



ROMÂNIA
Ministerul Educației și Cercetării
Universitatea „ARTIFEX” din București

Accreditată prin Legea nr.133/2005

Str. Economu Cezărescu nr. 47, sector 6, București

Telefoane: 021.316.61.67; 021.300.61.97; 021.316.61.69; 031.424.23.97;
031.424.23.80

Fax: 021.316.61.69

Website: www.artifex.org.ro

E-mail: universitate@artifex.org.ro

FACULTATEA DE MANAGEMENT- MARKETING

Programul de studii universitare de master – MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

GHID PRIVIND DESFĂȘURAREA PRACTICII DE SPECIALITATE ȘI ELABORAREA CAIETULUI DE PRACTICĂ - anul universitar 2025 - 2026 -

Practica studenților de la programele de studii universitare de master se desfășoară conform prevederilor Legii nr.258/2007 privind practica elevilor și studenților, modificată și completată prin Legea nr.9/2015, Ordinului ministrului educației, cercetării și tineretului nr.3955 din 09/05/2008 privind aprobarea Cadrului general de organizare a stagiilor de practică în cadrul programelor de studii universitare de licență și de masterat, precum și prezentului Ghid.

I. TERMENI SPECIFICI

Stagiu de practică – activitatea desfășurată de masteranzi, în conformitate cu planul de învățământ, care are drept scop verificarea aplicabilității cunoștințelor teoretice însușite de aceștia în cadrul programului de instruire.

Practicant – masterandul care desfășoară activități practice pentru consolidarea cunoștințelor teoretice și pentru formarea abilităților, spre a le aplica în concordanță cu specializarea pentru care se instruieste.

Organizatorul de practică este Facultatea de Management-Marketing din cadrul Universității „ARTIFEX” din București, care desfășoară activități instructiv-educative și formative, potrivit legislației române în vigoare.

Partenerul de practică poate fi o instituția centrală ori locală sau orice altă persoană juridică din România, ce desfășoară activități compatibile cu domeniile de instruire ale masteranzilor de la Facultatea de Management-Marketing din cadrul Universității „ARTIFEX” din București, și care poate participa la procesul de instruire practică a masteranzilor.

Cadru didactic supervisor este persoana desemnată de organizatorul de practică, care va asigura planificarea, organizarea și supravegherea desfășurării stagiului de practică.

II. OBIECTIVELE PRACTICII DE SPECIALITATE

Studentii din anul II de studii, programul de studii universitare de master Marketing și Comunicare în Afaceri, au obligația de a efectua în semestrul I, săptămânal, conform planului de învățământ, un stagiu de practică în entități/organizații private sau publice, în perioada **01.10.2025 - 18.01.2026**.

Disciplina „Practica de specialitate” face parte din categoria disciplinelor de specialitate, fiind prevăzută în planurile de învățământ cu un număr de 84 de ore (14 săptămâni de practică cu câte 6 ore pentru fiecare săptămână) și 3 puncte de credit.

Practica de specialitate are rolul de a familiariza studenții cu practicile reale din mediul economico-social și a facilita documentarea acestora în vederea elaborării părții aplicative din cadrul disertației de absolvire a programului de masterat urmat.

Practica de specialitate a masteranzilor conduce la formarea unor competențe, valori și atitudini, astfel:

a. În ceea ce privește cunoștințele:

- cunoașterea aprofundată a ariei de specializare și, în cadrul acesteia, a dezvoltărilor teoretice, metodologice și practice specifice programului de studii universitare master; utilizarea adecvată a limbajului specific în comunicarea cu medii profesionale diferite;
- utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea unor situații noi, în contexte mai largi asociate domeniului.

b. În ceea ce privește abilitățile:

- utilizarea integrată a aparatului conceptual și metodologic, în condiții de informare incompletă, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi;
- utilizarea nuanțată și pertinentă de criterii și metode de evaluare, pentru a formula judecăți de valoare și a fundamenta decizii constructive;
- elaborarea de proiecte profesionale și/sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de metode cantitative și calitative.

c. În ceea ce privește dobândirea unor competențe transversale:

- executarea unor sarcini profesionale complexe, în condiții de autonomie și de independență profesională;
- asumarea de roluri / funcții de conducere a activității grupurilor profesionale sau a unor instituții;
- autocontrolul procesului de învățare, diagnoza nevoilor de formare, analiza reflexivă a propriei activități profesionale.

III. CONȚINUTUL PRACTICII DE SPECIALITATE

Practica de specialitate se va desfășura prin studierea și efectuarea de lucrări specifice programului de studiu, studenții masteranzi având posibilitatea alegerii unei teme/lucrări care să conducă la dobândirea uneia sau mai multor competențe profesionale (la care se adaugă competențele transversale), din cele de mai jos:

- aplicarea conceptelor, principiilor și instrumentelor specifice activităților de marketing în cadrul organizațiilor;
- utilizarea cunoștințelor și instrumentelor de analiză și de evaluare a riscului pe piețele de desfacere;
- utilizarea cadrului metodologic specific fundamentării și elaborării strategiilor de marketing;
- utilizarea tehnologiei informatice în derularea activităților de marketing;

- gestionarea creativă și eficientă a resurselor umane din organizație, îmbunătățirea proceselor de comunicare și a relațiilor dintre manageri și executanți;
- utilizarea cunoștințelor și instrumentelor pentru planificarea și urmărirea activităților de afaceri.

Pe perioada practicii de specialitate, aplicarea cunoștințelor de specialitate și a conceptelor specifice trebuie să permită identificarea problemelor specifice partenerului de practică, iar raportul / proiectul de practică trebuie să pună accentul pe identificarea de soluții și pe aspectele care au atras atenția și din care se învață (corelarea acestor aspecte cu teoria).

Practica se va finaliza printr-un colocviu de verificare la care studenții masteranzi vor prezenta **Caietul de Practică** (Anexa 2) în care consemnează elementele semnificative privind activitățile și tema/temele studiată/studiate, cuprinzând:

- adeverință de la entitatea/organizația privată sau publică la care a făcut practica, cu indicarea perioadei exacte de efectuare a stagiului;
- o lucrare monografică / proiect de practică, elaborată la entitatea/organizația privată sau publică, care va cuprinde elemente (teoretice și empirice/practice) privind activitățile și tema/temele studiată/studiate, care să-l conducă pe masterand la posibilitatea întocmirii lucrării de disertație și care să releve dobândirea uneia sau mai multor competențe profesionale;
- aprecierea privind stagiul de practică, din partea responsabilului / tutorului desemnat de partenerul de practică;
- chestionarul completat.

IV. FORMA, MODUL ȘI LOCUL DE DESFĂȘURARE A PRACTICII

Practica se va desfășura pe propria răspundere a studentului masterand, activitatea de practică fiind supervizată de cadre didactice desemnate de către Departamentul Management-Marketing.

Alegerea entității / organizației private sau publice (întreprindere, instituție publică, unitate bancară, societate comercială de contabilitate etc.) ca loc de desfășurare aparține, de asemenea, studentului masterand. În măsura în care studentul masterand nu reușește prin forțe proprii să-și rezolve problema locului de desfășurare a practicii, entitatea / organizația privată sau publică va fi stabilită cu sprijinul cadrelor didactice supervizori ai activității de practică la una din unitățile economice cu care Facultatea de Management-Marketing a încheiat un acord / parteneriat privind efectuarea practicii de specialitate de către studenți / masteranzi.

În extremis, în măsura în care studentului masterand nu i se poate asigura o bază de practică în una din entitățile / organizațiile private sau publice, se poate folosi varianta practicii în universitate. În acest scop, prin studiul individual consemnat în caietul de practică, al normelor și reglementărilor din țara noastră, se va asigura cunoașterea tematicii ce formează obiectul “Practicii de specialitate”. Totodată, se va elabora și prezenta lucrarea monografică solicitată.

Partenerul de practică va desemna, din rândul specialiștilor, un Tutore, care va asigura respectarea condițiilor de pregătire și dobândire de către practicant a competențelor profesionale planificate pentru perioada stagiului de practică.

Practica se va desfășura pe baza unui acord încheiat între Facultatea de Management-Marketing din cadrul Universității „ARTIFEX” din București, ca organizator de practică, partenerul de practică și practicant, conform modelului din Anexa 1 (CONVENȚIE PRIVIND EFECTUAREA STAGIULUI DE PRACTICĂ).

După identificarea entității / organizației private sau publice în cadrul căreia va desfășura practica de specialitate, studentul masterand are responsabilitatea de a completa Convenția privind

efectuarea stagiului de practică și de a depune un exemplar al acesteia, semnat de cele trei părți, la secretariatul facultății, până la data începerii stagiului de practică.

La finalizarea stagiului de practică, responsabilul din partea partenerului de practică furnizează practicantului, sub semnătură și stampilă, o apreciere din care să rezulte numărul orelor efectuate, punctualitatea, disciplina și gradul de însușire a cunoștințelor practice.

V. EVALUARE

Activitatea va fi evaluată prin colocviu de verificare în fața unei comisii formate din cel puțin două cadre didactice și va fi notată cu note de la 10 la 1. Colocviul se va susține în cadrul sesiunii de examene prevăzută la finalul semestrului II al programului de studii universitare de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri.

La stabilirea notei finale se iau în considerare:

- a. conținutul și forma lucrării / proiectului de practică în ceea ce privește prezentarea problemelor specifice temei alese;
- b. modul de prezentare a lucrării;
- c. răspunsurile la întrebările legate de stagiul de practică efectuat;
- d. comportamentul studentului privind frecvența, responsabilitatea și seriozitatea în realizarea practicii de specialitate.

Nepromovarea disciplinei „Practica de specialitate” conduce la refacerea stagiului de practică și la susținerea unui nou colocviu de evaluare.

Coordonatorii practicii de specialitate:

- **Prof. univ. dr. Dan Năstase**
- **Conf. univ. dr. Andrei Buiga**

Cadre didactice supervizori ai activității de practică de specialitate:

- **Lector univ.dr. Zoica Nicola**
- **Lector univ.dr. Dragos Raducan**
- **Lector univ.dr. Veronica Vasile**
- **Lector univ.dr. Alexandru Ioan Manea**

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Balaure, V., (coord.) (2002), *Marketing*, ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Uranus, București, pag.13-39, 43-69, 75-90, 91-104;
2. Cătoi, I., (coord.) (2009), *Cercetări de marketing. Tratat*, Editura Uranus, București, pag.17-34, 73-89, 91-142, 149-174;
3. Popescu, I.C. (2003), *Comunicarea în marketing*, Editura Uranus, București, pag.11-63, 169-214.
4. Udrescu, M., Năstase, D. (2019). *Cercetări, previziuni și seminarii în marketing*, Editura Academiei Oamenilor de Știință din România, București, ISBN 978-606-8636-64-1, pg. 11-29, 31-51, 52-69, 102-105, 197-216, 225-250.
5. Mecu, D.G. (2014), *Arta negocierii și comunicării în afaceri internaționale*, Editura Alfa, Iași.
6. Deatcu, C. (2017), *Marketing online*, Editura Artifex, București.
7. Bențe, C. (2019) *Resurse umane. Strategii, politici și proceduri*, Editura Prouniversitaria, București

Nota: Studenții pot consulta și alte surse bibliografice la care au acces

Prezentul Ghid privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practica 2025 – 2026 a fost aprobat în ședința Consiliului Facultății de Management-Marketing din data de 30.09.2025

**Decanul Facultății de Management-Marketing
Conf.univ.dr. Anca-Mihaela MELINCEANU**

**CONVENȚIE PRIVIND EFECTUAREA STAGIULUI DE PRACTICĂ
ÎN CADRUL PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTER
MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI**

Prezenta Convenție se încheie între:

Universitatea "ARTIFEX" din București, acreditată prin Legea nr. 133/2005, Facultatea de Management-Marketing, cu sediul în municipiul București, str. Economu Cezărescu nr. 47, sector 6, Telefoane: 316.61.67; 316.61.68; 316.61.69, Fax: 316.61.68; 316.61.69, Website: www.artifex.org.ro, email: universitate@artifex.org.ro, reprezentată prin *Decan*, numită în continuare **organizator de practică**,

și

(Societatea comercială, instituția centrală ori locală, persoana juridică)

....., cu sediul în.....str.nr...., sector /județ, tel.....,reprezentată prin....., numită în continuare **partenerul de practică**,

și

Masterandul/a.....,

CNP....., ziua nașterii....., locul nașterii, cetățean, pașaport (dacă este cazul), permisul de ședere (dacă este cazul), adresa de domiciliu.....

programul de studii universitare de masterat Marketing și Comunicare în Afaceri, anul de studii....., grupa....., email:, telefon:numit/ă în continuare **practicant**,

stabilindu-se următoarele:

Art. 1. În baza dispozițiilor *Legii nr.258/2007 privind practica elevilor și studenților*, cu modificările și completările ulterioare și ale *Ordinului ministrului educației, cercetării și tineretului nr.3955 din 09/05/2008 privind aprobarea Cadrului general de organizare a stagiilor de practică în cadrul programelor de studii universitare de licență și de masterat*, părțile convin să colaboreze în vederea asigurării bazei de practică pentru verificarea aplicabilității cunoștințelor teoretice însușite de către practicant în cadrul programului de instruire.

Art. 2. Durata practicii este de 84 ore (14 săptămâni de practică cu câte 6 ore pentru fiecare săptămână), conform programului de lucru al partenerului de practică.

Art. 3. Practica studenților masteranzi se va desfășura în conformitate cu *Ghidul privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practică*.

Art. 4. Organizatorul de practică are următoarele obligații:

- să prevadă conținutul practicii de specialitate în Ghidul privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practică;

- să desemneze persoanele responsabile pentru organizarea și desfășurarea practicii de specialitate;

- să organizeze evaluarea prin colocviu de verificare a cunoștințelor și abilităților dobândite de către studenți masteranzi cu ocazia efectuării practicii de specialitate.

Art. 5. Partenerul de practică are următoarele obligații:

- să dețină o dotare corespunzătoare - *logistică, tehnică și tehnologică* - necesară valorificării cunoștințelor teoretice primite de practicant în cadrul procesului de instruire;
- să dispună de specialiști cu studii superioare care să îi coordoneze pe masteranzi și să participe la evaluarea progreselor înregistrate de aceștia pe parcursul perioadei de practică;
- să desfășoare programul de activitate astfel încât să permită realizarea activității de practică a studenților masteranzi în condiții normale;
- să urmărească și să înregistreze prezența la activitate a practicantului și să semnaleze eventualele abateri instituției de învățământ;
- să îl sprijine pe practicant să își îndeplinească cerințele cuprinse în Ghidul privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practică, punându-i la dispoziție mijloacele necesare;
- să instruiască practicantul cu privire la normele de protecție a muncii și de apărare împotriva incendiilor, specifice activităților pe care le va desfășura;
- să furnizeze practicantului, sub semnătură și ștampilă, o apreciere din care să rezulte numărul de ore efectuate, punctualitatea, disciplina, gradul de însușire a cunoștințelor practice și calificativul propus.

Art. 6. Studenții masteranzi participanți la programele de practică au următoarele obligații:

- să își desfășoare activitatea în conformitate cu cerințele cuprinse în Ghidul privind desfășurarea practicii de specialitate și elaborarea caietului de practică;
- să respecte regulamentul de ordine interioară al partenerului de practică și normele de protecție a muncii și de apărare împotriva incendiilor, specifice activității desfășurate;
- să fie prezenți la practică în numărul de ore cuprins în planul de învățământ și conform programului stabilit de comun acord cu partenerul de practică;
- să întocmească și să susțină proiectul de practică.

Această convenție se încheie azi, în 3 exemplare, câte unul pentru fiecare parte semnatară.

Universitatea "ARTIFEX" din București
Facultatea de Management-Marketing,
reprezentată prin *Decan*

..... L.S.

Partenerul de practică.....

Reprezentat prin

L.S.

Student.....

UNIVERSITATEA “ARTIFEX” DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA MANAGEMENT-MARKETING

Programul de studii universitare de master: MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI

CAIET DE PRACTICĂ

Masterand.....

Model

Unitate.....

Localitate.....

Tel/Fax.....

Nr...../Data.....

ADEVERINȚĂ

Prin prezenta se adeverește că studentul(a).....din
anul....., programul de studii universitare de master **MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN
AFACERI**, Facultatea de Management-Marketing, Universitatea „ARTIFEX” din București, a
efectuat practica de specialitate în perioada....., în cadrul unității noastre.

Director,

APRECIERE PRIVIND STAGIUL DE PRACTICĂ

Perioada de desfășurare:

De lapână la.....

Program de lucru zilnic, între orele.....

Practicant:

Numele și prenumele.....

Îndrumător desemnat / Tutore / Responsabilul din partea partenerului de practică:

Numele și prenumele.....

Funcția.....

Telefon, e-mail.....

Societatea:

Denumire.....

Sediul social.....

Domeniul de activitate.....

(se va menționa codul CAEN)

Cadrul de desfășurare a activității:

Locație.....

(ex. Birou....., serviciul..... etc.)

Aprecierea privind punctualitatea, disciplina și gradul de însușire a cunoștințelor practice:.....

.....

.....

Calificativul propus:.....

Data:

Îndrumător desemnat / Tutore

ATENȚIE

Caietul de practică se completează cu lucrarea monografică / proiectul de practică conform temei propuse de studentul masterand

Cuprinsul orientativ al lucrării monografice / proiectului de practică:

Capitolul 1 – Prezentarea pe scurt a elementelor teoretice aferente temei alese (cca. 10 pag.).

Capitolul 2 – Prezentarea studiului de caz, a monografiei cu privire la tema aleasă, inclusiv prezentarea generală a entității / organizației în care s-a efectuat practica (obiect de activitate, clienți, furnizori, produse și servicii, structura organizatorică etc.).

Capitolul 3 – Concluzii

Bibliografie

Numărul de pagini al lucrării monografice: între 30-40 (Times New Roman, cu caracter de 12, la un rând și jumătate).

Elementele teoretice vor fi însoțite de trimiteri în notele de subsol sau la bibliografie, astfel:

Autor(i)....., Titlul cărții....., Editură....., an apariție....., loc apariție.....

CHESTIONAR

Nr. crt.	Criteriu	Punctaj (min = 1; max = 5)
1.	Relevanța stagiului de practică pentru formarea ca specialist	
	a) Gradul de încadrare a activității desfășurate în tematica recomandată	
	b) În ce măsură sarcinile de lucru au fost trasate clar și s-a urmărit realizarea lor?	
	c) Gradul de folosire a cunoștințelor dobândite în facultate	
	d) În ce măsură abilitățile practice dobândite vă sunt utile ?	
2.	Condițiile de desfășurare a activității de practică	
	a) Condiții de lucru (spațiu, atmosfera, etc.)	
	b) În ce măsură echipamentul pus la dispoziție a corespuns sarcinilor trasate ?	
	c) Nivelul de îndrumare acordat de specialistul desemnat de societate	
	d) Nivelul ajutorului colegial primit	
3.	Perspective de colaborare	
4.	a) În ce măsură vă doriți continuarea activității în aceeași firmă (eventual ca angajat) ?	
5.	b) În ce măsură poate fi recomandată această firmă unui coleg?	