Forma de învățământ Mode of study	
4.1 Învățământ cu frecvență / Full-time	Competențele asigurate prin programul de studii Learning outcomes of the study programme
4.2	<p>Analiza mediului de afaceri; planificarea activității de marketing și de conducere departamentală; organizarea campaniilor integrate de marketing; coordonarea implementării strategiilor și campaniilor de marketing; controlul realizării indicatorilor tehnico-economici de marketing; negocierea și încheierea contractelor de marketing; urmărirea rezolvării reclamațiilor; promovarea imaginii organizației; organizarea activității compartimentelor din subordine; planificarea și conducerea programelor de relații publice construite pentru a crea și menține o imagine publică pozitivă și favorabilă a organizației în ochii clienților și ai opiniei publice; gestionarea de fonduri pentru proiecte speciale sau pentru organizații non-profit; planificarea și conducerea politicilor și programelor de publicitate, sau producerea de materiale conexe acestui domeniu pentru a crea un interes crescut în achiziționarea produselor sau serviciilor organizației; planificarea, organizarea, coordonarea și controlul activităților de marketing, aprovizionare și desfacere (vânzări) din cadrul organizației, precum și cu negocierea, încheierea și asigurarea derulării contractelor în aceste domenii, de la cel mai înalt nivel departamental; stabilirea și întreținerea relațiilor cu clienții arondați;</p> <p>stabilirea strategiei și instrumentelor de publicitate pentru derularea dosarelor acestora; evaluarea calității și acuratețea propunerilor publicitare, gestionarea bugetelor de publicitate ale clienților, precum și cu elaborarea și lansarea comenziilor interne (brief-urilor); organizarea de evenimente și campanii integrate, evaluarea eficienței programelor de relații publice; eficientizarea comunicării în organizație, menținerea relațiilor cu mass-media, precum și cu pregătirea întâlnirilor de lucru; stabilirea fezabilității produsului publicitar, elaborarea strategiei de creație, prezentarea conceptelor și a produselor publicitare, dezvoltarea mesajului publicitar, implementarea produsului publicitar. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă; identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei; identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</p> <p>Analysis of business environment; planning of the marketing activity and department management; organization of the integrated marketing campaigns; coordination of the implementation of marketing strategies and campaigns; follow-up on the performing the marketing technico-economic indicators; negotiating and concluding the marketing contracts; follow-up on the claims solving; promotion of the organization image; organization of the activity within lower-rank departments; planning and management of public relations programs that are meant to maintain a positive and favorable image of the company for clients and public opinion; funds management for special projects or for non-profit organization; planning and management of advertising policies and programs, or drafting materials related to this field in order to arise a surging interest in the acquisition of the company's products or services; planning, organization, coordination and control of the marketing activities, supply and sale within the organization, as well as negotiation, concluding and performing the contracts in these fields, from the highest department level; setting and maintaining relations with the clients in their area; setting the advertising strategy and instruments for their legal files; evaluation of quality and correctness of the advertising proposals, the management of advertising budgets of clients, as well as the drafting and distribution of the briefs; organization of events and integrated campaigns, the evaluation of efficiency of public relations programs; improvement of communication within organization, maintaining relations with mass-media as well as planning the work meetings; establishing the feasibility of the advertising product. Implementation of principles, norms and values of the professional ethics within a rigorous, efficient and responsible work strategy; identification of roles and duties in a multi-specialized team and implementation of relation techniques and efficient team work; identification of the opportunities of continuing education and the efficient capitalization of the learning resources and techniques for own development.</p>

Detalii privind programul absolvit, calificativele/notele/creditele ECTS/SECT obținute (conform Registrului matricol al facultății, volumul nr.x/2021)
Programme details and the individual grades/ marks/ ECTS/SECT credits obtained (according of Faculty Student Records, volume no x/2021)

4.3	Nr. No	Denumirea disciplinei Subject	Total ore Number of hours		Nota/ Grade		Nr. credite Number of ECTS/SECT credits	
			C	S,L,P,P	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem
			Anul I (anul universitar 2021-2022) 1st year of study (2021-2022 academic year)					
	1	Metodologia cercetării în domeniul științelor economice <i>Research methodology in economics</i>	14	14		-	4	-
	2	Fundamentele marketingului <i>Marketing fundamentals</i>	28	28		-	6	-
	3	Strategii și tactici de relații publice <i>Strategies and tactics of public relations</i>	28	28		-	6	-
	4	Psihologia reclamei <i>Advertising psychology</i>	28	28		-	6	-
	5	Etică și integritate academică <i>Ethics and academic integrity</i>	14	14		-	3	-
	6	Marketingul evenimentelor <i>Marketing events</i>	28	28		-	5	-
	7	Psihosociologia comunicării <i>Psycho-Sociology of communication</i>	28	28	-		-	8
	8	Metode de cercetare în marketing <i>Marketing research methods</i>	14	42	-		-	8
	9	Negocierea și managementul conflictelor <i>Negotiation and conflict management</i>	28	28	-		-	8
	10	Semiotica în marketing – curs opțional <i>Semiotics in marketing – optional course</i>						
	11	Marketing și comunicare pe Internet – curs opțional <i>Marketing and Internet communication – optional course</i>	28	14	-		-	6
Promovat cu media : ⁴⁾ Pass, average grade per academic year			Total credite/ Total ECTS/SECT credits:					
			Anul II (anul universitar 2022-2023) 2nd year of study (2022-2023 academic year)					
	1	Comunicare integrată în marketing <i>Marketing integrated communication</i>	28	28		-	9	-
	2	Managementul imaginii organizaționale <i>Organizational image management</i>	28	28		-	9	-
	3	Creativitatea în relațiile publice <i>Creativity in public relations</i>	28	28		-	9	-
	4	Practica <i>Practice</i>	-	84		-	3	-
	5	Cercetarea în relațiile publice <i>Research in public relations</i>	28	28	-		-	7
	6	Tehnici de influențare în mass - media <i>Influencing techniques in mass - media</i>	28	14	-		-	6
	7	Activitate de cercetare – proiectare <i>Research activity - design</i>	-	56	-		-	6
	8	Stagiu pentru elaborarea lucrării de disertație <i>Preparation for the elaboration of the dissertation</i>	-	28	-		-	3
	9	Discursul corporatist – curs opțional <i>Corporate discourse – optional course</i>						
	10	Neuromarketing – curs opțional <i>Neuromarketing – optional course</i>	28	28	-		-	8
Promovat cu media : ⁴⁾ Pass, average grade per academic year			Total credite/ Total ECTS/SECT credits:					
Promovat: Da								
Pass: Yes								
			Media aritmetică a anilor de studii ⁵⁾ The arithmetic of the study years:					
			Total credite: Total 120					
			ECTS/SECT credits: 120					

Sistemul de notare, și, dacă sunt disponibile, informații privind distribuția statistică a notelor
Grading scheme and, if available, grade distribution guidance

4.4 Notarea unei discipline se face pe o scală de la 10 la 1, notele acordate fiind numere întregi; nota minimă de promovare este 5, iar nota maximă este 10.
Media minimă de promovare a anilor de studii pentru promoția 2023, domeniul de studii Marketing, programul de studii Marketing și Relații Publice în Afaceri este, iar media maximă este, titularul fiind clasat pe locul dintr-un total de absolvenți.
Grades are integer numbers and given on a scale from 10 (the highest grade) to 1 (the lowest grade); the lowest passing grade is 5.
The passing overall average grades for the class of 2023, field of studii Marketing, study programme in Marketing and Public Relations in Business, are: lowest average:(out of 10) and highest average (out of 10). The degree holder is ranked out of graduates.

5. INFORMAȚII SUPLIMENTARE ADDITIONAL INFORMATION			
Informații suplimentare <i>Additional information</i>		Alte surse pentru obținerea mai multor informații <i>Further information sources</i>	
5.1	-	5.2	www.spiruharet.ro e-mail: secretariat_se@spiruharet.ro telefon: 021- 3169783; 021- 3169788 fax: 021- 3169793
6. INFORMAȚII PRIVIND DREPTURILE CONFERITE DE CALIFICARE ȘI DE TITLU (dacă este cazul) <i>INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION AND DEGREE (if applicable)</i>			
Posibilități de continuare a studiilor (după promovarea examenului de finalizare) <i>Access to further study(after passing the final examination)</i>			
6.1	Studii universitare de doctorat <i>PhD studies</i>		
	Statutul profesional (dacă este cazul) <i>Professional status(if applicable)</i>		
6.2	-		
7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT			
	Funcția <i>Position</i>	Semnătura <i>Signature</i>	Funcția <i>Position</i>
7.1	Rector <i>Rector</i>		7.2
			Secretar șef universitate <i>University Registrar</i>
7.3	Decan <i>Dean</i>		7.4
			Secretar șef facultate <i>Faculty Registrar</i>
⁶⁾ Nr. și data eliberării <i>No., dated.</i> 7.5 / Acest document conține un număr de 5 pagini. <i>This document consists of 5 pages</i>		Ștampila sau sigiliul oficial <i>Official stamp or seal</i> 7.6 <div style="text-align: center; font-size: 2em;">L. S.</div>	

¹⁾ Denumirea ministerului și a instituției de învățământ superior care a asigurat școlarizarea și care eliberează suplimentul la diplomă.

¹⁾ Name of ministry and institution administering studies and provided diploma supplement

²⁾ Se va completa de către instituția de învățământ superior care eliberează diploma. Aceasta trebuie să verifice legalitatea tuturor înscrisurilor de pe diplomă și de pe suplimentul la diplomă.

²⁾ To be filled in by the awarding institution that must check the legality of all information provided in the diploma and diploma supplement.

³⁾ Se va menționa numărul total de ore, din care: numărul total de ore de curs (C); numărul total de ore de seminar (S); numărul total de ore de lucrări practice (LP); numărul total de ore de proiect (P); etc.

³⁾ It shall be mentioned the total hours of which total hours for courses (C), seminars (S), practical courses (LP), projects (P).

⁴⁾ Media anuală cu două zecimale, fără rotunjire.

⁴⁾ Average grade per academic year, with two decimals and without rounding off.

⁵⁾ Medie generală cu două zecimale, fără rotunjire.

⁵⁾ Overall average grade with two decimals and without rounding off.

⁶⁾ Se va completa de către instituția care a asigurat școlarizarea titularului.

⁶⁾ To be filled in by the institution administering studies.

Suplimentul la diplomă se va redacta pe format A4 (față/verso), se va numerota și se va ștampila pe fiecare pagină, pe colțul din dreapta jos (L.S.), cu același specimen de la 7.6.

Diploma supplement shall be printed on both sides of an A4 paper format and shall be numbered and stamped on each page on the right bottom corner (L.S.), with the specimen from 7.6.