

MINISTERUL EDUCAȚIEI
THE MINISTRY OF EDUCATION
UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA¹⁾
WEST UNIVERSITY OF TIMIȘOARA
SUPLIMENT LA DIPLOMĂ
DIPLOMA SUPPLEMENT

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

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

Numele de familie la naștere <i>Family name(s) at the birth</i>		Numele de familie după căsătorie (dacă este cazul) <i>Family names(s) (after marriage) (if applicable)</i>	
1.1a		1.1b	
Inițiala (inițialele) numelui (prenumelui) tatălui/mamei <i>Initial(s) of father's/mother's first name(s)</i>		Prenumele <i>First name(s)</i>	
1.2a		1.2b	
Data nașterii (anul/luna/ziua) <i>Date of birth (year/month/day)</i>		Locul nașterii <i>Place of birth</i>	
1.3a		1.3b	
Număr matricol <i>Student enrollment number</i>		Cod numeric personal (CNP) <i>Personal identification number</i>	Anul înmatriculării <i>Year of enrollment</i>
1.4		1.5	2021

2. INFORMAȚII PRIVIND CALIFICAREA
INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

Denumirea calificării și (dacă este cazul) titlul acordat (după promovarea examenului de finalizare a studiilor)
Name of qualification and (if applicable) title awarded (after passing the final examination)

2.1 MARKETING, LICENȚIAT ÎN ȘTIINȚE ECONOMICE <i>MARKETING, DEGREE IN ECONOMICS</i>			
Domeniul de studii <i>Field of study</i>		Programul de studii <i>Programme of study</i>	
2.2a	MARKETING <i>MARKETING</i>	2.2b	MARKETING <i>MARKETING</i>
Numele și statutul instituției de învățământ superior care acordă diploma (în limba română) <i>Name and status of awarding institution</i>		Facultatea care organizează examenul de finalizare a studiilor <i>Faculty administering the final examination</i>	
2.3a	UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA UNIVERSITATE DE STAT ACREDITATĂ <i>WEST UNIVERSITY OF TIMIȘOARA / ACCREDITED STATE UNIVERSITY</i>	2.3b	FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR <i>FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION</i>
Numele și statutul instituției de învățământ superior absolvite (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		2.4b	
Limba (limbile) de studiu/examinare <i>Language(s) of instruction/examination</i>			
2.5	ROMÂNĂ, ROMANIAN		

3. INFORMAȚII 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 SECTS/SECT)
Official length of the programme of study and number of ECTS/SECT credits

3.1

CICLUL I - STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ, 6 CNC

BACHELOR DEGREE, 6 EQF

Condiții de admitere

Access requirement(s)

3.2

3 ANI, 180 SECT

3 YEARS, 180 ECTS

3.3

DIPLOMĂ DE BACALAUREAT+EXAMEN DE ADMITERE

BACCALAUREATE + ADMISSION EXAMINATION

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

Forma de învățământ

Mode of study

4.1

CU FRECVENȚĂ

FULL-TIME STUDY

Rezultatele învățării asigurate prin programul de studii

Learning outcomes of the study programme

4.2

Competențe cheie:

CC1. Competențe multilingvistice;

CC2. Competențe digitale;

CC3. Competențe personale, sociale și de a învăța să înveți;

CC4. Competențe civice;

CC5. Competențe antreprenoriale.

Key competencies:

CC1. *Multilingual competence;*

CC2. *Digital competence;*

CC3. *Personal, social and learning to learn competence;*

CC4. *Citizenship competence;*

CC5. *Entrepreneurship competence.*

Competențe profesionale:

CP1. Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing;

CP2. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației în vederea fundamentării deciziilor de marketing;

CP3. Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice, a bazelor de date, a tehnologiilor digitale, a aplicațiilor mobile în activitățile de marketing;

CP4. Oferirea de asistență în elaborarea și implementarea strategiilor și a tacticilor de marketing în mediul offline și în mediul online (*activități de asistență, de execuție, de oferire a elementelor suport necesare în adoptarea deciziilor de marketing*);

CP5. Oferirea de asistență la fundamentarea și implementarea activităților de marketing pe elemente ale mixului de marketing al organizațiilor (*gestionarea portofoliului de produse pe clienți, segmente de piață, zone geografice, activități de distribuție și vânzări, analize ale prețurilor, activități de comunicare integrată de marketing-campanii de publicitate online și offline, campanii de relații publice, campanii de promovare a vânzărilor etc.*);

CP6. Fundamentarea și implementarea deciziilor de marketing pentru organizații de mici dimensiuni.

Professional competences:

CP1. *Appropriate use of marketing concepts, methods, techniques and tools;*

CP2. *Identifying, analyzing and managing the elements that define the internal and external environment of the organization in order to substantiate marketing decisions;*

CP3. *Use of computer tools and applications, databases, digital technologies, mobile applications in marketing activities;*

CP4. *Providing assistance in the development and implementation of marketing strategies and tactics in the offline and online environment (support activities, execution, providing the necessary support elements in making marketing decisions);*

CP5. *Providing assistance in substantiating and implementing marketing activities on elements of the marketing mix of organizations (product portfolio management by customers, market segments, geographic areas, distribution and sales activities, price analysis, integrated marketing communication activities- online and offline advertising campaigns, public relations campaigns, sales promotion campaigns, etc.);*

CP6. *Substantiation and implementation of marketing decisions for small organizations.*

Competențe transversale:

CT1. Asumarea de responsabilități în adoptarea deciziilor și autonomia în rezolvarea sarcinilor;

CT2. Capacitatea de a relaționa și de a lucra în mod eficient în cadrul echipelor plurispecializate;

CT3. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă;

CT4. Capacitatea de a prezenta idei sau proiecte în fața unei audiențe, de a vorbi în public.

Transversal competences:

CT1. Assuming responsibilities in decision making and autonomy in solving tasks;

CT2. Ability to relate and work effectively in multi-specialized teams;

CT3. Applying the principles, norms and values of professional ethics within one's own rigorous, efficient and responsible work strategy;

CT4. Ability to present ideas and projects in front of an audience, to speak in public.

Cunoștințe:

C1. Cunoașterea conceptelor, teoriilor modelelor, instrumentelor pe care se fundamentează deciziile și activitățile de marketing;

C2. Cunoașterea și utilizarea surselor de informații, a metodelor de culegere, procesare și analiză preliminară a informațiilor cu privire la mediul organizației în vederea creării suportului necesar fundamentării deciziilor de marketing;

C3. Cunoașterea etapelor procesului de cercetare de marketing, a metodelor de culegere, analiză și interpretare a datelor de marketing;

C4. Cunoașterea modului de integrare a tehnologiilor digitale, a instrumentelor interactive, a aplicațiilor mobile și a mediilor de socializare (social media) în marketingul organizațiilor;

C5. Descrierea și înțelegerea etapelor planificării și implementării strategiilor și tacticilor de marketing în mediul fizic și în mediul online;

C6. Cunoașterea elementelor și a etapelor fundamentării mixului de marketing în mediul fizic și în mediul online;

C7. Înțelegerea și utilizarea metodelor și a indicatorilor (metrice/analitice de marketing) prin intermediul cărora se evaluează performanțele activităților de marketing;

C8. Cunoștințe și deprinderi privind comunicarea interpersonală în limba română și într-o limbă de circulație internațională în domeniul specific de activitate.

Knowledge:

C1. *Knowledge of concepts, model theories, tools on which marketing decisions and activities are based;*

C2. *Knowledge and use of information sources, methods of collecting, processing and preliminary analysis of information on the environment of the organization in order to create the necessary support to substantiate marketing decisions;*

C3. *Knowledge of the stages of the marketing research process, of the methods of collecting, analyzing and interpreting the marketing data;*

C4. *Knowledge of how to integrate digital technologies, interactive tools, a mobile applications and social media in the marketing of organizations;*

C5. *Description and understanding of the stages of planning and implementing marketing strategies and tactics in the physical and online environment;*

C6. *Knowledge of the elements and stages of substantiating the marketing mix in the physical environment and in the online environment;*

C7. *Understanding and using methods and indicators (marketing metrics / analytics) through which the performance of marketing activities is evaluated;*

C8. *Knowledge and competences regarding interpersonal communication in Romanian and in a language of international circulation in the specific field of activity.*

Abilități:

A1. Aplicarea tehnicilor și metodelor specifice marketingului în organizații diverse;

A2. Utilizarea cunoștințelor dobândite pentru a realiza un studiu de piață, o cercetare de marketing, un plan de analiză a datelor obișnuite în vederea fundamentării diverselor decizii de marketing;

A3. Utilizarea cunoștințelor dobândite pentru a concepe un plan și un program de marketing;

A4. Utilizarea cunoștințelor dobândite pentru a planifica și implementa campanii de marketing online, campanii de marketing pe site-uri web, campanii de marketing prin e-mail campanii de creare a traficului pe site-urile web;

- A5.** Utilizarea cunoștințelor pentru a planifica și implementa campanii de marketing în social media;
A6. Utilizarea cunoștințelor pentru alegerea elementelor necesare fundamentării unei strategii de comunicare integrată de marketing, a unei campanii de publicitate, de relații publice, de promovare a vânzărilor în mediul fizic etc.
A7. Adaptarea rapidă și eficientă în situații variate în care se pot afla organizațiile;
A8. Utilizarea TIC pentru a sprijini gândirea critică, creativitatea și inovarea.

Abilities:

- A1.** Applying techniques and methods specific to marketing in various organizations;
A2. Using the acquired knowledge to carry out a market study, a marketing research, a plan of analysis of the usual data in order to substantiate the various marketing decisions;
A3. Use the knowledge gained to design a marketing plan and program;
A4. Using the knowledge gained to plan and implement online marketing campaigns, website marketing campaigns, email marketing campaigns, website traffic campaigns;
A5. Using knowledge to plan and implement social media marketing campaigns;
A6. Using the knowledge to choose the elements necessary to substantiate an integrated marketing communication strategy, an advertising campaign, public relations, sales promotion in the physical environment, etc.
A7. Fast and efficient adaptation in various situations in which organizations may find themselves;
A8. Using ICT to support critical thinking, creativity and innovation.

Responsabilitate și autonomie:

- R1.** Capacitatea de a lua decizii și de asumare a consecințelor;
R2. Gestionarea de activități și proiecte complexe individual sau în echipă;
R3. Capacitatea de a gândi rațional, de a aprecia critic diferite puncte de vedere și de a dezbate cu ceilalți;
R4. Aplicarea principiilor și regulilor de natură etică implicate de derularea activității profesionale;
R5. Aplicarea responsabilă și autonomă a principiilor, regulilor și mecanismelor specifice de evaluare a performanțelor organizaționale.

Responsibility and autonomy:

- R1.** Ability to make decisions and bear the consequences;
R2. Management of complex activities and projects individually or in teams;
R3. Ability to think rationally, critically appreciate different points of view and debate with others;
R4. Applying the principles and rules of an ethical nature involved in carrying out the professional activity;
R5. Responsible and autonomous application of specific principles, rules and mechanisms for evaluating organizational performance.

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

4.3

Nr. <i>No.</i>	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	3)Total ore <i>Number of hours</i>				Nota <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S	LP	P	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>
Anul I (anul universitar 2021-2022) <i>1st year of study (2021-2022 academic year)</i>									
1	Microeconomie <i>Microeconomics</i>	28	28					6	
2	Informatică economică <i>Business Information Systems</i>	28	28					6	
3	Matematică aplicată în economie <i>Applied mathematics in economy</i>	28	14					5	
4	Bazele contabilității <i>Basic Accounting</i>	28	28					6	
5	Dreptul afacerilor <i>Business Law</i>	28	14					5	
6	Macroeconomie <i>Macroeconomics</i>	28	28						6
7	Finanțe publice <i>Public Finances</i>	28	28						6
8	Statistică <i>Statistics</i>	28	28						5
9	Contabilitatea financiară <i>Financial accounting</i>	28	28						6

Nr. <i>No.</i>	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	3) ³ Total ore <i>Number of hours</i>				Nota <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S	LP	P	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>
10	Economia întreprinderii <i>Economics of business enterprise</i>	28	14						5
11	Engleză/ Franceză/ Germană pentru afaceri și corespondență comercială I <i>English/ French/ German for business and business correspondence I</i>	14	14					2	
12	Engleză/ Franceză/ Germană pentru afaceri și corespondență comercială II <i>English/ French/ German for business and business correspondence II</i>	14	14						2
13	Educație fizică I <i>Physical education I</i>				14			1	
14	Educație fizică II <i>Physical education II</i>				14				1
15	Etică, integritate și scriere academică <i>Ethics, integrity and academic writing</i>	14	14					2	
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>				Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>			64		
Anul II (anul universitar 2022-2023)									
2 nd year of study (2022-2023 academic year)									
1	Marketing <i>Marketing</i>	28	28					5	
2	Management <i>Management</i>	28	28					5	
3	Econometrie <i>Econometrics</i>	28	14					5	
4	Baze de date <i>Databases</i>	28	28					5	
5	Comportamentul consumatorului <i>Consumer Behaviour</i>	28	28						4
6	Cercetări de marketing <i>Marketing Research</i>	28	28						4
7	Managementul canalelor de distribuție <i>Distribution Channels Management</i>	28	28						4
8	Managementul produsului și al brandului <i>Product and Brand Management</i>	28	28						4
9	Gestiunea financiară a întreprinderii <i>Financial Management of Business Enterprise</i>	28	28						4
10	Practică de specialitate <i>Internship</i>				90 ore				3
11	Fiscalitate/ Afaceri internaționale/ Instituțiile și economia U.E. <i>Taxation/ International business/ E.U. Institutions and economy</i>	28	28					4	
12	Marketing social-politic/ Managementul resurselor umane/ Business intelligence <i>Social and political marketing/ Human resources management/ Business intelligence</i>	28	28						4
13	Etică, integritate și scriere academică <i>Ethics, integrity and academic writing</i>	28	14					4	
14	Engleză/ Franceză/ Germană pentru afaceri și corespondență comercială III <i>English/ French/ German for business and business correspondence III</i>	14	14					2	
15	Engleză/ Franceză/ Germană pentru afaceri și corespondență comercială IV <i>English/ French/ German for business and business correspondence IV</i>	14	14						2
16	Educație fizică III <i>Physical education III</i>				14			1	
17	Educație fizică IV <i>Physical education IV</i>				14				1
18	Disciplină complementară opțională care formează competențe transversale I <i>Complementary elective discipline I</i>	14	14						2

4.3

Nr. <i>No.</i>	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	3) ³⁾ Total ore <i>Number of hours</i>				Nota <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S	LP	P	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>				Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>		63			
Anul III (anul universitar 2023-2024)									
3 rd year of study (2023-2024 academic year)									
1	Analiza datelor de marketing <i>Marketing data analysis</i>	28	28					5	
2	Comunicări integrate de marketing <i>Integrated marketing communications</i>	28	28					6	
3	Marketing strategic <i>Strategic marketing</i>	28	28					5	
4	Analiză economico-financiară <i>Economic and financial analysis</i>	28	28					4	
5	Managementul vânzărilor <i>Sales management</i>	28	28					5	
6	Marketing online <i>Online marketing</i>	28	28						5
7	Marketing business to business <i>Business to business marketing</i>	28	28						4
8	Marketing internațional <i>International marketing</i>	28	14						4
9	Marketingul serviciilor <i>Services marketing</i>	28	28						4
10	Marketingul întreprinderilor mici și mijlocii <i>Small and medium business marketing</i>	28	14						4
11	Cercetări pentru elaborarea lucrării de licență <i>Research for bachelor thesis elaboration</i>				60 ore				5
12	Marketing relațional/ Comunicare și negociere în afaceri/ Marketing și cumpărări <i>Relationship marketing/ Business communication and negotiation/ Marketing and purchasing</i>	28	28					4	
13	Logistică/ Marketing în turism/ Relații publice <i>Logistics/ Marketing for tourism/ Public relations</i>	28	28						4
14	Disciplină complementară opțională care formează competențe transversale II <i>Complementary elective discipline II</i>	14	14					2	
15	Disciplină complementară opțională care formează competențe transversale III <i>Complementary elective discipline III</i>	14	14						2
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>				Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>		63			
Promovat: <i>Pass:</i>		Media ⁵⁾ de promovare a studiilor (ponderată cu puncte de credit – dacă este cazul): <i>Overall average grade (credit-weighted average – if available):</i>				Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>		190	

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 202x, domeniul de studii Marketing, programul de studii Marketing este ..., iar media maximă este ..., titularul fiind clasat pe locul ... dintr-un total de ... absolvenți.

Grades are integer numbers and are given on a scale 10 (the highest grade) to 1 (the lowest grade). The lowest passing grade is 5 and the highest grade is 10.

The passing overall average grades from the class of 202x, field of study Marketing, study programme in Marketing, are: lowest average: ... (out of 10) and highest average: ... (out of 10), the degree holder is ranked ... out of ... graduates.

ALTE DISCIPLINE (DISCIPLINE COMPLEMENTARE ȘI FACULTATIVE CARE NU INTRĂ ÎN CALCULUL MEDIEI)
OTHER DISCIPLINES (COMPLEMENTARY AND ELECTIVE DISCIPLINES THAT DO NOT COUNT FOR THE ECTS)

4.3

Nr. <i>No.</i>	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	3) ³ Total ore <i>Number of hours</i>				Nota <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S	LP	P	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>
Anul I (anul universitar 2021-2022) <i>1st year of study (2021-2022 academic year)</i>									
1	Limbă străină I <i>Foreign language I</i>	14	14					2	
2	Limbă străină II <i>Foreign language II</i>	14	14						2
3	Voluntariat I <i>Volunteering I</i>		14					2	
4	Voluntariat II <i>Volunteering II</i>		14						2
Anul II (anul universitar 2022-2023) <i>2nd year of study (2022-2023 academic year)</i>									
1	Limbă străină III <i>Foreign language III</i>	14	14					2	
2	Limbă străină IV <i>Foreign language IV</i>	14	14						2
3	Istoria Timișoarei <i>History of Timisoara city</i>	28							2
4	Volutariat III <i>Volunteering III</i>		14					2	
5	Volutariat IV <i>Volunteering IV</i>		14						2
Anul III (anul universitar 2023-2024) <i>3rd year of study (2023-2024 academic year)</i>									
1	Limbă străină V <i>Foreign language V</i>	14	14					2	
2	Limbă străină VI <i>Foreign language VI</i>	14	14						2
3	Volutariat V <i>Volunteering V</i>		14					2	
4	Volutariat VI <i>Volunteering VI</i>		14						2
5	Practică de specialitate <i>Internship</i>		14		90 ore			3	
6	Practică de specialitate <i>Internship</i>		14		90 ore				3

INFORMAȚII SUPLIMENTARE

ADDITIONAL INFORMATION

Informații suplimentare

Additional information

5.1

Alte surse pentru obținerea mai multor informații

Further information sources

5.2

Universitatea de Vest din Timișoara
Bd. Vasile Pârvan nr. 4,
Timișoara, cod poștal 300223, județul Timiș, România
+40 256 592 111
secretariat@e-uvt.ro
www.uvt.ro

5. INFORMAȚII PRIVIND DREPTURILE CONFERITE DE CALIFICARE ȘI TITLU (dacă este cazul)

INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION AND DEGREE (if applicable)

Posibilități de continuare a studiilor (după promovarea examenului de finalizare)

Access to further study (after passing the final examination)

6.1

Ciclul II - studii universitare de masterat*Master studies*

Statutul profesional

Professional status

6.2

Poseesorul acestei diplome de Licență, prin calificările și titlul acordat, poate să își desfășoare activitatea profesională pe orice post conform competențelor asigurate prin programele de studii. Dacă absolventul a

obținut și certificatul de absolvire al Departamentului pentru Pregătirea Personalului Didactic, poate ocupa un post didactic în învățământul preuniversitar obligatoriu.

The holder of this Bachelor degree, based on the qualification and title awarded, is entitled to file any professional position according to the competences developed within the study programs. If the graduate has also obtained the Teacher Training program graduation certificate he/she is entitled to file a teaching position in the compulsory secondary school system.

6. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

	Funcția <i>Position</i>	Semnătura <i>Signature</i>		Funcția <i>Position</i>	Semnătura <i>Signature</i>
7.1	Rector Rector Prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA		7.2	Secretar șef universitate University Registrar Ramona-Maria PUIU	
7.3	Decan Dean Prof. univ. dr. Petru ȘTEFEA			Secretar șef facultate Faculty Registrar Sabina VÎLCEANU	
	⁶⁾ Nr. și data eliberării <i>No., and dated.</i>			Ștampila sau sigiliul oficial <i>Official stamp or seal</i>	
7.5	/ Acest document conține un număr de 10 pagini. <i>This document contains a number of 10 pages.</i>		7.6	L. S.	

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

1) Name of 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) Medie anuală cu două zecimale, fără rotunjire.

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

5) Media generală, cu două zecimale, fără rotunjire.

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

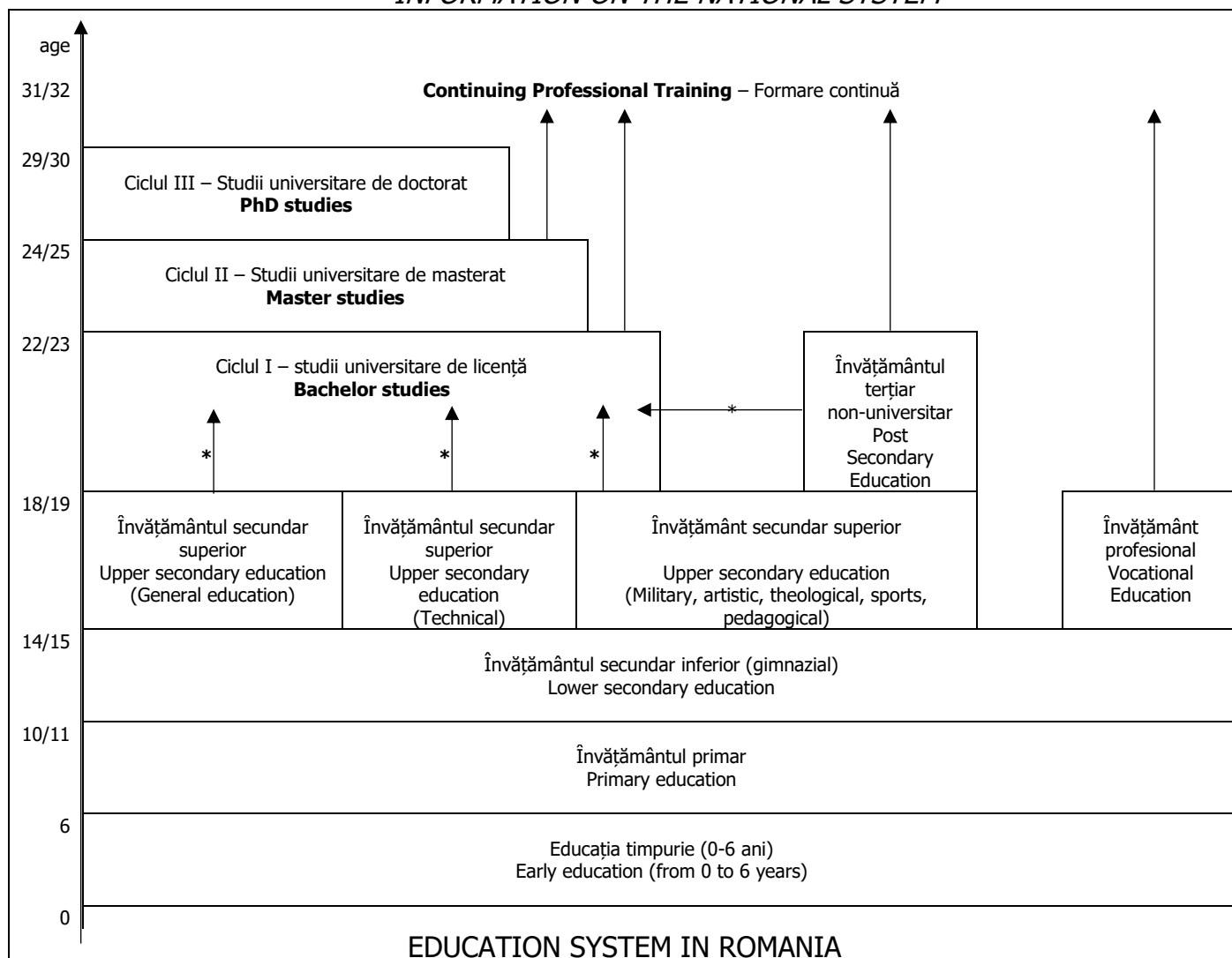
6) Se va completa de către instituția care a asigurat școlarizarea titularului.

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 same specimen from 7.6.

8. INFORMAȚII PRIVIND SISTEMUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT INFORMATION ON THE NATIONAL SYSTEM



PREZENTARE GENERALĂ A SISTEMULUI NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR OVERVIEW OF THE NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM

Accesul în învățământul superior se bazează pe diploma de bacalaureat (obținută la sfârșitul învățământului secundar superior), iar accesul la programe de master se bazează pe diploma obținută după finalizarea studiilor de licență (BA/BSc/BEng).

Access to higher education is based on the baccalaureate diploma (obtained at the end of the upper secondary education) and access the master programmes is based on the bachelor degree (BA/BSc/BEng).

Studiile universitare de licență (BA/BSc/BEng) presupun 180-240 de credite, calculate în conformitate cu sistemul european de credite transferabile (ECTS/SECT) și se finalizează prin nivelul 6 din cadrul european al calificărilor pentru învățare pe tot parcursul vieții (EQF/CEC).

Bachelor studies (BA/BSc/BEng) presuppose 180-240 credits, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT), and ends with the level 6 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF/CEC).

Studiile universitare de masterat (MA/MSc/MEng) presupun 60-120 de credite, calculate în conformitate cu sistemul european de credite transferabile (ECTS/SECT) și se finalizează prin nivelul 7 din EQF/CEC.

Master studies (MA/MSc/MEng) presuppose 60-120 credits, calculated in accordance with European Credit Transfer System (ECTS/SECT), and ends with the level 7 EQF/CEC.

Pentru profesii reglementate prin norme, recomandări sau bune practici europene, studiile universitare de licență și masterat pot fi oferite comasat, într-un program unitar de studii universitare cu o durată cuprinsă între 5 și 6 ani, la învățământul cu frecvență, diplomele obținute fiind echivalente diplomei de master (în următoarele domenii de studiu: Medicină – 360 de ECTS/SECT, Medicină dentară – 360 de ECTS/SECT, Farmacie – 300 de ECTS/SECT, Medicină veterinară – 360 de ECTS/SECT, Arhitectură – 360 de ECTS/SECT, Arhitectură de interior – 300 de ECTS/SECT, Design de produs – 300 de ECTS/SECT).

For professions regulated by European norms, regulations or good practice, bachelor (BA/BSc/BEng) and master studies (MA/MSc/Meng) can be provided as part of a 5 to 6 year full-time programme of study, thus diplomas are recognized as master's degree certificates (the following fields of study are considered: Medicine - 360 ECTS/SECT, Dentistry - 360 ECTS/SECT, Pharmacy - 300 ECTS/SECT, Veterinary medicine - 360 ECTS/SECT, Architecture of inside - 360 ECTS/SECT and Design of product - 300 ECTS/SECT).

Studiile universitare de doctorat conduc la o teză de doctorat, iar candidații care finalizează primesc diploma de doctor. Studiile universitare de doctorat permit dobândirea unei calificări de nivelul 8 din EQF/CEC.

PhD studies result in a doctoral research thesis, while successful candidates are awarded a PhD diploma. Doctoral studies allow obtaining a qualification at level 8 EQF/CEC.

Sistemul de învățământ superior românesc este un sistem deschis. Toate universitățile din România folosesc Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS/SECT).

The Romanian higher education system is an open system. All Romanian universities use the European Credit Transfer System (ECTS/SECT).

Programele de studii universitare pot fi organizate, după caz, conform reglementărilor legale în vigoare, la următoarele forme de învățământ: cu frecvență, cu frecvență redusă și la distanță.

University programs can be organized, as appropriate, according to legal regulations, at the following forms of education: full time, part time and distantly.

De asemenea, universitățile oferă programe de formare profesională continuă, pe baza cererilor de pe piața muncii.

Universities also provide continuing professional training programmes based based on the market demands.

**În conformitate cu modificările introduse în sistemul de învățământ superior de Legea nr. 1/2011
According to the changes brought to the higher education system by Law no. 1/2011*