

SUPLIMENT LA DIPLOMĂ DIPLOMA SUPPLEMENT

Acest supliment însoțește
diploma cu seria..... nr.....
1) 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 Family name(s) at birth		Numele de familie după căsătorie (dacă este cazul) Family name(s) (after marriage) (if applicable)	
1.1a	AANIȚEI	1.1b	
Inițiala (inițialele) prenumelui (prenumelor) tatălui Initial(s) of father's first name(s)		Prenumele First name(s)	
1.2a	GH.	1.2b	RĂZVAN-LUCIAN
Data nașterii (ziua/luna/anul) Date of birth (day/month/year)		Locul nașterii Place of birth	
1.3a	12/01/1989	1.3b	BACĂU, BACĂU, ROMÂNIA
Numărul matricol / Codul numeric personal (CNP) Student enrolment number / Personal Identification number		Anul înmatriculării Year of enrolment	
1.4	107	1.5	2015
	1890112046271		

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	MASTER MASTER
Domeniul de studii Field of study	Programul de studii / specializarea Programme of study / specialization
2.2a	MARKETING MARKETING STRATEGIC
Numele și statutul instituției de învățământ superior care acordă diploma (în limba română) Name and status of awarding institution	Facultatea care organizează examenul de finalizare a studiilor Faculty administering the final examination
2.3a	UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ DIN BUCUREȘTI UNIVERSITATE PARTICULARĂ ACREDITATĂ/ACCREDITED PRIVATE UNIVERSITY
Numele și statutul instituției de învățământ superior absolvite (dacă diferă de 2.3a, în limba română) Name and status of institution administering studies (if different from 2.3a)	Facultatea absolvită Student graduated from:
2.4a	2.4b
Limba (limbile) de studiu / examinare Language(s) of instruction / examination	
2.5	ENGLISH ENGLEZĂ

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 ECTS (conform Sistemului European de Credite Transferabile - ECTS) Official length of the programme of study and number of ECTS credits
3.1	3.2
MASTER STUDIES	2 ani / 120 ECTS
STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT	2 years / 120 ECTS
Condiții de admitere / înscriere Access requirement(s)	
3.3	
BACHELOR + ADMISSION EXAM	
DIPLOMĂ DE LICENȚĂ + CONCURS DE ADMITERE	

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

Forma de învățământ

Mode of study

4.1 FULL ATTENDANCE

CU FRECVENȚĂ

Competențele asigurate prin programul de studii

Competences achieved by graduation of the programme of study

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.

1890112046271

Detalii privind programul absolvit, calificatele / notele / creditele ECTS obținute (conform Registrului matricol al facultății, volumul nr. 1/I)
 Programme details and the individual grades / marks / ECTS credits obtained (according to Faculty Student Records, volume no. 1/I)

4.3

Nr. No	Denumirea disciplinei Subject	2) Total ore Number of hours				Nota Grade		Nr. credite No. of ECTS 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	MARKETING RESEARCH AND DATA ANALYSIS CERCETĂRI DE MARKETING ȘI ANALIZA DATELOR	28	28	0	0	7		6		
2	INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION COMUNICARE INTEGRATĂ DE MARKETING	28	14	0	0	9		6		
3	GLOBAL MARKETING MANAGEMENT MANAGEMENTUL MARKETINGULUI INTERNAȚIONAL	28	14	0	0	8		6		
4	MANAGING BRANDS AND CUSTOMER EQUITY MANAGEMENTUL BRANDULUI ȘI VALORII CLIENTULUI	28	14	0	0	5		6		
5	COSTUMER EXPERIENCE MANAGEMENT MANAGEMENTUL EXPERIENȚEI CONSUMATORULUI	14	28	0	0	8		6		
6	SEGMENTATION AND POSITIONING STRATEGIES STRATEGII DE SEGMENTARE ȘI POZIȚIONARE	28	14	0	0		8		5	
7	DIGITAL MARKETING MANAGEMENT MANAGEMENTUL MARKETINGULUI DIGITAL	28	0	14	0		6		5	
8	SUPPLY CHAIN STRATEGY STRATEGII DE DISTRIBUȚIE	28	14	0	0		7		5	
9	PRICING AND SALES MANAGEMENT STRATEGY STRATEGII DE MANAGEMENT AL PREȚULUI ȘI VÂNZĂRILOR	14	28	0	0		6		5	
10	MEASURING MARKETING EFFECTIVENESS MĂSURAREA EFICACITĂȚII ACTIVITĂȚILOR DE MARKETING	14	28	0	0		7		5	
11	BUSINESS NEGOTIATION NEGOCIEREA AFACERILOR	14	28	0	0		5		5	
3) Promovat cu media:		6.90				Total credite / Total ECTS credits:				60
3) Pass, average grade per academic year:										
Anul II 2nd year of study										
anul universitar 2016 / 2017 2016 / 2017 academic year										
1	MARKETING PLANNING – DECISION MAKING PLANIFICARE DE MARKETING – FUNDAMENTAREA DECIZIEI	28	28	0	0	9		6		
2	MARKETING INNOVATION LAB LABORATOR DE INOVARE ÎN MARKETING	0	0	28	0	5		9		
3	INTEGRATED RESEARCH AND CONSULTANCY PROJECT CERCETARE INTEGRATĂ ȘI PROIECTE DE CONSULTANȚĂ	0	0	28	0	5		9		
4	ETHICS AND LEADERSHIP ETICĂ ȘI LEADERSHIP	28	14	0	0	7		6		
5	STRATEGIC MARKETING SIMULATION SIMULĂRI ÎN MARKETING STRATEGIC	0	0	0	22		8		5	
6	SPECIALIZED INTERNSHIP PRACTICĂ DE SPECIALITATE	0	0	0	90		8		10	
7	DISSERTATION PREPARATION ELABORAREA LUCRĂRII DE DISERTAȚIE	0	0	0	60		9		10	
8	PROJECT MANAGEMENT MANAGEMENTUL PROIECTELOR	28	28	0	0		9		5	
3) Promovat cu media:		7.50				Total credite / Total ECTS credits:				60
3) Pass, average grade per academic year:										
Promovat: Da Pass: Yes		4) Media de promovare a anilor de studii (ponderată cu puncte de credit): 4) Overall average grade (credit-weighted average):				7.20	/	7.20	Total credite: Total ECTS credits:	120

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 atitudini 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 attitudes to be acquired by covering and concluding the study program.

1890112046271

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 / specializarea **MARKETING STRATEGIC**

este 6.83, iar media maximă este 9.71, titularul fiind clasat pe locul 37 dintr-un total de 40 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 2015

*field of study in **MARKETING***

*study programme / specialization in **STRATEGIC MARKETING***

are: lowest average: 6.83 (out of 10) and highest average

9.71 (out of 10). The degree holder is ranked 37 out of 40 graduates.

1890112046271

5. INFORMAȚII SUPLIMENTARE ADDITIONAL INFORMATION

Informații suplimentare Additional information

5.1

Alte surse pentru obținerea mai multor informații Further information sources

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, Expoziției 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)

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

6.1 DOCTORAL PROGRAMME

STUDII DE DOCTORAT

Statutul profesional Professional status

6.2 ECONOMIST

ECONOMIST

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

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

Dekan / Director
Dean / Director

CONF.UNIV.DR. ALEXANDRU IONESCU

7.4

Secretar șef facultate / departament
Faculty Registrar / Department Registrar

JR. NICOLETA MATEI

5) **Nr. și data eliberării**
No., dated

7.5

...../.....

Acest document conține un număr de 6 pagini.
This document consists of

Ștampila sau sigiliul oficial
Official stamp or seal

7.6

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

1) 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.

2) 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.

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

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

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

5) Se va completa de către instituția care a asigurat școlarizarea titularului, menționându-se numărul de pagini ale documentului.

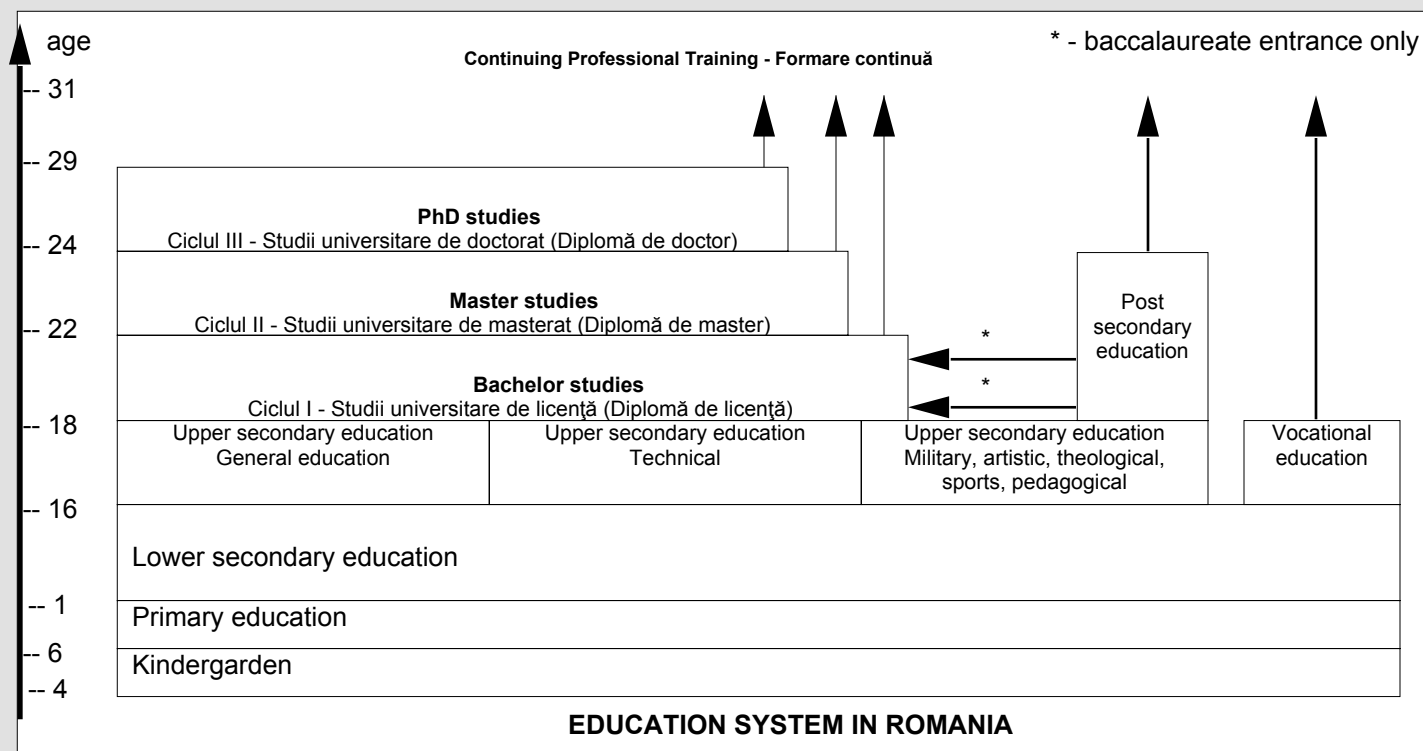
5) To be filled in by the institution administering studies indicating also the number of pages of this document.

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.

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.

8. INFORMAȚII PRIVIND SISTEMUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT*

INFORMATION ON THE NATIONAL EDUCATION SYSTEM



OVERVIEW OF THE NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM

Access to higher education is based on the baccalaureate diploma (12 years of study) and access to master programmes is based on the BA / BSc / BEng degree.

Bachelor studies presuppose 180-240 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS)

MA / MSc / MEng studies presuppose 90-120 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS). Exceptionally, depending on the duration of the bachelor studies, the lower ECTS limit can be 60 transferable credits.

For professions regulated by European norms, regulations or good practices, BA / BSc / BEng and MA / MSc / MEng studies 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, Dentistry - 360 ECTS, Pharmacy - 300 ECTS, Veterinary Medicine - 360 ECTS, Architecture - 360 ECTS and Urban Planning - 300 ECTS).

PhD studies result in a doctoral research thesis, while successful candidates are awarded a PhD diploma.

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

Academic distance learning programmes shall be organised for the authorised and accredited programmes of study.

Universities also provide continuing professional training programmes based on the market demand and on the professional retraining needs.