

DIPLOMĂ

2)

SUPLIMENT LA

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 din certificatul de naștere
este cazul)

Family name(s) of the birth certificate

CRISTEA

Numele de familie după căsătorie (dacă

Family name(s) (after marriage) (if

Inițiala (inițialele) prenumelui (prenumelor) tatălui/mamei
Initial(s) of father's / mother's first name(s)

1.2a
1.2b

G.

Prenumele
First name(s)

VIRGIL-IONUȚ

Data nașterii (an/luna/zi)
Date of birth (year/month/day)

1.3a

1993/10/19

Locul nașterii (localitatea, județul, țara)
Place of birth

1.3b

BUCUREȘTI SECTORUL 3, ROMÂNIA

Numărul matricol / Codul numeric personal (CNP)
Student enrolment number / Personal Identification number

1.4

282

1931019430021

Anul înmatriculării
Year of enrolment

1.5

2015

2. INFORMAȚII PRIVIND CALIFICAREA
INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

Denumirea calificării și titlul acordat
Name of qualification and title awarded

2.1

MASTER

MASTER

Domeniul de studii
Field of study

2.2a

MARKETING

MARKETING

Programul de studii
Programme of study

2.2b

MARKETING ÎN AFACERI

BUSINESS MARKETING

Numele și statutul instituției de învățământ superior care
eliberează diploma (în limba română)

Name and status of awarding institution

2.3a

UNIVERSITATEA ROMÂNĂ-AMERICANĂ DIN BUCUREȘTI

UNIVERSITATE PARTICULARĂ ACREDITATĂ/ACCREDITED PRIVATE
UNIVERSITY

Facultatea care organizează examenul de finalizare a
studiilor (în limba română)

Faculty administering the final examination

2.3b

MANAGEMENT - MARKETING

MANAGEMENT - MARKETING

Numele și statutul instituției de învățământ superior care a
asigurat școlarizarea (dacă diferă de 2.3a, în limba română)
Name and status of institution administering studies (if different from
2.3a)

2.4a

Facultatea care a asigurat școlarizarea (dacă diferă de 2.3b, în
limba română)

Faculty administering studies (if different from 2.3b)

2.4b

Limba (limbile) de studiu / examinare

Language(s) of instruction / examination

2.5

ROMÂNĂ

ROMANIAN

1931019430021

3. INFORMAȚII PRIVIND NIVELUL CALIFICĂRII

INFORMATION ON THE LEVEL OF THE QUALIFICATION

Nivelul calificării
Level of qualification

3.1 STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT
MASTER STUDIES

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

3.2

2	ani	120	ECTS / SECT
2	years /	120	ECTS / SECT

Condiții de admitere
Access requirement(s)

3.3 DIPLOMĂ DE LICENȚĂ + CONCURS DE ADMITERE
BACHELOR + ADMISSION EXAM

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

Competențele asigurate prin programul de studii
Learning outcomes of the study programme

4.2 Competențe:

1. Elaborarea de sinteze operaționale, rapoarte și studii complexe necesare conducerii organizației, prin utilizarea conceptelor și metodelor moderne de analiză și interpretare a fenomenelor și proceselor economico-sociale.
2. Evaluarea și diagnosticarea mediului economic și social pe baza datelor și informațiilor privind comportamentul economic și a modelelor explicative ale acestuia.
3. Fundamentarea, conceperea și aplicarea de strategii, programe și proiecte complexe prin utilizarea critic-constructivă a cunoștințelor teoretice și a deprinderilor practice.
4. Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice de marketing pentru fundamentarea deciziilor strategice și tactice ale organizațiilor.
5. Proiectarea, organizarea și desfășurarea cercetărilor cantitative și calitative de marketing; managementul culegerii, stocării și interpretării informațiilor de marketing; dezvoltarea și utilizarea bazelor de date referitoare la clienți, furnizori, produse, concurenți, prețuri și piețe, planificarea, implementarea și controlul activităților de marketing.
6. Conceperea, organizarea și gestionarea planurilor strategice și programelor de marketing specifice domeniilor de afaceri în care operează organizațiile.
7. Managementul portofoliului de produse și mărci; dezvoltarea noilor produse; elaborarea strategiilor de preț; alegerea și gestiunea canalelor de distribuție și a logisticii; managementul relațiilor cu clienții; elaborarea strategiilor de comunicare integrată de marketing; evaluarea eficacității activităților promoționale; planificarea și organizarea campaniilor de comunicare aferente mediului de afaceri tradițional și online.
8. Realizarea de proiecte și programe complexe de marketing prin utilizarea critic-constructivă a cunoștințelor și deprinderilor în procesul de elaborare, implementare și monitorizarea acestora.

Competences:

1. The elaboration of operational syntheses, reports and complex studies needed for the organization's management, through the use of modern concepts and methods for the analysis and interpretation of the economic-social processes and phenomena.
2. The evaluation and diagnosis of the social and economic environment, based on the data and information regarding the economic behavior as well as its explanatory patterns.
3. The substantiation, origination and application of the complex strategies, programs and projects, through the use of the theoretical knowledge as well as practical skills.
4. Knowledge, understanding and application of the concepts, methods, techniques and instruments specific to the field of marketing, in order to substantiate the strategic and tactical decisions of the organizations.
5. The design, understanding and unfolding of the qualitative and quantitative marketing research; the management of the marketing information collection, storage and interpretation; the development and use of the databases, regarding the clients, suppliers, products, competition, prices and markets, planning, implementation and management of the marketing activities.
6. The origination, organization and administration of the strategic plans and marketing programs, specific to the fields of activity of the organizations.
7. The management of the products and trademarks portfolio; the development of new products; the elaboration of price strategies; the choice and administration of the distribution channels and logistics; customer relationship management; the elaboration of the integrated marketing communication strategies; the evaluation of the efficiency of promotional activities; planning and organization of the communication campaigns, specific to the traditional and online business environment.
8. The accomplishment of complex marketing programs and projects, with the critical-constructive use of knowledge and skills, during the elaboration, implementation and monitoring processes.

1931019430021

Detaliile programului absolvit, calificativele/notele/numărul de credite ECTS/SECT obținute (conform Registrului matricol al facultății, volumul nr. 7/I)
 Programme details and the individual grades/marks/ECTS/SECT credits obtained (according to Faculty Student Records, volume no. 7/I)

4.3

Nr. No	Denumirea disciplinei Subject	3) Total ore Number of hours				Nota Grade		Nr. credite No. of ECTS / SECT credits	
		Curs C	Sem S	Lab LP	Pr P	Sem I 1st sem	Sem II 2nd sem	Sem I 1st sem	Sem II 2nd sem
Anul I 1st year of study									
anul universitar 2015 / 2016 2015 / 2016 academic year									
1	CERCETĂRI DE MARKETING MARKETING RESEARCH	28	28	0	0	6		6	
2	COMUNICARE INTEGRATĂ DE MARKETING INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION	28	28	0	0	10		6	
3	MARKETING STRATEGIC STRATEGIC MARKETING	28	14	0	0	9		6	
4	MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIEȚII PR MANAGEMENT	28	14	0	0	8		6	
5	ETICĂ ȘI RESPONSABILITATE CORPORATISTĂ CORPORATE ETHICS AND RESPONSIBILITY	28	14	0	0	5		6	
6	METODE CALITATIVE UTILIZATE ÎN CERCETAREA PIEȚEI QUALITATIVE METHODS FOR MARKET SURVEY	28	28	0	0		8		6
7	MARKETING ȘI AFACERI ONLINE ONLINE BUSINESS AND MARKETING	28	14	0	0		6		6
8	MARKETING DIRECT DIRECT MARKETING	28	14	0	0		10		6
9	ANALIZA DATELOR DE MARKETING FOLOSIND SPSS SPSS MARKETING DATA ANALYSIS	28	0	14	0		8		6
10	CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE I SPECIALIZED SCIENTIFIC RESEARCH I	0	0	0	28		10		3
11	MEDIUL INTERNAȚIONAL DE AFACERI INTERNATIONAL BUSINESS ENVIRONMENT	28	28	0	0		5		6
4) Promovat cu media: Pass, average grade per academic year:		7.72		Total credite / Total ECTS/SECT credits:				63	
Anul II 2nd year of study									
anul universitar 2016 / 2017 2016 / 2017 academic year									
1	MANAGEMENTUL BRANDULUI BRAND MANAGEMENT	28	14	0	0	10		6	
2	TEHNICI DE PUBLICITATE ȘI CREAȚIE PUBLICITARĂ ADVERTISING TECHNIQUES AND ADVERTISING DESIGN	28	0	28	0	6		6	
3	MANAGEMENTUL LOGISTICII ȘI DISTRIBUȚIEI LOGISTICS AND DISTRIBUTION MANAGEMENT	28	14	0	0	6		6	
4	STRATEGII COMPETITIVE DE PREȚ COMPETITIVE PRICING STRATEGIES	28	14	0	0	8		6	
5	CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE II SPECIALIZED SCIENTIFIC RESEARCH II	0	0	0	28	10		3	
6	MARKETING CULTURAL CULTURAL MARKETING	28	14	0	0	6		6	
7	PLANIFICARE DE MARKETING MARKETING PLANNING	22	22	0	0		7		5
8	PRACTICĂ-STAGIU DE CERCETARE/DOCUMENTARE ȘI PREGĂTIREA DISERTAȚIEI TRAINING-RESEARCH INTERNSHIP AND DISSERTATION PREPARATION	0	0	0	90		10		10
9	DEFINITIVAREA LUCRĂRII DE DISERTAȚIE DISSERTATION PREPARATION	0	0	0	84		10		10
10	MANAGEMENTUL PROIECTELOR PROJECT MANAGEMENT	22	11	0	0		5		5
4) Promovat cu media: Pass, average grade per academic year:		7.80		Total credite / Total ECTS/SECT credits:				63	
Promovat: Da Pass: Yes		5) Media aritmetică a anilor de studii: The arithmetic mean of the study years:			7.76		Total credite: Total ECTS/SECT credits:		126

Planul de învățământ are o structură complexă, bazată pe o succesiune logică a disciplinelor clasificate în discipline fundamentale, de specialitate (obligatorii sau opționale) și complementare (opționale sau facultative), care îmbină aspectele teoretice cu evoluția practicii de specialitate. În afara cursurilor, seminariilor, laboratoarelor, pregătirea cuprinde stagii de practică de specialitate (clinici de specialitate) care se desfășoară atât în cadrul universității, cât și în instituții publice sau entități private. Sistemul de evaluare include, în general, o evaluare pe parcurs și o evaluare finală. Rezultatele sunt exprimate în cunoștințe, competențe, valori și aptitudini care se obțin prin parcurgerea și finalizarea programului de studii.

The syllabus has a complex structure, based on a logical succession of subjects classified as basic subjects, specialized subjects (mandatory or optional) and complementary subjects (optional or supplementary), they combine theoretical issues with the evolution of specialized practice. Besides courses, seminars, lab classes, training equally includes sessions of specialized practice (specialized clinics) taking place within universities as well as public or private institutions. The assessment system generally includes a gradual evaluation and a final one. Results are expressed in knowledge, skills, values and abilities to be acquired by covering and concluding the study program.

1931019430021

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 2017

domeniul de studii **MARKETING**

programul de studii **MARKETING ÎN AFACERI**

este 6.37, iar media maximă este 9.36, titularul fiind clasat pe locul 10 dintr-un total de 17 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 2017

*field of study **MARKETING***

*study programme **BUSINESS MARKETING***

are: lowest average: 6.37 (out of 10) and highest average

9.36 (out of 10). The degree holder is ranked 10 out of 17 graduates.

1931019430021

5. INFORMAȚII SUPLIMENTARE ADDITIONAL INFORMATION

Informații suplimentare Additional information

Alte surse pentru obținerea mai multor informații

Further information sources

5.1

5.2

www.rau.ro; relatii publice@rau.ro; 040/021-3183577; București, B-dul. Expoziției, Nr.1B, Sector 1, București, România.

www.rau.ro; relatii publice@rau.ro; 040/021-3183577; 1B, Expozitiei Avenue, Bucharest, Romania.

6. INFORMAȚII PRIVIND DREPTURILE CONFERITE DE CALIFICARE ȘI DE TITLU (dacă este cazul) INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION AND DEGREE (if applicable)

Possibilitați de continuare a studiilor (după promovarea examenului de finalizare)
Acces to further study (after passing the final examination)

Statutul profesional (dacă este cazul)
Professional status (if applicable)

6.1 STUDII DE DOCTORAT

DOCTORAL PROGRAMME

6.2 ECONOMIST

ECONOMIST

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

	Funcția Position	Semnătura Signature		Funcția Position	Semnătura Signature
7.1	Rector Rector PROF.UNIV.DR. OVIDIU FOLCUȚ		7.2	Secretar șef universitate University Registrar ING. ALINA-CARMEN CHIRIAC	
7.3	Decan / Director Dean / Director CONF.UNIV.DR. ILIUȚĂ COSTEL NEGRICEA		7.4	Secretar șef facultate / departament Faculty Registrar / Department Registrar EC. ELENA TOMOZEI	
6) Nr. și data eliberării No., dated 7.5 / Acest document conține un număr de 6 pagini. This document consists of pages.			Ștampila sau sigiliul oficial Official stamp or seal 7.6		

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.

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

2) 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.

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

3) Media anuală, cu două zecimale, fără rotunjire.

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

4) Media aritmetică a anilor de studii, cu două zecimale, fără rotunjire.

4) The arithmetic mean of the study years with two decimals and without rounding off.

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

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

6) 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.

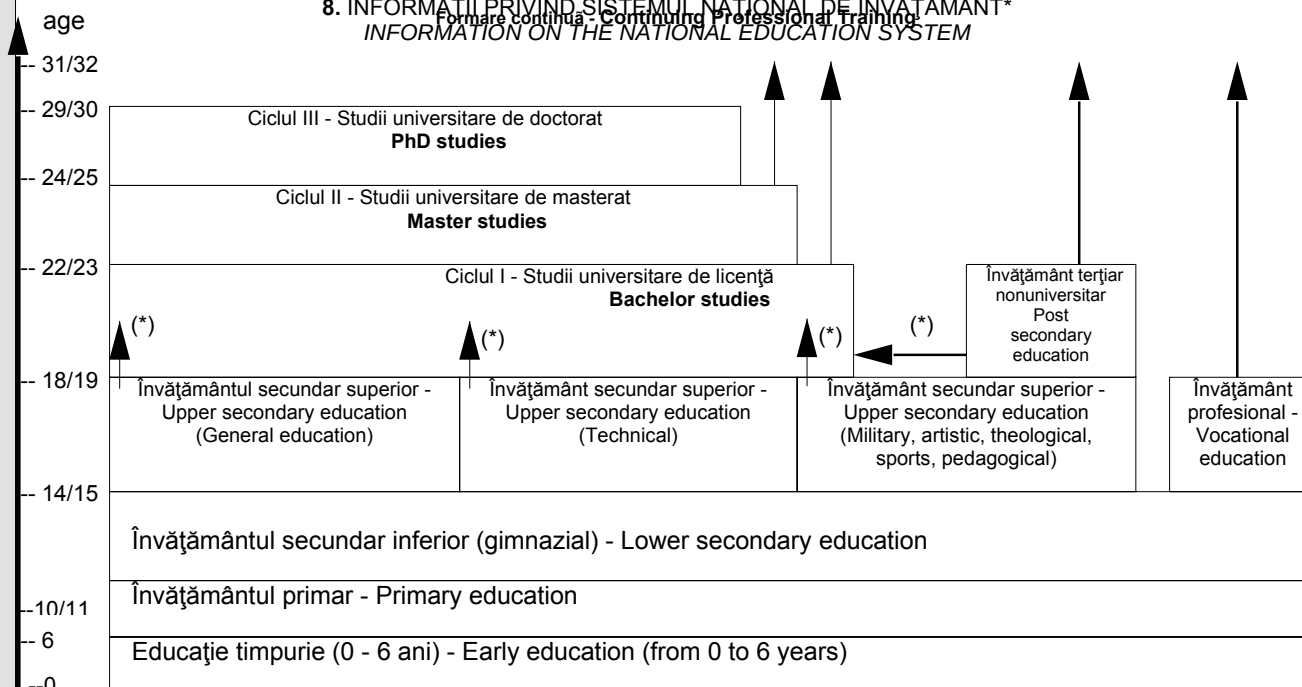
Diploma supplement shall be printed on both sides of an A4 paper format and shall be numbered and stamped on each page on the right bottom corner (L.S. with the same specimen from 7.6).

1931019430021

8. INFORMAȚII PRIVIND SISTEMUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT*

Formare continuă - Continuing Professional Training

INFORMATION ON THE NATIONAL EDUCATION SYSTEM



EDUCATION SYSTEM IN ROMANIA

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 upper secondary education) and access to master programmes is based on the bachelor degree (BA/BSc/BEng).

Studiile universitare de licență (BA/BSc/BEng) presupun 180-240 de puncte de credit 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 presuppose 180-240 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT), ends with the level 6 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF/CEC).

Studiile universitare de master (MA/MSc/MEng) presupun 60-120 puncte de credit, 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 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT), 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, Stomatologie - 360 de ECTS/SECT, Farmacie - 300 ECTS/SECT, Medicină veterinară - 360 ECTS/SECT, Arhitectură - 360 ECTS/SECT).

For professions regulated by European norms, regulations or good practices, 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 recognised 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 - 360 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 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 programmes 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 on the market demands.

(*) În conformitate cu Legea nr. 1/2011, republicată

According to Law no. 1/2011, republished