



UNIVERSITATEA
LUCIAN BLAGA
DIN SIBIU

ANEXĂ LA HOTĂRÂREA SENATULUI
NR. 4874 DIN 16.12.2021

Ministerul Educației
Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Rectorat

APROBAT

Consiliul de Administrație

din data de 24.11.2021

Nr. înregistrare ULBS

Nr. înregistrare ARACIS.....

RAPORT DE EVALUARE INTERNĂ

Date prezentate Departamentului de acreditare din ARACIS de către:

Instituția:	UNIVERSITATEA „LUCIAN BLAGA” DIN SIBIU
Facultatea:	ȘTIINȚE ECONOMICE
Domeniul de studii universitare de licență:	MARKETING
Programul de studii universitare de licență:	MARKETING
Limba de predare:	ROMÂNĂ
Forma de învățământ (IF/IFR/ID - locația):	ID-Sibiu

Persoană de contact:	Răzvan Șerbu
e-mail:	razvan.serbu@ulbsibiu.ro
telefon:	0369 218165

Datele cuprinse în prezentul Raport sunt complete, corecte și conforme cu principiile eticii profesionale.

Rector,

prof.univ.dr.habil. Sorin Radu

Director Departament IDIFR,

Conf. univ. dr. Bogdan MĂRZA

Raport de evaluare internă a programului de studii:

MARKETING – ID

2021

CUPRINS

1. PROFILUL UNIVERSITĂȚII “LUCIAN BLAGA” DIN SIBIU	1
1.1 Statutul juridic și evoluția instituțională a ULBS	1
1.2 Misiunea ULBS	1
1.3 Viziunea ULBS.	1
1.4 Obiective strategice ale ULBS	1
2 STRATEGII ȘI POLITICI PRIVIND FORMELE DE ÎNVĂȚĂMÂNT	3
3 STRUCTURI ADMINISTRATIVE ȘI MANAGERIALE	5
4 PROIECTAREA STRUCTURII PROGRAMULUI DE STUDII MARKETING ID	9
4.1 Admiterea studenților	9
4.2 Structura programului de studiu ID	10
4.3 Relevanța programului de instruire	12
5 INFRASTRUCTURA SPECIFICĂ. RESURSE DE ÎNVĂȚARE	13
5.1 Infrastructura	13
5.2 Resurse financiare	14
5.3 Proiectarea materialelor de studiu	16
6 SUPORTUL STUDENȚILOR, PERSONALULUI DIDACTIC ȘI DIDACTIC AUXILIAR	17
6.1 Diferențiere în realizarea programelor de studii	17
6.2 Suportul tehnic	17
6.3 Suportul didactic în procesul de învățare	18
6.4 Acces la resurse suplimentare	19
6.5 Suport administrativ 24*7	20
7 EVALUAREA CUNOȘTIINȚELOR	21
8 ASIGURAREA CALITĂȚII PERSONALULUI DIDACTIC ȘI ADMINISTRATIV	23
8.1 Calitatea și rolul personalului didactic, didactic auxiliar și administrativ	23
8.2 Raportul dintre numărul studenților și al cadrelor didactice	24
8.3 Formarea personalului	24
9 ASIGURAREA CALITĂȚII PROGRAMELOR DE STUDII ID	25
9.1 Procedura privind asigurarea echivalenței activităților din planul de învățământ	25
9.2 Procedura privind actualizarea periodică a materialelor de studiu realizate în tehnologie ID	25
9.3 Procedura privind instruirea și perfecționarea periodică a întregului personal didactic și administrativ implicat la programele de studii universitare IDIFR	26
9.4 Procedura privind evaluarea periodică a performanțelor întregului personal implicat în programul de studii IDIFR	26
9.5 Procedura privind monitorizarea și evaluarea procesului didactic și de comunicare	27
10 INFORMAȚII PUBLICE	29
11 OPIS ANEXE	31

1. PROFILUL UNIVERSITĂȚII “LUCIAN BLAGA” DIN SIBIU

1.1 Statutul juridic și evoluția instituțională a ULBS

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu (ULBS) este o instituție de învățământ de stat, cu personalitate juridică, caracter non-profit, apolitică, persoană juridică de drept public, înființată prin lege (Hotărârea Guvernului României nr.225/1990- [Anexa A.1.1.01. ULBS H.Infiintare](#)).

Prin Decretul Consiliului de Stat nr.203/30.06.1976 se înființează la Sibiu “Institutul de Învățământ Superior” cu personalitate juridică de sine stătătoare cu următoarea structură: Facultatea de Filologie și Istorie; Facultatea de Drept Economic și Administrativ; Facultatea de Mecanică.

Programele de licență și de master ce funcționează în cadrul Universității „Lucian Blaga” Sibiu, sunt prezentate în [Anexa A.1.1.02. ULBS Programe de licență](#) și în [A.1.1.03. ULBS Programe de master](#).

Prin CARTA universității, **ULBS** face dovada că are misiunea didactică și de cercetare științifică bine precizate și obiective clare și realizabile, cu respectarea normelor legale. Misiunea ULBS conține o serie de elemente de specificitate și oportunitate în concordanță cu adaptarea universității la noile cerințe ale pieței forței de muncă. Elementele specifice se obțin prin îndeplinirea obiectivelor ce urmăresc integrarea în comunitatea locală și națională, atât prin adaptarea planelor de învățământ cât și a planului de cercetare ([Anexa A.1.1.04. ULBS Carta](#)).

1.2 Misiunea ULBS

Misiunea ULBS este *atingerea performanței în domeniul didactic și a excelenței în cercetare, prin racordarea la fluxurile tehnologice internaționale, pentru a deveni o universitate a dezvoltării și a inovării, o universitate care pregătește societatea sustenabilă, devenind, prin bunele sale practici, o instituție „verde”, durabilă, flexibilă și bine integrată în comunitate.* ([Anexa A.1.1.05. ULBS Viziune Misiune](#)).

1.3 Viziunea ULBS.

Într-o lume unde se pare că mediocritatea câștigă teren în majoritatea domeniilor, prin accentul pe excelență la toate nivelurile și în toate contextele, *ULBS își propune să devină pentru generațiile următoare o universitate a excelenței, a integrității, a solidarității și a demnității* ([Anexa A.1.1.05. ULBS Viziune Misiune](#)).

1.4 Obiective strategice ale ULBS

Obiectivele strategice ale ULBS se regăsesc formulate în Strategia ULBS 2020-2024 și sunt sistematizate pe 9 direcții strategice principale ([Anexa A.1.1.05. ULBS Viziune Misiune](#))

- A. *Activitatea didactică și formarea continuă a resursei umane*
- B. *Studentii*
- C. *Cercetarea științifică, dezvoltarea și inovarea*
- D. *Universitatea și comunitatea. Angajamentul civic al ULBS*
- E. *Internaționalizare*
- F. *Sustenabilitate*
- G. *Management organizațional*
- H. *Infrastructura didactică și de cercetare*
- I. *Cultura organizațională*

Obiectivele strategice sunt definite în corelație directă cu Conferința Miniștrilor Educației din țările Europei și se referă la:

- dezvoltarea globală și echilibrată a Universității “Lucian Blaga” care să conducă la consolidarea rezultatelor obținute;
- trecerea de la dezvoltarea cantitativă la consolidarea calitativă a Universității “Lucian Blaga” prin adoptarea principiilor managementului calității în întreaga activitate din universitate și în evaluarea acesteia;
- dezvoltarea managementului strategic și a planificării eficiente a tuturor proceselor și activităților;
- realizarea unui echilibru între democrație, participarea colectivă, responsabilitate, transparență și luarea deciziilor ;
- asigurarea calității procesului de învățământ;
- adaptarea structurii programelor de studii la cele trei cicluri licență, masterat și doctorat;
- promovarea mobilității studenților și personalului academic.

Analizând obiective strategice formulate de ULBS se constată faptul că managementul strategic este un proces orientat pe obiective majore, a căror realizare este proiectată în timp [Anexa A.1.1.06. ULBS Strategia de dezvoltare](#).

2 STRATEGII ȘI POLITICI PRIVIND FORMELE DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Universitatea “Lucian Blaga” din Sibiu este universitate de învățământ superior de stat, acreditată, cu personalitate juridică, organizată în baza Legii Educației Naționale nr. 1 din 2011, calificată instituțional cu “Grad de încredere ridicat” în urma evaluării externe ARACIS confirmat în ședința din data 29 aprilie 2021.

Conform Cartei universitare, art. 38 – 39, în cadrul Universității “Lucian Blaga” din Sibiu, programele de studii sunt organizate ca studii universitate și postuniversitare, la nivel de studii de licență, de masterat și de doctorat. În funcție de cadrul legal în vigoare, programele de studii din cadrul ULBS sunt oferite studenților ca studii cu frecvență (IF), cu frecvență redusă (IFR) și la distanță (ID). ([Anexa A.1.1.04. ULBS Carta](#)).

Organizarea programelor de studii, în diverse forme de studiu, responsabilizează universitatea în orientarea și fundamentarea procesului didactic și de cercetare pe metode moderne de predare-învățare într-un proces continuu de creare de cunoștințe (Art. 27, Carta ULBS). Fapt asumat și susținut și prin programele strategice ale ULBS. La nivelul anului 2020 s-a adoptat strategia de dezvoltare a ULBS pe termen mediu, de 6 ani, prin care se urmărește dezvoltarea și implementarea de proiecte care să contribuie la dezvoltarea sustenabilă a acesteia, inclusiv dezvoltarea procesului didactic și de cercetare derulat prin învățământul la distanță și cu frecvență redusă. Specific, unul dintre obiectivele strategice ULBS îl constituie creșterea gradului de integrare a TIC în activitatea didactică prin dezvoltarea structurii de e-learning a ULBS, creșterea utilizării potențialului educațional oferit prin mijloacele de informare în masă, mai ales pentru programele de învățare la distanță și de educație continuă, inițierea și implementarea unor programe de studii în format Blended Learning, accentuarea utilizării tehnologiilor informației și comunicării, etc ([Anexa A.1.1.06. ULBS Strategia de dezvoltare](#)).

În vederea organizării, coordonării, dezvoltării și monitorizării programelor de studiu derulate sub forma studiilor universitare la distanță și a celor cu frecvență redusă, ULBS a creat Departamentul pentru Învățământ la Distanță și Învățământ cu Frecvență Redusă (DIDIFR) ([Anexa A.1.1.07. ULBS Organigrama](#)), care funcționează în baza unui regulament propriu de organizare și funcționare, actualizat la nivelul anului 2018, cu respectarea prevederilor legale specifice, în vigoare. ([Anexa A.1.1.08. DIDIFR Regulamentul de funcționare](#)). Conform art. 3 din Regulamentul de organizare și funcționare, misiunea Departamentului IDIFR, din cadrul ULBS, vizează formarea de specialiști cu studii superioare în diferite domenii pentru categorii largi de beneficiari interesați în formarea universitară inițială sau formarea continuă pe parcursul vieții. Astfel, la nivelul ULBS, Departamentul IDIFR oferă 15 de programe de studiu (11 programe de studiu ID – licență, 1 program de studiu IFR – licență și 3 programe de studiu IFR – master), domeniile fiind de real interes pentru comunitate, respectiv: administrarea afacerilor, management, finanțe, contabilitate, marketing, agricultură, ingineria produselor alimentare, drept, științe administrative, științe ale educației, inginerie și management, mine-petrol și gaze.

Pentru desfășurarea optimă a procesului didactic și de cercetare, regulamentul de organizare și funcționare al Departamentului IDIFR, stabilește misiunea și obiectivele departamentului, precum și structura organizatorică și funcțională a acestuia (conceptele specifice IDIFR, tipologia resursei umane implicate, principiile de interacțiune, raportul față de studenți, specificul infrastructurii precum și activitatea financiară). ([Anexa A.1.1.08. DIDIFR Regulamentul de funcționare](#)).

Programul de studii de licență supus evaluării periodice, Marketing ID, este organizat de către Facultatea de Științe Economice la învățământul cu frecvență (IF). La învățământul la distanță (ID), acest program de studii de licență este derulat prin intermediul Departamentului IDIFR.

Strategia de organizare și desfășurare a programelor de studii IDIFR din cadrul ULBS se bazează pe o structură funcțională interconectată cu mediul academic național și internațional, și, în egală măsură și cu mediul de afaceri și cel instituțional public, în baza unor acorduri cadru de colaborare. De regulă, facultățile din cadrul ULBS, încheie astfel de parteneriate de colaborare ca suport pentru activitatea academică și profesională a studenților înmatriculați la programele de studii cu frecvență, cu frecvență redusă și la învățământ la distanță. Acordurile de colaborare au în vedere oferirea de suport legal pentru derularea de activități precum: stagiile de practică, susținere de workshop-uri tematice profesionale, organizarea de conferințe, colaborarea în cadrul coordonării proiectelor de cercetare individuale ale studenților, susținerea de internshipuri, etc. În acest fel, activitatea academică a studenților este completată de activitatea profesională, acumulată prin participarea la acțiuni organizate de facultate-DIDIFR – parteneri – instituții. În baza acestei strategii, și programul de studii de licență - Marketing ID - este dezvoltat prin încheierea unor acorduri de colaborare de tip academic și profesional, prin Facultatea de Științe Economice și Departamentul IDIFR. ([Anexa A.1.1.09. FSE Acorduri de colaborare](#)).

3 STRUCTURI ADMINISTRATIVE ȘI MANAGERIALE

La nivelul ULBS, inițierea programelor de studii la distanță și cu frecvență redusă a impus respectarea cadrului legislativ specific, adoptat la nivel național, constituit în principal din:

- Legea nr. 1/2011 a educației naționale, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 288/2004 privind organizarea studiilor universitare,
- Hotărâre Nr. 158/2018 din 29 martie 2018 privind aprobarea Nomenclatorului domeniilor și al specializărilor/programelor de studii universitare și a structurii instituțiilor de învățământ superior pentru anul universitar 2018-2019,
- Hotărâre Nr. 185/2018 din 4 aprilie 2018 privind domeniile și programele de studii universitare de master acreditate și numărul maxim de studenți ce pot fi școlarizați în anul universitar 2018-2019,
- Standardele specifice – privind evaluarea externă a calității programelor de studii universitare de licență și programelor de studii universitare de master la forma de învățământ la distanță (ID) și la forma de învățământ cu frecvență redusă (IFR), aferente Comisiei de Specialitate nr.13 ID/IFR, publicată la data de 28 decembrie 2016,
- H.G. 1418/2006 pentru aprobarea Metodologiei de evaluare externă, a standardelor, a standardelor de referință și a listei indicatorilor de performanță a ARACIS, modificată prin HG nr. 1512/2008;
- HG 1175/06.09.2006 pentru durata ciclului de licență care atât la formele de învățământ de zi cât și la cele cu frecvență redusă și la distanță este aceeași
- OMECS 6251/2012 privind organizarea, desfășurarea și normarea activităților didactice la formele de învățământ la distanță (ID) și învățământ cu frecvență redusă (IFR) la nivelul învățământului superior, și înființarea Departamentului IDIFR.

Senatul ULBS, a aprobat organizarea și funcționarea Departamentului pentru Învățământ la Distanță și Învățământ cu Frecvență Redusă, ca structură de coordonare a acestor forme de învățământ universitar. Începând cu anul universitar 2008-2009 Învățământul la Distanță și Învățământul cu Frecvență Redusă a funcționat în conformitate cu Regulamentul de funcționare și organizare a DIDIFR aprobat de Biroul Senatului ULBS în data de 29.09.2008, dată la care vechiul regulament s-a abrogat ([Anexa A.1.2.01. ULBS HS pentru organizarea și funcționarea DIDIFR 2008](#)). Datorită modificării cadrului legislativ, Senatul ULBS a aprobat, ulterior, variante modificate ale Regulamentului de funcționare și organizare a DIDIFR la data de 16.06.2014, și respectiv 18.01.2018. ([Anexa A.1.2.02. ULBS HS pentru organizarea și funcționarea DIDIFR 2018](#)).

Misiunea Departamentului IDIFR constă în principal în formarea de specialiști cu studii superioare în diferite domenii pentru categorii largi de beneficiari interesați în formarea universitară inițială sau formarea continuă pe parcursul vieții.

DIDIFR se află în subordinea Senatului ULBS, Consiliului de Administrație, Rectorului și Prorectorului cu probleme academice. Structura organizațională și relațională a sa este cuprinsă în Organigrama DIDIFR, actualizată la data de 18.01.2018. ([Anexa A.1.2.03. DIDIFR Organigrama](#)).

Departamentul IDIFR este condus de un director ce deține calificarea și experiența dovedite în metodologia IDIFR ([Anexa A.1.2.04. DIDIFR CV-uri management](#)) și are în vedere realizarea misiunii departamentului cu sprijinul Biroului Departamentului și a Consiliului Academic. Postul de director DIDIFR a fost ocupat prin concurs public și a fost validat de către Senatul ULBS ([Anexa A.1.2.05. ULBS HS Decizia de numire a directorului DIDIFR](#)). Echipa managerială este formată din directorul DIDIFR, coordonatorul programelor academice,

coordonatorul economic-administrativ, coordonatorul platforma eLearning, secretar șef DIDIFR și reprezentantul studenților ([Anexa A.1.2.06. DIDIFR Echipa manageriala și administrativa](#)). Consiliul Academic al DIDIFR este format din directorul DIDIFR, coordonatorul programelor academice, coordonatorul economic-administrativ, coordonatorul platforma eLearning, decanii facultăților și directorul general administrativ al ULBS. ([Anexa A.1.2.07. DIDIFR Consiliu academic](#)).

Principalele atribuții ale departamentului DIDIFR al ULBS sunt cele conforme cu Standardele ARACIS și sunt consemnate în articolul nr. 6 al Regulamentului de organizare și funcționare DIDIFR adoptat la data de 18.01.2018 ([Anexa A.1.1.08. DIDIFR Regulamentul de functionare](#)). Astfel, DIDIFR reprezentat de director, are următoarele atribuții:

- a) propune angajarea de personal didactic auxiliar și nedidactic, în condițiile legii;
- b) întocmește statele de funcțiuni pentru personalul didactic, didactic auxiliar și nedidactic adecvat programelor de studiu ID/IFR și postuniversitare. Statele de funcțiuni sunt aprobate anual de Senatul Universității;
- c) asigură accesul tuturor studenților înscriși într-un program de studiu ID/IFR sau postuniversitar la toate serviciile de suport ale DIDIFR: asistenta la înscriere, facilități financiare, asistenta educațională, livrarea resurselor de învățământ, acces la mijloacele de comunicație, suport tutorial adecvat, examinare corectă și asigurarea înregistrărilor privind rezultatele obținute și consiliere profesională în vederea obținerii competențelor necesare integrării profesionale;
- d) asigură un sistem adecvat de rezolvare operativă a sesizărilor și solicitărilor studenților înscriși la ID/IFR sau program postuniversitar;
- e) asigură informarea adecvată și corectă a studenților privind programele de studiu oferite și tipul de diplome obținute la absolvire, cerințele de înscriere și serviciile oferite, taxele de studiu și costurile suplimentare, tehnologiile educaționale și de comunicații utilizate, procedeele de examinare;
- f) asigură infrastructura de comunicație între studenți, cadrele didactice și tutori prin diferite mijloace: posta, telefon, fax, e-mail, internet, videoconferințe, discuții în grup etc.
- g) dezvoltă și promovează o politică clară privind: producerea de resurse de învățământ, utilizarea tehnologiilor informaționale și accesul la acestea, utilizarea bibliotecilor virtuale proprii, în parteneriat sau închiriate, distribuirea materialelor didactice, videoconferințe, producerea și utilizarea materialelor și mijloacelor multimedia;
- h) asigură pregătirea permanentă în tehnologiile ID/IFR a tuturor participanților din universitate și din centrele de suport teritoriale;
- i) asigură confidențialitatea bazelor de date privind toate activitățile studenților, actualizarea lor permanentă, stocarea în condiții de siguranță, garantarea și protejarea datelor împotriva actelor de vandalism, a furtului sau modificărilor neautorizate;
- j) asigură ca activitatea Centrelor suport teritoriale DIDIFR să se desfășoare în conformitate cu Standardele ARACIS,
- k) asigură derularea în condiții optime a procesului educațional ID/IFR, producerea de resurse de învățământ specifice ID/IFR, utilizarea resurselor de învățământ și tehnologii de comunicație etc.;
- l) coordonează elaborarea de cursuri în tehnologie ID/IFR și sprijină tipărirea/multiplicarea lor;
- m) administrează mijloacele fixe și obiectele de inventar, indiferent de forma de dobândire;

n) propune Senatului ULBS cuantumul taxelor de școlarizare pe domenii/specializări.

În vederea eficientizării activității IDIIF, formațiile de studiu se aprobă de Senatul ULBS la începutul fiecărui an universitar. De asemenea, pentru buna desfășurare a activităților specifice programelor de studii pe care le coordonează, DIDIFR colaborează direct cu facultățile care au inițiat programe de studiu în tehnologia ID/IFR. ([Anexa A.1.2.03. DIDIFR Organigrama](#)).

Programul de studii supus evaluării periodice – Marketing – este coordonat de Facultatea de Științe Economice, la forma IF, și de DIDIFR, la forma ID.

La IF, Programul de studii de licență Marketing din domeniul Marketing a fost înființat în anul 2007 prin H.G. 676/28.06.2007, publicată în M.O. 481 din 18 iulie 2007 – ([Anexa A.1.2.08.a. Marketing IF Dovada autorizării 2007](#)), și a dobândit acreditarea în anul 2013 prin H.G. 493/17.07.2013, publicată în M.O. 447 din 22 iulie 2013 ([Anexa A.1.2.08.b. Marketing IF Dovada acreditării 2013](#)).

La ID, același program de studii a fost autorizat în anul 2014, conform Rapoartelor de validate de Consiliul ARACIS din data de 26 iunie 2014. [Anexa A.1.2.09. Marketing ID Dovada autorizării 2014](#)).

În acest sens, DIDIFR în parteneriat cu Facultatea de Științe Economice, asigură desfășurarea optimă a programului de licență evaluat, respectiv Marketing ID. ([Anexa A.1.2.10. Marketing ID Prezentarea procesului didactic](#)). Principalele activități comune DIDIFR – Facultatea de Științe Economice au în vedere: realizarea planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină, activitățile aplicative și practice, evaluare, gestionarea bazei materiale și stabilirea cadrelor didactice implicate în desfășurarea programului Marketing ID. ([Anexa A.1.2.11. Marketing ID Ghidul de consiliere al studenților](#))

4 PROIECTAREA STRUCTURII PROGRAMULUI DE STUDII MARKETING ID

Denumirea programului de studii de licență Marketing este în concordanță cu obiectivele programului de studii, cu disciplinele din planul de învățământ elaborat conform standardelor specifice ARACIS și cu rezultatele declarate odată cu crearea programului Marketing la forma de învățământ cu frecvență. Denumirea programului de studii este în corelație și cu tipurile ocupațiilor profesionale care pot fi ocupate de către absolvenți, cu precădere cu cele din grupa majoră 24 – Specialiști în publicitate și marketing.

Programul de studii de licență Marketing organizat de Facultatea de Științe Economice este proiectat și documentat luând în considerare:

- prevederile Cadrului Național al Calificărilor, fiind respectate elementele stipulate în Nomenclatorul cu denumirile calificărilor și titlurile obținute în cadrul învățământului superior din România și aspectele privind redactarea corespunzătoare a actelor de studii acordate în învățământul superior ([Anexa A.1.2.12.a. Marketing IF Supliment la diplomă](#), [Anexa A.1.2.12.b. Marketing ID Supliment la diplomă](#));
- validarea și înscrierea calificărilor aferente programului de studii de licență în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS) ([ANEXE\Anexa A.1.2.13.a. ULBS RNCIS Programe validate.pdf](#), [Anexa A.1.2.13.a. Marketing ID înscriere RNCIS](#), <http://www.anc.edu.ro/registrul-national-al-calificarilor-din-invatomantul-superior-rncis/>);
- prevederile din Standardele specifice privind evaluarea externă a calității academice a programelor de studii din domeniile de licență și master aferente Comisiilor de specialitate nr. 13 IDIFR, criteriile fiind îndeplinite;

Prin misiunea asumată, obiectivele propuse și competențele (profesionale și transversale) ce urmează a fi dobândite de către absolvenți, programul de studii Marketing ID este în măsură să asigure concordanța cu cadrul național al calificărilor definit prin Clasificarea Ocupațiilor din România (COR), pregătind specialiști pentru ocupații în publicitate și marketing (<https://mmuncii.ro/j33/index.php/ro/2014-domenii/munca/c-o-r>).

Programul de studii este proiectat în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor și cu Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior, respectând standardele specifice domeniului elaborate de ARACIS.

În acord cu prevederile legale și cu scopul programului de studii Marketing IF, și implicit Marketing ID, studenții beneficiază de colaborări instituționale naționale și internaționale. Astfel, Facultatea de Științe Economice a încheiat acorduri de parteneriat cu diverse entități private și publice care susțin stagiile de practică ale studenților de la acest program de studii. O parte dintre partenerii privați organizează și susțin workshopuri de specialitate în domeniul Marketing ca suport în derularea stagiilor de practică, în baza cărora studenții acumulează cunoștințe și abilități suplimentare celor academice, prevăzute în planurile de învățământ. ([Anexa A.1.3.01. FSE Acorduri parteneriat Marketing](#)).

4.1 Admiterea studenților

Concursul de admitere pentru studii universitare de licență, domeniul Marketing, specializarea Marketing, la forma de învățământ la distanță organizat de către Facultatea de Științe Economice s-a desfășurat potrivit Regulamentului de organizare și desfășurare a concursului de admitere la programele de studii ale Universității „Lucian Blaga” din Sibiu pentru anul universitar 2021-2022, aprobat în ședința de Senat nr. 1185 din data de 25.03.2021 ([Anexa B.1.1.01. ULBS Regulament admitere](#)). Facultatea de Științe Economice

organizează concurs de admitere la formele de învățământ pe diverse domenii de licență și master. Elementele specifice programului Marketing ID fiind definite prin metodologia de admitere, aprobate de Consiliul Facultății în ședința din data de 03.02.2021 ([Anexa B.1.1.02. FSE Criterii de admitere](#)).

Candidații la concursul de admitere pentru programul Marketing ID pot fi absolvenți de liceu (unități de învățământ acreditate sau recunoscute de Ministerul Educației). Aceștia trebuie să îndeplinească condițiile generale și pot participa la concursul de admitere potrivit prevederilor din Regulamentul de admitere și criteriile specifice facultății, mai sus menționate. Astfel pentru programele de licență, inclusiv Marketing ID, admiterea se face pe bază de concurs de dosare, la care clasamentul se determină în funcție de media de admitere (100% media examenului de bacalaureat) și opțiunile din fișa de înscriere, precum și în funcție de numărul de locuri disponibile pentru programul de studii Marketing ID (100 de locuri, <https://didifr.ulbsibiu.ro/admitere/>). Pentru anul universitar 2021-2022, sesiunea de admitere, pentru forma de școlarizare ID s-a desfășurat în perioada 10 mai – 9 septembrie 2021, cu afișarea rezultatelor finale ale concursului la data de 22 septembrie 2021. ([Anexa B.1.1.02. FSE Criterii de admitere](#)). Numărul de studenți care pot fi admiși la programul de studii Marketing reprezintă rezultatul combinat al criteriilor privind cifra de școlarizare aprobată în urma autorizării primite din partea ARACIS (100 locuri) și strategia Departamentului privind derularea programului Marketing ID prin ofertarea numărului maxim de locuri către potențialii candidați (100 locuri), în toată perioada organizării acestui program de studii la ID, respectiv 2016-2021 ([Anexa B.1.1.03. ARACIS C4 Standarde](#)).

Înmatricularea studenților pentru programul de licență Marketing ID se realizează în baza contractelor de studii ([Anexa B.1.1.04. Marketing ID Contract de studii](#)). Contractul de studii s-a încheiat în perioada de confirmări (14-18 septembrie 2021) din cadrul sesiunii de admitere IDIFR și s-a semnat în 2 exemplare de ambele părți (ULBS și student), din care un exemplar revine studentului. În contractul de studii este precizată durata de 3 ani universitari pentru programul de licență Marketing ID, specificul diplomei de licență primită la absolvire, serviciile oferite studentului echivalente taxei de studiu, stabilite prin hotărâre a Senatului ULBS (<https://admitere.ulbsibiu.ro/articol/69/cum-si-ce-taxe-trebuie-sa-plateasc->), diverse facilități și alte obligații ce revin în responsabilitatea ULBS, drepturile și obligațiile financiare și non-financiare ale studentului, alături de obligativitatea DIDIFR de a asigura materialele necesare instruirii educaționale individuale în tehnologie ID, precum și condițiile de retragere a studenților și de rambursare a taxelor de studiu. De asemenea, parcurgerea planului de învățământ în sistem de credite transferabile specific programului Marketing se reglementează prin anexe/acte adiționale la contractul de studii semnate de către studenți și facultate, pe fiecare an de studiu ([Anexa B.1.1.05. Marketing ID Act adițional la contract de studii](#)). În paralel, înmatricularea studenților la programul de studii Marketing ID presupune înrolarea acestora în programul informatic de evidență și gestionare a parcursului educațional – UMS, precum și oferirea posibilității de a se înscrie pe platforma Google Enterprise utilizată de universitate. ([Anexa B.1.1.06. ARACIS C5 Standarde](#)).

4.2 Structura programului de studii ID

Funcționarea programului universitar de studii Marketing ID, pentru anul 2021-2022 la forma ID se bazează pe principiile generale folosite la forma de învățământ IF, precum și pe standardele și procedurile specifice formei de învățământ la distanță, respectiv a sistemului educațional Blended Learning.

În cazul programului de studii Marketing ID, parcursul instructiv-educativ face uz de instrumentele și mijloacele specifice sistemului Blended Learning, folosind serviciul web de tip e-Learning componentă a Google Workspace for Education dezvoltat de Google care

reprezintă suita oficială pentru colaborare instituțională utilizată în cadrul ULBS. Serviciul web de tip **e-Learning** din cadrul acestei suite este Google Classroom, care permite crearea și distribuirea materialelor educaționale, planificarea cursurilor, comunicarea și interacțiunea dintre cadrele didactice și studenții DIDIFR într-un mod interactiv, rapid și simplu, astfel încât rezultatele obținute de studenți să se transpună în însușirea individuală a competențelor stabilite pentru același program de studiu la forma IF. Folosind astfel sistemul educațional Blended Learning studenții înrolați la programul de licență analizat beneficiază de un grad ridicat de flexibilitate a studiului în raport cu timpul, locul și ritmul instruirii. Suportul tutorial, desfășurat la distanță prin mijloace de comunicație bidirecționale și completat periodic cu sesiuni asistate față în față (fizic sau prin videoconferință) este parte integrantă a procesului de pregătire aferentă fiecărei discipline din planul de învățământ.

În acest sens, programul Marketing ID este organizat pe baza planurilor de învățământ aprobate pentru aceeași specializare ca pentru forma IF ([Anexa B.1.2.01. Marketing Planuri de învățământ](#)) aprobate de Senatul ULBS. Numărul de credite repartizat disciplinelor precum și forma de verificare finală se mențin ca în planul de învățământ IF. Fișele disciplinelor din planul de învățământ pe an de studiu îndeplinesc standardele calitative și cantitative ca și cele din IF, cuprinzând competențele, obiectivele, conținutul de bază (distribuit pe unități de studiu), bibliografia (obligatorie, facultativă și alternativă) precum și modalitatea de evaluare a studenților ([Anexa B.1.2.02. Marketing Fișe de disciplină](#)). De asemenea, conform standardelor în vigoare, fișele disciplinelor întocmite pentru fiecare an de studiu sunt însoțite de calendarul corelat al activităților pe discipline pentru programul de licență Marketing ID ([Anexa B.1.2.03. Marketing ID Calendare discipline](#)).

Pentru toate disciplinele prevăzute în planul de învățământ Marketing ID există materiale specifice destinate studiului în tehnologia ID. Acestea sunt organizate și proiectate pe principii educaționale specifice formei de învățământ la distanță. În acest sens, prezentarea informațiilor se face într-o formă accesibilă, concisă și riguroasă și cu o distribuție echilibrată de grafică și text și include obiectivele specifice, organizarea sarcinilor de lucru, elemente aplicative pentru clarificarea și consolidarea cunoștințelor, teste de autoevaluare și de evaluare, recomandări bibliografice.

Facultatea noastră asigură tuturor studenților condiții de documentare în biblioteca universității oferind spre utilizare laboratoare, birouri individuale, săli special amenajate pentru studiu, acces liber la baze de date, acces liber la publicații de specialitate (cărți, periodice scanate, etc. (<http://bcu.ulbsibiu.ro/>)

În evaluarea activității studenților, universitatea, inclusiv DIDIFR, aplică Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS – European Credit Transfer System). Tutorele de disciplină are obligația de a informa studenții cu privire la fișa disciplinei, structura și obiectivele cursului, competențele generate de acesta, precum și modalitățile de evaluare și examinare, în primele 2 săptămâni de la începerea semestrului. Evaluarea studenților poate lua forma evaluării formative (pe parcursul semestrului - prin teste de autoevaluare, proiecte, eseuri, proiecte și studii de caz) și a evaluării finale (probă scrisă, probă orală sau probă scrisă și orală). ([Anexa B.1.2.02. Marketing Fișe de disciplină](#), [Anexa B.1.2.04. ULBS Regulamentul ECTS](#), [Anexa B.1.2.05. ULBS Regulament evaluare studenți](#)). Oricare model de evaluare ales de către coordonatorul de disciplină are în vedere evaluarea competențelor propuse prin fișa programului/suplimentul diplomei de licență înscris în sistemul RNCIS Marketing ID, planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină. Evaluarea continuă este menționată în fișa disciplinei și se regăsește inserată în conținutul materialelor de studiu Marketing ID, studentul putând astfel să își evalueze nivelul învățării. De asemenea, temele de casă prevăzute pot fi încărcate spre evaluare pe platforma Google Classroom. Astfel, studenții

pot primi feedback-ul progresului învățării folosind mediul virtual de educație. ([Anexa B.1.2.05. ULBS Regulament evaluare studenți](#)).

4.3 Relevanța programului de instruire

La forma de învățământ ID procesul de instruire se bazează pe utilizarea materialelor didactice corespunzătoare care să susțină eficient studiul individual (SI). Pentru programul Marketing ID, resursele de studiu se asigură în format digital, pentru toate disciplinele din planul de învățământ, se elaborează de către DIDIFR prin efort propriu, și se distribuie fiecărui student înmatriculat la acest program de studiu, în cuantumul taxei de școlarizare. Materialele de studiu sunt realizate astfel încât să susțină orele echivalente de curs prevăzute în planul de învățământ de la programul Marketing IF, transformate în ore de studiu individual la forma ID. Orele de seminar de la programul Marketing IF sunt transpuse în forma ID ca ore de activități tutorale (AT-uri) de tip față în față sau de tip online, sincron și asincron. Programul propriu-zis de desfășurare a AT-urilor este stabilit după structura anului universitar de la IF, în oricare din zilele de vineri după-amiază, sâmbătă și duminică, în spațiile de instruire gestionate de Facultatea de Științe Economice sau în regim de tele-educație ([Anexa B.1.2.06. FSE Structura an universitar](#)).

Pe lângă AT-urile aferente fiecărei discipline din planul de învățământ sunt realizate și alte tipuri de activități de tutorat (îndeosebi de către tutori) cu caracter de consiliere și/sau coordonare de proiecte și alte activități. Aceste activități sunt desfășurate fie direct față în față, fie folosind mediul online prin platforma Google Classroom, conform unui program anterior stabilit.

Pregătirea profesională a cadrelor didactice și a studenților se va face continuu prin adaptarea în permanență a planurilor de învățământ la nivelul standardelor naționale și internaționale pentru câștigarea unor avantaje competitive și pentru crearea de efecte sinergice, la nivel de Departament pentru învățământul cu frecvență – Management Marketing și Administrarea Afacerilor. Această adaptare presupune:

- actualizarea în permanență a planurilor de învățământ și a fișelor de discipline;
- transformarea învățământului reproductiv în învățământ creativ, stimulator al gândirii tuturor factorilor implicați în acest proces deosebit de complex;
- abordarea unor metode moderne de predare pe suport multimedia;
- îmbinarea teoriei cu practica prin prezentarea unor studii de caz desprinse din realitatea economică și găsirea unor soluții pertinente ce se vor materializa în publicarea unor studii.

Programul de licență – Marketing ID - se finalizează cu elaborarea și susținerea lucrării de licență în baza Regulamentului de elaborare și susținere a lucrării de licență aprobat pentru anul universitar în curs, realizată de student sub îndrumarea unui cadru didactic titular (coordonator sau tutore de disciplină). Lucrările de licență sunt structurate pe două componente, respectiv partea teoretică – în care sunt prezentate elementele teoretice care susțin tema de cercetare academică și, partea aplicativă prin care se cercetează partea aplicativă sau practică a temei alese. În acest fel se realizează valorificarea cunoștințelor și competențelor (profesionale și transversale) achiziționate și aprofundate pe parcursul celor 3 ani de studiu precum și rezultatele cercetării obținute din temele de cercetare derulate. O parte din studenți vor avea posibilitatea continuării cercetării în cadrul Facultății de Științe Economice, ULBS, prin înscrierea în programele de master IF sau IFR în domeniul Administrarea Afacerilor, respectiv – Strategii și Politici de Management și Marketing ale Firmei (B04), Business Management (C1), Administrarea Afacerilor în Turism și Servicii (B2). ([Anexa B.1.2.07.a. FSE Regulament licența – disertație](#); [Anexa B.1.2.07.b. Ghidul studentului licența-disertație](#)).

5 INFRASTRUCTURA SPECIFICĂ. RESURSE DE ÎNVĂȚARE

5.1 Infrastructura

Departamentul IDIFR dispune de dotarea tehnică necesară desfășurării activităților specifice administrării sistemului IDIFR și utilizează spații adecvate pentru conducere, secretariat, pregătire și distribuție a materialelor didactice și de publicitate, atât la nivel central (în cadrul Departamentului IDIFR – ULBS), cât și la nivelul departamentelor IDIFR din cadrul facultăților ULBS, direct subordonate Departamentului IDIFR.

Facultatea de Științe Economice beneficiază de spații adecvate pentru activitățile didactice onsite și online, conducere, secretariat și alte activități administrative, pe care Departamentul IDIFR le utilizează (Tabel nr.1.)

Tabel nr.1. Suprafețele spațiilor de învățământ folosite de Facultatea de Științe Economice

Nr. crt.	Spații de învățământ	Suprafața
1	Săli de curs și seminar	1.351 m ²
2	Laboratoare	267 m ²
3	Spații administrative și cabinet	825 m ²
4	Spații anexe (birouri, secretariat, holuri, grup social):	2.698,26 m ²
	TOTAL:	5.141,26 m²

Aceste spații sau regăsit în orarele afișate de către facultate (în cazul activităților didactice de tip față în față) și DIDIFR. În anul universitar 2020-2021 – semestrul II activitățile didactice și evaluarea studenților s-a derulat exclusiv online, prin intermediul platformei educaționale Google. Începând cu acest an universitar 2021-2022, activitățile educaționale ID se desfășoară online, cu excepția activităților de evaluare, în acord cu prevederile legislative actuale. ([Anexa A.2.1.01. FSE Spații de învățământ și dotări tehnice](#), [Anexa A.2.1.02. Marketing ID Orar studenți 2021-2022](#); [Anexa A.2.1.03. Marketing ID Orar studenți 2019-2022](#)).

Menționăm că cea mai mare parte a sălilor utilizate pentru activitățile tutoriale (AT) și activitățile asistate (AA) sunt dotate cu echipamente tehnice care facilitează procesul de învățare, evaluare și comunicare. (Tabel nr.2.)

Tabel nr.2. Echipamente tehnice folosite de Facultatea de Științe Economice

Nr. Crt.	Tip echipament	Denumire
1	Platforma	Google G Suite Education, Software de prezentă onsite
2	Aparatură multimedia	Webcam 1080p prezent în toate sălile de curs și seminar, Webcam 4K în Decanat și sala EP4.
3	Sala EP2	Sistem videoconferință
4	Sala Raiffeisen	Sistem videoconferință și Monitor digital de proiecție
5	Sala E21	Sistem profesional de videoconferință, Monitor digital de proiecție și Monitor Smart cu ecran tactil

Cu ajutorul echipamentelor tehnice aflate în dotarea Facultății de Științe Economice, fiecare cadru didactic care își desfășoară activitatea în cadrul programului de studii Marketing ID are posibilitatea să susțină activitățile tutoriale și cele asistate prin prezentarea de materiale didactice suport în format multimedia în sistem online – sincron și asincron prin

platforma Google Classroom, sau offline/onsite utilizând echipamentele tehnice specifice – smarboard-uri, laptop, videoproiector, etc).

În vederea realizării studiului individual (SI) și studiului interactiv, facultatea dispune de o bibliotecă în format electronic (prin intermediul platformei E-learning Google Classroom și a serviciilor oferite Biblioteca Centrala ULBS) în care se regăsesc cea mai mare parte a notelor de curs și/sau cărți pe care fiecare cadru didactic le-a editat, ele putând fi consultate de către studenți prin accesare cu ajutorul adresei de email instituționale – prenume.nume@ulbsibiu.ro.

La nivelul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu există organizat Direcția de Comunicații și Marketing, departament ce are ca scop administrarea și asigurarea unei bune funcționări a sistemului informațional la nivelul întregii instituții. Sistemul informațional – UMS (University Management System) - este astfel conceput încât să corespundă principiilor managementului calității asigurând compatibilitatea cu învățământul european prin introducerea sistemului european de credite transferabile (ECTS) fapt ce permite organizarea studiilor conform nevoilor pieței dar și a standardelor compatibile de calificare. Sistemul UMS permite înmatricularea studenților, gestiunea rezultatelor educaționale, raportarea sub forma de foi de calcul sau rapoarte specifice a situației studenților (date personale, parcursul educațional, date financiare în relație cu universitatea, etc). ([Anexa A.2.1.04. ULBS Contract UMS](#), [Anexa A.2.1.05. ULBS Descrierea UMS](#))

5.2 Resurse financiare

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu ca organizator de programe de studiu IDIFR este capabilă, din punct de vedere financiar, să asigure servicii educaționale de calitate, la un nivel similar cu cel oferit de Învățământul cu Frecvență (IF).

Sursele de finanțare ale Învățământului la Distanță (ID) sunt exclusiv din venituri proprii, respectiv taxe de admitere, taxe de școlarizare, taxe de înmatriculare, taxe de reexaminări etc, aprobate de către Senatul ULBS ([Anexa A.2.1.06. ULBS Taxe de școlarizare an I](#), [Anexa A.2.1.07. ULBS Taxe administrative](#), [Anexa A.2.1.08. ULBS Taxe de școlarizare ani superiori](#)).

Modul în care Universitatea "Lucian Blaga" dispune de resurse financiare asigurate pentru întreaga perioadă de studii, conform planurilor de învățământ aprobate și resursele financiare asiguratorii sunt cuprinse în „Proiectul de buget de venituri și cheltuieli”, aprobat în Biroul Senatului. Proiectul bugetului de venituri și cheltuieli aferent programului de studii Marketing ID este avizat de directorul DIDIFR ([Anexa A.2.1.09. Marketing ID Proiect BVC](#)).

Costurile medii pe student înmatriculat la programul de studii Marketing ID sunt în valoare de 3.045 lei per student distribuite în funcție de nevoile de administrare, susținere a activității didactice precum și a strategiei de dezvoltare a programului de studii Marketing ID, fapt care ce determină eficiența acestuia. ([Anexa A.2.1.10. Marketing ID Document costuri medii per student](#), [Anexa A.2.1.11. Marketing ID Deviz pentru fundamentarea taxei de studiu](#)).

Ținând cont de costurile medii, resursele financiare oferă tuturor studenților posibilitatea de a termina studiile începute. În planurile financiare sunt cuprinse asigurări care să acopere responsabilitățile instituției față de studenți și parteneri. În politica universității este prezentat și modul de recuperare a datoriilor.

Veniturile și cheltuielile sunt repartizate pe fiecare activitate de pregătire și sunt împărțite între instituție, parteneri și studenți. Acestea variază funcție de numărul studenți înscriși în programul de studii.

Resursele financiare alocate programului de studiu Marketing ID țin seama de situații în care evenimentele neprevăzute sunt ținute la un nivel care asigură ca orice variație între performanța financiară planificată și cea reală să nu afecteze interesele studenților.

Universitatea Lucian Blaga utilizează 25% din veniturile obținute din taxe pentru dezvoltarea bazei materiale.

Universitatea "Lucian Blaga" utilizează politici echitabile de colectare și de rambursare parțială sau totală a taxelor de studiu pentru studenții înscriși la programul de studii Marketing ID.

Taxa de școlarizare reprezintă contravaloarea tuturor serviciilor oferite studentului de către universitate în cadrul programului de studiu Marketing ID, și cuprinde o serie de costuri, cuantificate separat pentru fiecare componentă a programului de studiu, prezentate în [Anexa A.2.1.11. Marketing ID Deviz pentru fundamentarea taxei de studiu](#).

Taxele de școlarizare în anul universitar 2021-2022, în valoare de 3.000 lei pentru anul I de studii și respectiv 3.090 lei pentru anul II de studii – Marketing ID, sunt specificate în contractul de studii care se încheie între universitate și studenții ([Anexa B.1.1.04. Marketing ID Contract de studii](#)). Taxa de studiu este unică pentru toți studenții unui an de studiu la aceeași specializare.

Taxa de școlarizare se achită în patru tranșe ([Anexa B.1.1.04. Marketing ID Contract de studii](#)):

- 35% din sumă se achită după admitere în momentul încheierii contractului;
- 35% din sumă se achită până la data de 14.01.2022 inclusiv;
- 30% din sumă se achită până la data de 20.05.2022 inclusiv.

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu oferă pentru studenții înscriși în programul de licență Marketing ID - mai multe facilități dintre care amintim acordarea de burse de studiu pentru studenți, ([Anexa A.2.1.12. ULBS Regulament burse](#)), accesul la programele Erasmus +, acces la evenimentele pentru studenți – IECS Student (International Economic Conference of Sibiu for Students), întâlniri cu specialiști din mediul de afaceri local, etc.)

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu, ca organizator de programe de studiu IDIFR acceptă existența unor cauze obiective pentru care studenții înmatriculați nu mai pot continua programul de studiu – Marketing ID. În consecință, instituția are o politică echitabilă de ajustare a taxelor și de rambursare parțială sau totală a acestora. Instituția actualizează continuu toate înregistrările privind cazurile de rambursare a taxelor de studii.

Instituția face publică procedura de returnare a taxelor de studiu achitate de studenți în cazul în care aceștia decid să își anuleze înmatricularea. Rambursarea se va face în maximum 30 de zile de la înregistrarea cererii de anulare a înmatriculării.

Până la exprimarea în scris a retragerii de la programul de studii – Marketing ID - la care s-a înmatriculat, fiecare student care a plătit taxa de studiu este îndreptățit să primească toate resursele de învățământ.

Criteriile de rambursare parțială sau totală a taxelor de studiu fac parte integrantă din contractul de studiu semnat între instituție și student.

Toate procedurile referitoare la taxele de școlarizare și rambursarea parțială sau totală a acestora se vor aplica unitar și echitabil de către toți partenerii cu care instituția de învățământ are semnate acorduri de parteneriat. ([Anexa B.1.1.04. Marketing ID Contract de studii](#)).

5.3 Proiectarea materialelor de studiu

Experiența de până acum a facultății noastre în domeniul învățământului universitar economic IDIFR a permis o perfecționare permanentă a proiectării materialelor de studiu fiind astfel sugestive, aplicative, cu scopul de a asigura o însușire sistematică a cunoștințelor și posibilitatea de formare de abilități cuprinse în disciplinele de studiu.

În proiectarea materialelor de studiu pentru programul Marketing ID ținem cont că acestea reprezintă instrumente de lucru care suplinesc rolul și prezenta formatorului în procesele tradiționale de instruire.

Materialele de studiu includ suporturi de curs care, în realizarea lor, prezintă elementele specifice precum obiectivele disciplinei, conținutul și structura cursului pe unități de învățare, resurse suplimentare, metode și instrumente de evaluare, teste de evaluare și de autoevaluare și alte elemente specifice fiecărei discipline. Principiile de bază utilizate în proiectarea materialelor de studiu pentru programul Marketing ID sunt:

- caracterul general al mediilor de învățare pentru pregătirea la distanță este de sinteză, cu accent asupra principiilor fundamentale și articulării acestora cu realitatea concretă;
- dimensionarea unităților de învățare (module/teme) se face în funcție de capacitatea de concentrare în studiu individual și nu mobilizează atenția continuă a studenților mai mult de 2-3 ore;
- forma de reprezentare a materialelor didactice este sugestivă și ajută la însușirea sistematică a cunoștințelor obținute în modulele de studiu:
 - conținutul materialului didactic este subdivizat în module, unități de studiu care facilitează învățarea graduală și structurată;
 - subiectele tratate sunt analizate secvențial, fiecare modul fiind construit pe baza celor prezentate anterior și cu referire la acestea;
 - se utilizează o gamă largă de procedee care facilitează reținerea faptelor esențiale: rezumate, concluzii, exemple ilustrative, etc.;
 - sunt incluse cu regularitate teste de autoevaluare;
- aplicațiile practice ilustrează cele mai potrivite metode de soluționare, în raport cu complexitatea problemelor.

Interacțiunea cadrelor didactice cu studenții de la programul de studii Marketing ID se realizează sincron și asincron, utilizând platforma Google Classroom, pentru fiecare disciplină din planul de învățământ ID. Coordonatorii de disciplină împreună cu tutorii de disciplină creează și postează materialele de studiu specifice disciplinei (suporturi de curs în format PDF, publicații de specialitate digitale, materiale educaționale în format Power Point, seturi de materiale pentru aplicații/studii de caz, materiale multimedia – filme/documentare/cursuri online relevante). Astfel, în cadrul secțiunii “Activitate la curs”, studenții pot vizualiza materiale de studiu postate de cadrele didactice împreună cu fișa disciplinei care prezintă materialele de studiu menționate la bibliografia obligatorie și recomandată ([Anexa A.2.1.13. ARACIS C1 Standarde](#), [Anexa A.2.1.14. FSE Lista materiale bibliografice digitale BCU](#), <http://bcu.ulbsibiu.ro/bibliografii-online.html>, [Anexa A.2.1.15. Marketing ID G.Classroom date de acces ale unui cont vizitator](#)).

6 SUPORTUL STUDENȚILOR, PERSONALULUI DIDACTIC ȘI DIDACTIC AUXILIAR

6.1 Diferențiere în realizarea programelor de studii

În cazul programului de studii Marketing ID, toate disciplinele prevăzute în planul de învățământ sunt susținute pe baza materialelor educaționale specifice destinate studiului în tehnologia ID. Acestea sunt organizate și proiectate pe principii educaționale specifice formei de învățământ la distanță. În acest sens, prezentarea informațiilor se face într-o formă accesibilă, concisă și riguroasă și cu o distribuție echilibrată de grafică și text și include obiectivele specifice, organizarea sarcinilor de lucru, elemente aplicative pentru clarificarea și consolidarea cunoștințelor, teste de autoevaluare și de evaluare, recomandări bibliografice. ([Anexa B.1.3.1.01. Marketing ID Lista materiale didactice per discipline](#)). La nivelul DIDIFR – Științe Economice, coordonatorii de disciplină împreună cu tutorii de disciplină realizează materialele didactice în format digital, sub formă de suporturi de curs, prezentări Power Point, fișe de lucru, etc. Materiale educaționale sunt completate de diverse alte materiale de studiu digitale – documentare, filme de prezentare, bloguri, platforme/aplicații digitale relevante pentru temele discutate în cadrul sesiunilor de învățare de tip online sincron/asincron. Fiecare tutore de disciplină de la programul de studii Marketing ID gestionează o pagină de Google Classroom (anterior creata de coordonatorul programului de studii Marketing ID).

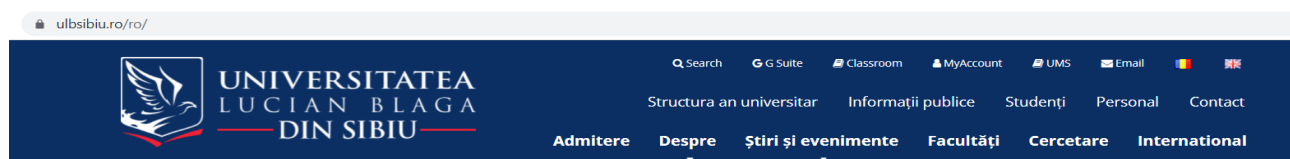
Conform contractului de studii încheiat de către studenți, suporturile de curs aferente fiecărei discipline sunt incluse în taxa de școlarizare ([Anexa B.1.1.04. Marketing ID Contract de studii](#)).

De asemenea, universitatea pune la dispoziția cadrelor didactice și studenților posibilitatea de a consulta resurse bibliografice în format digital (cursuri universitare, manuale, tratate, etc), pentru fiecare program de studii (IF/ID/IFR), împreună cu instrucțiunile generale de acces pentru studenți ([Anexa B.1.3.1.02. ULBS Informații acces BCU](#)). Lista acestor resurse educaționale este actualizată periodic în funcție de solicitările cadrelor didactice și cele ale studenților [Anexa A.2.1.14. FSE Lista materiale bibliografice digitale BCU](#).

Studenții înrolați la programul de studii Marketing ID vor respecta condițiile tehnice de utilizare a resurselor bibliografice puse a dispoziție în acord cu normele etice impuse de universitate ([Anexa A.1.2.11. Marketing ID Ghidul de consiliere al studenților](#)).

6.2 Suportul tehnic

La nivelul anului 2020, Universitatea Lucian Blaga din Sibiu a achiziționat platforma educațională Google Enterprise pentru susținerea activităților de învățământ online de tip Blended Learning la toate formele de învățământ – IF, ID și IFR, precum și la toate nivelurile ierarhice (facultăți și departamente, inclusiv DIDIF) ([Anexa B.1.3.1.03. ULBS HS Google Enterprise](#)). Accesul la aceasta platformă este facil pentru oricare membru al universității, accesând G Suite, My Account, Google Classroom de pe pagina principală a ULBS.



Instituția are deja implementate sistemele specifice de administrare a datelor și informațiilor legate de procesele educaționale on-line, dispunând totodată de sisteme de securitate

adevurate, necesare protejării întregii platforme de învățământ electronic. Interfața cu utilizatorii interni – Google Classroom este flexibilă și poate fi adaptată dinamicii proceselor educaționale, dispunând de ghiduri specifice pentru toți utilizatorii implicați în procesul educațional (cadre didactice, studenți și management).

În principal Google Classroom permite crearea și distribuirea materialelor educaționale, planificarea cursurilor, comunicarea și interacțiunea cu studenții (interactiv, rapid și simplu). Prezentarea utilizării aplicației de învățământ electronic (E-Learning) Google Classroom se regăsește în [Anexa B 1.3.1.04. ULBS Prezentarea aplicației Google Classroom](#), [Anexa B.1.3.1.05. ULBS Ghid pentru predarea la distanță Google Classroom](#), <https://classroom.ulbsibiu.ro/ro/>. De asemenea, modul de utilizare al aplicației Google Meet prin intermediul căreia sunt derulate activitățile didactice la distanță de tip sincron este prezentat în [Anexa B.1.3.1.06. ULBS Ghid pentru predarea la distanță Google Meet](#).

Fiecare cadru didactic implicat în derularea programului de licență Marketing ID beneficiază de acces nemijlocit, pe baza contului de email instituțional, la platforma Google Workspace for Education pentru a facilita procesul educațional de tip Blended Learning studenților. Google Workspace for Education este suita principală pentru colaborare utilizată în cadrul ULBS, și include aplicații precum Gmail, Classroom, Google Docs, Sheets, Sides, Forms, Google Drive și Google Hangouts. Acestea sunt elemente care facilitează realizarea de activități didactice pentru studenți (predare și evaluare) și nu numai.

6.3 Suportul didactic în procesul de învățare

Serviciile de îndrumare și suport al studenților, din punct de vedere didactic, este demarat încă de la momentul înscrierii candidaților la programele IDIFR aceasta constând în consilierea lor privind specificul educațional al programului de licență Marketing ID (ca formă de desfășurare și ca elemente de conținut al domeniului).

Pe parcursul semestrului (derulării activităților tutoriale și a studiului individual) studenții beneficiază de suport didactic în procesul de învățare prin:

- Inserarea ghidurilor de realizare a studiului individual la începutul fiecărui manual de studiu, specific fiecărei discipline prevăzute în planul de învățământ
- Crearea conturilor de acces al studenților la platforma eLearning (My Account ULBS, Google Classroom), unde studenții sunt consiliați asupra existenței și modului de folosire a resurselor suplimentare de învățare. Această consiliere este realizată de către cadrele didactice implicate;
- Crearea Clasei de tutorat, de către coordonatorul de program de studiu Marketing ID, prin care studenții sunt informați asupra unor aspecte administrative, orarul didactic, regulamentele ULBS (care includ și elemente specifice activității studenților de la învățământ la distanță), informații despre accesul resurselor educaționale suplimentare puse la dispoziție de către biblioteca universității, etc.
- Postarea pe platforma Google Classroom a documentelor în care sunt evidențiate criteriile structurale și de evaluare pentru fiecare disciplină, respectiv fișele de disciplină și calendarele de activitate aferente,
- Oferirea feedback-ului cu privire la performanțele studenților prin evaluarea continuă, folosind mediile virtuale educaționale (platforma eLearning și sesiunile de tutotat de tip sincron)
- Oportunitatea oferită studenților de a oferi un feedback cadrelor didactice și/sau echipei administrativ – manageriale asupra activităților tutoriale, suport și învățare prin întâlniri sincron/față în față, prin răspunsuri la chestionare directe sau postate pe platforma eLearning.

6.4 Acces la resurse suplimentare

Eficiența programului de studii Marketing ID este susținută și de oferirea posibilității studenților în a studia resurse educaționale alternative. În acest context, coordonatorii de disciplină au prevăzut în conținutul fișelor de disciplină astfel de resurse. Resursele suplimentare de învățare prevăzute pot fi accesate folosind platforma eLearning Google Classroom, sau folosind fondul de resurse pus la dispoziția studenților în cadrul Bibliotecii Centrale a ULBS, și al altor surse (instituționale sau electronice). ([Anexa B.1.3.1.07. Marketing ID Lista resurselor educaționale](#)). De asemenea, acolo unde este cazul, coordonatorii de disciplină au prevăzut în fișele de disciplină, resurse educaționale alternative (filme, prezentări multimedia, tutoriale video, demonstrații online, etc) ([Anexa B.1.3.1.08. Marketing ID Lista resurselor educaționale alternative](#)).

Toate materialele didactice aflate la dispoziția studenților, sunt completate de publicațiile aflate în administrarea Bibliotecii Centrale a Universității "Lucian Blaga". Facilitățile Bibliotecii Centrale a ULBS cuprind un fond existent de peste 650.000 unități documentare, reprezentând aproximativ 400.000 înregistrări în catalogul informatizat, 14.000 volume periodice, abonamente la importante baze de date electronice (Acces Național Electronic la Literatură Științifică de Cercetare - ANELiS-plus), un pachet de aplicații format din Alice for Windows, Softlink-Liberty3 – sisteme informatice dedicate de bibliotecă, acces liber la baze de date bibliografice, săli cu acces liber la raft, pe 4 nivele, aranjate pe domenii, 400 locuri pentru studiu individual prevăzute cu echipamente de conectare la Internet și de tip Wireless, calculatoare, scanere, imprimante și multifuncționale repartizate pe fiecare nivel. Odată cu mutarea în sediul nou (finele anului 2008), fondul de carte a fost completat și cu resursele aflate la bibliotecile filiale: Germană, Americană, Britanică, Franceză, Litere, Istorie, Jurnalistică, Drept și Științe Politice. Tot în sediul Bibliotecii Centrale se află și Biblioteca de Business care deține cărți obținute în urma unui grant de cercetare pe care facultatea noastră l-a derulat, grant finanțat de Banca Mondială și de Guvernul României. (<http://bcu.ulbsibiu.ro/>). Iar trecerea susținută către învățământul online a determinat organizarea și dezvoltarea Bibliotecii Digitale din cadrul BCU ([Anexa A.2.1.14. FSE Lista materiale bibliografice digitale BCU](#)).

Baza de carte a facultății este completată de volumele de literatură economică, atât în limba română, cât și în limbi străine, care se găsesc în cea mai mare bibliotecă din Sibiu, Biblioteca ASTRA. Fondul total al Bibliotecii Județene ASTRA Sibiu, se cifrează la cca. 688.377 de documente și cuprinde: cărți, periodice, CD-uri, CD-ROM-uri, DVD-uri, casete audio, casete video, discuri, diafilme, diapozitive, benzi de magnetofon, manuscrise, cărți manuscrise, documente de corespondență, documente iconografice, cărți românești vechi (BRV), cărți străine vechi, cărți rare, documente cartografice, ex-libris-uri, medalii și altele. Fondul de carte cuprinde documente în limbile germană, franceză, engleză, rusă, maghiară, spaniolă, greacă, chineză, japoneză, italiană, ebraică, esperanto și este permanent îmbogățit prin achiziții sau donații, substanțial mai bogate după 1990. Numeroase fundații și donatori particulari, biblioteci și societăți culturale din Germania, Franța, Belgia, Olanda, Danemarca, Austria, Ungaria, SUA, Elveția, Spania au oferit bibliotecii documente diverse de profil tehnic, istoric, medical, literar, geografic etc. Cele 4 filiale din oraș asigură utilizatorilor cu domiciliul mai îndepărtat de sediul central un minim de lectură. Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu sporește numărul și seriozitatea solicitanților bibliotecii prin profesori, cercetători și studenți. <http://www.bjastrasibiu.ro/istoric.htm>

6.5 Suport administrativ 24*7

Suportul administrativ 24*7 este oferit de DIDIFR atât candidaților cât și studenților înmatriculați la programul de studii Marketing ID. În acest sens, pe pagina principală a DIDIFR, <https://didifr.ulbsibiu.ro/>, se face trimitere la:

- Admitere DIDFR,
- Descrierea specificului activității IDIFR,
- Știri și anunțuri specifice fiecărei facultății ULBS care oferă servicii educaționale ID/IFR;
- Regulamente și norme DIDIFR
- Date de contact

Activitatea desfășurată în cadrul formei de învățământ la distanță și cu frecvență redusă este prezentată metodic în [Anexa A.1.2.11. Marketing ID Ghidul de consiliere al studenților](#). În paralel, studenții programului de studii Marketing ID beneficiază de servicii administrative oferite prin programul integrat UMS (University Management System), majoritatea acestor facilități fiind disponibile online ([Anexa A.2.1.05. ULBS Descrierea UMS](#)).

7 EVALUAREA CUNOȘTIINȚELOR

Evaluarea cunoștințelor studenților se înscrie în criteriile de evaluare cerute de standardele ARACIS și al altor reglementări în vigoare. Pentru programul de studii Marketing ID, conținutul și structura evaluării studenților sunt menționate în fișele de disciplină realizate de coordonatorii de disciplină. Principiile care stau la baza evaluării studenților fiind cele de relevanță pentru specificul disciplinei precum și orientare spre rezultate (capacitatea de a evalua deținerea de cunoștințe și abilități).

La nivelul DIDIFR, se aplică criteriile evaluării studenților menționate în Regulamentul privind examinarea și notarea studenților la nivelul ULBS – aprobat în Senatul universității în luna septembrie 2021. Regulamentul stabilește condițiile, organizarea și modalitatea în care să se desfășoare evaluarea studenților pe parcursul derulării activităților didactice în timpul și la finalizarea semestrelor ([Anexa B.1.2.05. ULBS Regulament evaluare studenți](#)).

Conform prevederilor regulamentului specific, evaluarea studenților programului de studii Marketing ID este echitabilă, obiectivă și nediscriminatorie, bazată pe criterii ce reflectă performanțele academice (cunoștințe și abilități, profesionale și transversale) pentru promovarea fiecărei discipline de studiu. Toate disciplinele incluse în acest program de studiu au alocate o anumită formă de evaluare – examen, colocviu sau proiect) stabilite prin planul de învățământ.

Modul de evaluare și examinare a studenților – probă scrisă, orală sau probă scrisă și orală – se stabilește pentru fiecare disciplină în parte prin fișa disciplinei prezentată studenților de fiecare tutor de disciplină în termen de cel mult 2 săptămâni de la începerea semestrului. Fișa disciplinei trebuie să prevadă explicit modul de evaluare și examinare impus precum și condițiile minime pentru promovarea examenului.

Evaluarea formativă se realizează pe parcursul semestrului prin teste de autoevaluare regăsite în suporturile de curs, precum și prin teme de control (verificate fie prin activități tutoriale online sincron sau asincron).

Evaluarea finală este desfășurată pe parcursul sesiunilor de examene (de iarnă și de vară). Evaluarea finală are loc numai în prezența coordonatorului de disciplină, tutorului sau cadrelor didactice care au desfășurat activități aplicative. ([Anexa B.1.2.06. FSE Structura an universitar](#), [Anexa B.1.2.02. Marketing Fișe de disciplina](#), [Anexa B.1.2.03. Marketing ID Calendare discipline](#), [Anexa B.1.2.04. ULBS Regulamentul ECTS](#), [Anexa A.2.1.13. ARACIS C1 Standarde](#)).

Folosirea platformei eLearning Google Classroom oferă posibilitatea tutorilor de disciplină să aplice multiple forme de evaluare formativă (continuă) pentru fixarea și consolidarea cunoștințelor precum și exersarea abilităților profesionale și transversale. Spre exemplu, cadrele didactice pot stabili teme de casa (cerințe, mod de lucru, termene de finalizare) ce pot fi evaluate online (de regulă asincron) astfel încât studentul poate observa progresul învățării. De asemenea, titularii de disciplină pot aplica diverse teste de tip chestionar create în aplicația Google Forms, sau pot crea cadre virtuale/clase simultane pentru rezolvarea unor probleme/scenarii online de tip sincron. Indiferent de instrumentele de evaluare folosite, tutorii de disciplină pot oferi feedback studenților cu privire la progresul/rezultatul învățării.

8 ASIGURAREA CALITĂȚII PERSONALULUI DIDACTIC ȘI ADMINISTRATIV

8.1 Calitatea și rolul personalului didactic, didactic auxiliar și administrativ

La nivelul programului de studii Marketing ID sunt implicate cadre didactice adecvate domeniului academic împreună cu personalul de management – administrativ al DIDIFR. În acord cu prevederile Regulamentul DIDFR în vigoare, personalul didactic implicat în activitățile programului de studii Marketing ID, se stabilește de către coordonatorul programului de studiu în colaborare cu decanul și directorii de departament ai Facultății de Științe Economice. ([Anexa A.1.1.08. DIDIFR Regulamentul de functionare](#); [Anexa C.4.1.01. DIDIFR Metodologia de normare in state](#), [Anexa C.4.1.02.a. Marketing ID Extras state de funcții 2021-2022](#), [Anexa C.4.1.02.b. Marketing ID Extras state de funcții 2020-2021](#)).

Astfel, cadrele didactice care susțin activități de predare la forma de învățământ IF, de regulă, susțin activități tutoriale la aceeași disciplină și la forma de învățământ ID, cu îndeplinirea următoarelor condiții:

- a) să aibă calitatea de cadru didactic titular (sau, prin excepție, asociat) la ULB Sibiu;
- b) să aibă experiență didactică deosebită;
- c) să prezinte suportul de curs de autoinstruire și alte materiale educaționale relevante, înaintea angajării în activitatea ID;
- d) să fi absolvit sau se angajează că vor absolvi un cursuri/instruiri în tehnologia ID;

Conform standardelor ARACIS, la nivelul DIDIFR pot fi arondate următoarele categorii de personal didactic ([Anexa A.1.1.08. DIDIFR Regulamentul de functionare](#)):

- Coordonatorul programului de studiu care colaborează cu DIDIFR și asigură corelarea tuturor activităților didactice la distanță (online asincron) și față în față (online sincron) pentru toate disciplinele prevăzute în planul de învățământ al programului de studii Marketing ID,
- Coordonatorul de disciplină care are rolul de a desfășura activități de planificare prin conținutul precizat în fișa și calendarul disciplinei, realizarea materialelor educaționale de autoinstruire pentru studenți, precum și activități de coordonare și evaluare a performanței educaționale a studenților; coordonatorii de disciplină pot fi cadrele didactice titulare disciplinelor aferente formei de învățământ IF, cu condiția îndeplinirii criteriilor specifice de selecție DIDFR ([Anexa C.4.1.03. ARACIS C2 Standarde](#))
- Tutorele de disciplină este acela care pune în practică procesul învățării în sistem tutorial, pentru fiecare disciplină prevăzută în planul de învățământ conform fișei și calendarului de disciplină realizate de coordonatorul de disciplină; de asemenea, tutorele de disciplină motivează studenții în activitatea de învățare și respectă GDPR în relația cu studenții ([Anexa C.4.1.03. ARACIS C2 Standarde](#))
- Personalul didactic este cel care coordonează activități de seminar, lucrări practice și de laborator, îndrumare de proiect, practică de specialitate. În relația cu studenții, personalul didactic inclus în această categorie are aceleași atribuții ca și tutorele de disciplină ([Anexa C.4.1.03. ARACIS C2 Standarde](#)).
- Personalul didactic auxiliar și administrativ asigură desfășurarea optimă a activității programului de studii de Marketing ID, din punct de vedere administrativ și logistic prin activități de secretariat, de administrare a bazei materiale, aplicarea prevederilor documentației specifice încheiată de studenți (Contracte de studii, anexe la contract, etc), asigurarea managementului mesageriei electronice în relația cu studenții (economice.id@ulbsibiu.ro, clasele de tutorat Classroom), furnizează servicii specifice Bibliotecii Centrale ULBS pentru studenții de la programul de studii ID, generează datele

de acces ale studenților Marketing ID în Clasele de Classroom, întreține sistemul de securitate a datelor și informațiilor personale prin serviciul de comunicații disponibil la nivelul ULBS, etc. ([Anexa C.4.1.04. Marketing ID Lista personalului didactic auxiliar și administrativ](#))

În acord cu prevederile DIDIFR, normarea activității coordonatorului programului de studii Marketing ID, a coordonatorilor și tutorilor de disciplină, a personalului didactic, și a personalului didactic auxiliar se face conform metodologiei proprii de normare DIDIFR aprobate de către Senatul ULBS. (art. 29.5. din Regulamentul DIDIFR 2018) ([Anexa A.1.1.08. DIDIFR Regulamentul de functionare](#)). Normarea cadrelor didactice implicate în desfășurarea programului de studii marketing ID se evidențiază în state de funcții diferite de cele utilizate în cazul programului de studii Marketing IF ([Anexa C.4.1.02.a. Marketing ID Extras state de funcții 2021-2022](#), [Anexa C.4.1.02.b. Marketing ID Extras state de funcții 2020-2021](#)). Întocmirea statelor de funcțiuni se realizează în baza metodologiei specifice ULBS, inclusiv pentru activitățile de IDIFR ([Anexa C.4.1.01. DIDIFR Metodologia de normare in state](#)).

8.2 Raportul dintre numărul studenților și al cadrelor didactice

Conform prevederilor în vigoare, cadrele didactice implicate în activitatea academică a programului de studii Marketing ID, pot avea norma de bază în cadrul ULBS sau pot fi cadre didactice asociate. Excepție fac coordonatorii de disciplină care pot fi doar cadre didactice titulare ale ULBS. Astfel, fiecare disciplină din planul de învățământ al programului de studii Marketing ID este acoperită cu personal didactic și corelată cu numărul de studenți înmatriculați sau care pot fi înmatriculați la programul de studii Marketing ID ([Anexa C.4.1.03. ARACIS C2 Standarde](#); [Anexa C.4.1.05. ARACIS C3 Standarde](#); [Anexa B.1.1.06. ARACIS C5 Standarde](#); [Anexa B.1.1.03. ARACIS C4 Standarde](#)).

Raportul dintre numărul de cadre didactice și numărul de studenți al programului de studii Marketing ID se încadrează sub nivelul impus de standardele în vigoare, conform [Anexa C.4.1.06. Raportul număr studenți-cadre didactice](#) realizată ținând cont de [Anexa C.4.1.03. ARACIS C2 Standarde](#), [Anexa C.4.1.07. Marketing IF Lista cadre didactice](#), [Anexa B.1.1.06. ARACIS C5 Standarde](#).

8.3 Formarea personalului

Strategia și programul de perfecționare (pregătire și formare) a personalului în tehnologia ID se realizează conform unui program anual ([Anexa C.2.1.07. DIDIFR Calendar instruire în tehnologia IDIFR](#)). La începutul fiecărui semestru se face instruirea în tehnologia ID a coordonatorilor și tutorilor de disciplină, precum și a personalului didactic implicat în activitățile asistate ([Anexa C.4.1.08. Marketing ID CV-uri cadre didactice](#)).

Instruirea se face de către directorul DIDIFR împreună cu de către coordonatorul programului de studiu și alți membrii implicați în activitatea IDIFR. ([Anexa C.4.1.09. DIDIFR Dovezi instruire personal în tehnologiile specifice](#)).

În urma parcurgerii mai multor cursuri de formare a formatorilor de cadre IDIFR, toată echipa managerială a obținut în acest sens:

- un atestat eliberat de către Universitatea de Științe și Tehnologii din Lille, Franța, precum și
- certificate de perfecționare în cadrul proiectului „Excelenta academica în Învățământul la Distanță și Învățământul cu Frecvență Redusă – un demers pentru calitate”, www.excelenta-idifr.ro, <http://194.169.191.252/grant/faces/index.xhtml>.

9 ASIGURAREA CALITĂȚII PROGRAMELOR DE STUDII ID

În cadrul Universității Lucian Blaga din Sibiu, Sistemul de Management (SM) al calității include structuri organizatorice specifice, respectiv (<http://calitate.ulbsibiu.ro/>):

- ✓ Serviciul Asigurarea Calității (S.A.C.) a cărei misiune este de a dezvolta la nivelul ULBS un Sistem de Management bazat pe politici coerente, o structură organizatorică adecvată și pe proceduri care să permită ținerea sub control, evaluarea/auditarea și îmbunătățirea continuă a calității întregii activități universitare. S.A.C. are rol de suport, coordonare și execuție prin sprijinul oferit Comisiei pentru Evaluarea și Asigurarea Calității în realizarea managementului calității precum și Comisia de Monitorizare, Coordonare și Îndrumare Metodologică a Dezvoltării SCIM,
- ✓ Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (la nivelul universității)
- ✓ Comisia privind programele de studii și asigurarea calității (la nivelul Senatului)
- ✓ Subcomisiile pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (SCEAC) (la nivelul fiecărei facultăți)
- ✓ Responsabili cu asigurarea calității la nivelul tuturor entităților din ULBS (direcții, departamente, servicii, birouri, etc).

Sistemul de Management al calității adoptat la nivelul ULBS este corelat direct cu viziunea, misiunea, valorile și obiectivele strategice ale ULBS ([Anexa A.1.1.05. ULBS Viziune Misiune](#)), cu Politica în domeniul calității adoptate de Rectorul universității ([Anexa C.2.1.01. ULBS Declarația rectorului în domeniul calității](#)) precum și de organizarea operațională a activității privind asigurarea calității ([Anexa C.2.1.02. ULBS Asigurarea calității](#)).

9.1 Procedura privind asigurarea echivalenței activităților din planul de învățământ

Pentru programul de studii Marketing ID, planurile de învățământ s-au întocmit în baza procedurii privind monitorizarea și asigurarea echivalenței planurilor de învățământ specifice formelor de studii IDIFR. În conceperea și actualizarea planurilor de învățământ se au în vedere prevederile legislative în domeniu actualizate.

Modalitățile de corelare a fișelor de disciplină ale diverselor discipline din planul de învățământ constau în principal în discuții profesionale între cadrele didactice și vizează armonizarea cunoștințelor dobândite la toate disciplinele din planul de învățământ prin raportarea la cunoștințe, abilități și competențe specifice programului de studiu Marketing ID. Se urmărește continuitatea formării studentului, prin eliminarea suprapunerilor de conținut și formă.

Procedura de monitorizare a planurilor de învățământ IDIFR este prezentată concret în [Anexa C.2.1.03. DIDIFR Procedura monitorizare-asigurare echivalența planuri de invatamant-fiselor de disciplina](#).

Modul de aplicare a prevederilor acestei proceduri se verifică prin consultarea planurilor de învățământ și a fișelor de disciplină pentru programul de studii Marketing ID ([Anexa B.1.2.01. Marketing Planuri de Învățământ](#), [Anexa B.1.2.02. Marketing Fișe de disciplină](#)).

9.2 Procedura privind actualizarea periodică a materialelor de studiu realizate în tehnologie ID

Conținutul programului de studii Marketing ID se reînnoiește permanent prin introducerea cunoștințelor noi, rezultate din cercetarea științifică, ca urmare a modificărilor similare implementate la același program de studii forma IF. Actualizarea fișelor de disciplină și a materialelor de studiu se bazează pe cercetarea continuă a unor referințe bibliografice de prestigiu și de actualitate, pe discuții inițiate de coordonatorii de disciplină împreună cu tutorii

de disciplină. Actualizarea tematicii și a bibliografiei se face anual. Departamentul pentru IDIFR manifestă un real interes privind aceste elemente, astfel încât realizează frecvent instruirii ale cadrelor didactice privind proiectarea și realizarea materialelor de studiu în conformitate cu standardele de calitate elaborate de ARACIS pentru învățământul universitar la distanță și cu frecvență redusă.

Deosebit de importante pentru desfășurarea procesului de învățământ, a cursurilor de specialitate sunt lucrările deja publicate de personalul didactic care deservește programul de studii Marketing ID, cărți apărute la edituri de prestigiu și articole publicate în revistele de specialitate din țară și străinătate. Se vor folosi, de asemenea, cele mai recente apariții editoriale din țară și străinătate, urmărindu-se dotarea corespunzătoare a Bibliotecii Centrale Universitare, cu publicațiile necesare, în format digital.

Materialele de studiu pentru programele IDIFR sunt evaluate anual de către Departamentul pentru învățământ la distanță al Universității. Pe baza concluziilor raportului de evaluare, DIDIFR face recomandări privind actualizarea și ajustarea materialelor de studii. Procedura de reactualizare periodică a materialelor de studiu, pe baza experienței anterioare este prezentată în [Anexa C.2.1.04. ULBS Procedura elaborare-reactualizare materiale de studiu](#), [Anexa C.2.1.05. DIDIFR Dovezi ale aplicării procedurii elaborare-reactualizare materiale de studiu](#).

9.3 Procedura privind instruirea și perfecționarea periodică a întregului personal didactic și administrativ implicat la programele de studii universitare IDIFR

Perfecționarea personalului didactic implicat în programul de studii Marketing ID se realizează, în principal prin module specifice, obligatorii, organizate anual de către Departamentul IDIFR, în baza procedurii privind instruirea și perfecționarea periodică a întregului personal implicat în programele de studii IDIFR ([Anexa C.2.1.06. DIDIFR Procedura instruire cadre didactice în tehnologiile IDIFR](#)). Un astfel de program pentru pregătirea permanentă în tehnologiile ID a cadrelor didactice și personalului administrativ al DIDIFR este prezentat în [Anexa C.2.1.07. DIDIFR Calendar instruire în tehnologia IDIFR](#) și în [Anexa C.2.1.08. DIDIFR Dovezi aplicare procedura instruire cadre didactice](#), unde sunt redate scopul, obiectivele și structura programului de pregătire.

9.4 Procedura privind evaluarea periodică a performanțelor întregului personal implicat în programul de studii IDIFR

Activitatea didactică și administrativă desfășurată prin DIDIFR este monitorizată în baza prevederilor procedurii privind monitorizarea și evaluarea întregului personal implicat în programul de studii Marketing ID ([Anexa C.2.1.09. DIDIFR Procedura evaluare personal](#), [Anexa C.2.1.10. DIDIFR Procedura privind evaluarea cadrelor didactice de către studenți](#), [Anexa C.2.1.11. ULBS Chestionar evaluare cadre didactice de către studenți](#)).

La nivelul universității, Serviciul de Asigurare a Calității, aplică semestrial procedura privind evaluarea fiecărui cadru didactic implicat în procesul educațional în acord cu art. 303, alin(3) al Legii Educației Naționale nr. 1/2011 prin care este precizată obligativitatea acțiunii de evaluării de către studenți a prestației cadrelor didactice, iar rezultatele acestora devin rezultate publice. Pentru DIDIFR, studenții programului Marketing ID au participat la procesul de evaluare a cadrelor didactice alături de alți studenți din cadrul Facultății de Științe Economice, formele de învățământ IF și IDIFR. Rezultate evaluărilor sunt prezentate în raportul sintetic realizat și publicat de Serviciul de Asigurare a Calității al ULBS. ([Anexa C.2.1.12. ULBS Raport sintetic privind evaluarea cadrelor didactice](#)).

În cazul personalului didactic auxiliar și administrativ implicat în activitatea DIDIFR, la nivelul departamentului, evaluarea lor se face aplicând anual procedura specifică ([Anexa C.2.1.13. ULBS Procedura evaluare personal didactic auxiliar si nedidactic](#)).

9.5 Procedura privind monitorizarea și evaluarea procesului didactic și de comunicare

Pentru programul de studii Marketing ID, monitorizarea și evaluarea procesului didactic și de comunicare se realizează permanent, din momentul demarării procesului de admitere al candidaților la acest program de studii. După finalizarea procesului de admitere, candidații sunt înmatriculați în programul specific UMS, moment în care aceștia primesc statul de student. În același timp, fiecărui student i se atribuie o adresă de email instituțională (prenume.nume@ulbsibiu.ro). Folosind adresele de comunicare instituționale, coordonatorul programului de studii înrolează studenții pe platforma Google Classroom (în fiecare clasa virtuală – pe discipline și de tutorat). Astfel, coordonatorul programului de studii, Marketing ID poate monitoriza și evalua procesul didactic derulat prin platforma eLearning Google Classroom (managementul anunțurilor, comunicarea cadre didactice – studenți, furnizarea către studenți a informațiilor privind activitatea didactică și administrativă, etc.). De asemenea, serviciul de secretariat IDIFR pentru studenți gestionează adresa de email economice.id@ulbsibiu.ro pentru a eficientiza comunicarea cu studenții și pentru a soluționa mai rapid solicitările acestora.

Monitorizarea sistemului tutorial și de comunicare bidirecțională se face respectând Regulamentul de organizare a sistemului tutorial în ULBS IDIFR de către coordonatorul programului de studii Marketing ID. ([Anexa A.1.1.08. DIDIFR Regulamentul de functionare](#)).

10 INFORMAȚII PUBLICE

ULBS asigură accesul la informațiile de interes public prin intermediul Direcției de Informatizare și Comunicații (<https://ccom.ulbsibiu.ro/ro/>), a Biroului de Marketing și Relații Publice ULBS (<https://www.ulbsibiu.ro/ro/despre/organizare/structura/sof/biroul-marketing-si-relatii-publike/>), a Facultății de Științe Economice (economice.ulbsibiu.ro) și a DIDIFR, care concep și distribuie diverse broșuri, afișe, pliante și alte materiale multimedia, ca suport pentru promovarea programelor de studii IDIFR, inclusiv programul de studii Marketing ID. ([Anexa C.7.01.a. DIDIFR Pliant admitere](#), [Anexa C.7.01.b. FSE Pliant admitere](#), [Anexa C.7.02. Marketing ID Promovare adrese paginilor web](#)).

Universitatea și toate facultățile ei oferă informații și date cantitative și/sau calitative, actuale și corecte despre calificările, programele de studiu, diplomele, personalul didactic și de cercetare, facilitățile oferite studenților și, despre orice aspecte de interes pentru public în general și, pentru studenți în special.

Instituția, prin Departamentul IDIFR, a elaborat ghiduri de prezentare a domeniilor și specializărilor pentru care se oferă programe de studiu prin ID și de consiliere a studenților în tehnologiile specifice ID.

Materialele publicitare de promovare a programelor de studiu IDIFR relevă cu exactitate și onestitate situația existentă, potențialul și oferta concretă a instituției în domeniul ID. Materialele publicitare de promovare a programelor de studii ID, afișate sau inserate în diferite publicații sau pe Internet, oferă date complete, corecte, netrunchiate și care reflectă situația reală în ceea ce privește instituția, personalul de care dispune și serviciile oferite.

Materialele publicitare de promovare a programelor de studiu ID includ clar tipul acestora, precum și al diplomelor obținute la absolvire; antetul oficial al instituției (nume, siglă, adresă, telefon); materialele și serviciile incluse în taxele de studiu. Exemplare din documente de publicitate a programelor de studiu IDIFR se află în [Anexa C.7.01.a. DIDIFR Pliant admitere](#), [Anexa C.7.01.b. FSE Pliant admitere](#), [Anexa C.7.02. Marketing ID Promovare adrese paginilor web](#).

11 OPIS ANEXE

Cod Anexă	Descriere
Anexa A.1.1.01.	ULBS H.Infiintare
Anexa A.1.1.02.	ULBS Programe de licenta
Anexa A.1.1.03.	ULBS Programe de master
Anexa A.1.1.04.	ULBS Carta
Anexa A.1.1.05.	ULBS Viziune Misiune
Anexa A. 1.1.06.	ULBS Strategia de dezvoltare
Anexa A.1.1.07.	ULBS Organigrama
Anexa A.1.1.08.	DIDIFR Regulamentul de functionare
Anexa A.1.1.09.	FSE Acorduri de colaborare
Anexa A.1.2.01.	ULBS HS pentru organizarea si functionarea DIDIFR 2008
Anexa A.1.2.02.	ULBS HS pentru organizarea si functionarea DIDIFR 2018
Anexa A.1.2.03.	DIDIFR Organigrama
Anexa A.1.2.04.	DIDIFR CV-uri management
Anexa A.1.2.05.	ULBS HS Decizia de numire a directorului DIDIFR
Anexa A.1.2.06.	DIDIFR Echipa manageriala si administrativa
Anexa A.1.2.07.	DIDIFR Consiliu academic
Anexa A.1.2.8.a.	Marketing IF Dovada autorizarii 2007
Anexa A.1.2.8.b.	Marketing IF Dovada acreditarii 2013
Anexa A.1.2.09.	Marketing ID Dovada autorizarii 2014
Anexa A.1.2.10.	Marketing ID Prezentarea procesului didactic
Anexa A.1.2.11.	Marketing ID Ghidul de consiliere al studentilor
Anexa A.1.2.12.a.	Marketing IF Supliment la diplomă
Anexa A.1.2.12.b.	Marketing ID Supliment la diplomă
Anexa A.1.2.13.a.	ULBS RNCIS Programe validate
Anexa A.1.2.13.b.	Marketing ID inscriere RNCIS
Anexa A.1.3.01.	FSE Acorduri parteneriat Marketing
Anexa B.1.1.01.	ULBS Regulament admitere
Anexa B.1.1.02.	FSE Criterii de admitere
Anexa B.1.1.03.	ARACIS C4 Standarde
Anexa B.1.1.04.	Marketing ID Contract de studii
Anexa B.1.1.05.	Marketing ID Act aditional la contract de studii
Anexa B.1.1.06.	ARACIS C5 Standarde
Anexa B.1.2.01.	Marketing Planuri de invatamant
Anexa B.1.2.02.	Marketing Fise de disciplina
Anexa B.1.2.03.	Marketing ID Calendare discipline
Anexa B.1.2.04.	ULBS Regulamentul ECTS
Anexa B.1.2.05.	ULBS Regulament evaluare studenti
Anexa B.1.2.06.	FSE Structura an universitar
Anexa B.1.2.07.a.	FSE Regulament licenta-disertatie
Anexa B.1.2.07.b.	FSE Ghidul studentului licenta-disertatie
Anexa A.2.1.01.	FSE Spații de învățământ și dotări tehnice
Anexa A.2.1.02.	Marketing ID Orar studenti 2021-2022
Anexa A.2.1.03.	Marketing ID Orar studenti 2019-2022
Anexa A.2.1.04.	ULBS Contract UMS
Anexa A.2.1.05.	ULBS Descrierea UMS
Anexa A.2.1.06.	ULBS Taxe de scolarizare an I
Anexa A.2.1.07.	ULBS Taxe administrative
Anexa A.2.1.08.	ULBS Taxe de scolarizare ani superiori
Anexa A.2.1.09.	Marketing ID Proiect BVC

Cod Anexă	Descriere
Anexa A.2.1.10.	Marketing ID Document costuri medii per student
Anexa A.2.1.11.	Marketing ID Deviz pentru fundamentarea taxei de studiu
Anexa A.2.1.12.	ULBS Regulament burse
Anexa A.2.1.13.	ARACIS C1 Standarde
Anexa A.2.1.14.	FSE Lista materiale bibliografice digitale BCU
Anexa A.2.1.15.	Marketing ID G.Classroom date de acces ale unui cont vizitator
Anexa B.1.3.1.01.	Marketing ID Lista materialelor didactice per discipline
Anexa B.1.3.1.02.	ULBS Informatii acces BCU
Anexa B.1.3.1.03.	ULBS HS Google Enterprise
Anexa B.1.3.1.04.	ULBS Prezentarea aplicației Google Classroom
Anexa B.1.3.1.05.	ULBS Ghid pentru predarea la distanță Google Classroom
Anexa B.1.3.1.06.	ULBS Ghid pentru predarea la distanță Google Meet
Anexa B.1.3.1.07.	Marketing ID Lista resurselor educationale
Anexa B.1.3.1.08.	Marketing ID Lista resurselor educationale alternative
Anexa C.2.1.01.	ULBS Declarația rectorului în domeniul calității
Anexa C.2.1.02.	ULBS Asigurarea calității
Anexa C.2.1.03.	DIDIFR Procedura monitorizare-asigurare echivalența planuri de invatamant-fiselor de disciplina
Anexa C.2.1.04.	DIDIFR Procedura elaborare-reactualizare materiale de studiu
Anexa C.2.1.05.	DIDIFR Dovezi ale aplicării procedurii elaborare-reactualizare materiale de studiu
Anexa C.2.1.06.	DIDIFR Procedura instruire cadre didactice în tehnologiile IDFR
Anexa C.2.1.07.	DIDIFR Calendar instruirii in tehnologia IDIFR
Anexa C.2.1.08.	DIDIFR Dovezi aplicare procedura instruire cadre didactice
Anexa C.2.1.09.	DIDIFR Procedura evaluare personal
Anexa C.2.1.10.	DIDIFR Procedura privind evaluarea cadrelor didactice de catre studenti
Anexa C.2.1.11.	ULBS Chestionar evaluare cadre didactice de catre studenti
Anexa C.2.1.12.	ULBS Raport sintetic privind evaluarea cadrelor didactice
Anexa C.2.1.13.	ULBS Procedura evaluare personal didactic auxiliar si nedidactic
Anexa C.4.1.01.	DIDIFR Metodologia de normare in state
Anexa C.4.1.02.a.	Marketing ID Extras state de functii 2021-2022
Anexa C.4.1.02.b.	Marketing ID Extras state de functii 2020-2021
Anexa C.4.1.03.	ARACIS C2 Standarde
Anexa C.4.1.04.	Marketing ID Lista personalului didactic auxiliar si administrativ
Anexa C.4.1.05.	ARACIS C3 Standarde
Anexa C.4.1.06.	Marketing ID Raportul număr studenți-cadre didactice
Anexa C.4.1.07.	Marketing IF Lista cadre didactice
Anexa C.4.1.08.	Marketing ID CV-uri cadre didactice
Anexa C.4.1.09.	DIDIFR Dovezi instruire personal in tehnologiile specifice
Anexa C.7.01.a.	DIDIFR Pliant admitere
Anexa C.7.01.b.	FSE Pliant admitere
Anexa C.7.02.	Marketing ID Promovare adrese pagini web