



PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT
MARKETING ÎN AFACERI

GHID DE ELABORARE A LUCRĂRII DE DISERTAȚIE



GHID DE ELABORARE A LUCRĂRII DE DISERTAȚIE

I. Aspecte generale

Lucrarea de disertație se constituie ca o componentă esențială în cadrul procesului de evaluare a pregătirii masteranzilor, fiind o **lucrare de sinteză, cu caracter aplicativ**, care are rolul de a demonstra competențele generale și de specialitate dobândite de absolvenții programului de studii universitare de masterat „Marketing în afaceri”.

Lucrarea de disertație, prin conținutul ei, trebuie să ateste **stăpânirea de către masteranzi a problematicii teoretice și practice a temelor analizate, utilitatea cercetărilor propuse pentru dezvoltarea domeniilor investigate, capacitatea autorilor de a aplica diverse metodologii de analiză științifică și de a elabora lucrări bine fundamentate științific.**

Tema lucrării de disertație se stabilește de către coordonatorul științific împreună cu masterandul și se corelează, obligatoriu, cu programul de pregătire universitară și cu domeniul de expertiză al coordonatorului.

Coordonator științific poate fi oricare dintre cadrele didactice ale programului de studii universitare de masterat.

Dimensiunea lucrării de disertație: 35 - 40 de pagini (fără anexe și bibliografie).

Coordonatorul științific va decide, împreună cu masterandul, acea structură a lucrării pe care o consideră relevantă pentru tema abordată.

II. Structura lucrării

Introducere – justifică opțiunea masterandului pentru un anumit titlu al lucrării de licență, urmărind **criteriul relevanței** temei (orientarea către aspecte de fond ale domeniului), **criteriul actualității** temei (orientarea către prioritățile cercetării și practicii economice dintr-o anumită perioadă), **criteriul specificității** (posibilitatea delimitării clare). De asemenea, tot în partea introductivă vor fi prezentate, succint, cele patru capitole ale lucrării de disertație. **- max. 2 pag.**

Capitolul 1 – Cadrul teoretico-metodologic al temei alese, vizează evaluarea critică, originală și creativă a cercetărilor existente și relevante din domeniul temei investigate. În acest sens, vor fi prezentate principalele teorii și soluții propuse pentru rezolvarea diverselor aspecte ale temei analizate. Sub aspect metodologic, se vor avea în vedere modalități, formule, relații de calcul și analiză, aspecte instituționale și legislative în domeniu, experiențe anterioare etc. **- max. 5 pag.**



Capitolul 2 – Descrierea generală a firmei ce face obiectul studiului de caz: denumire, forma juridică, adresa, structura acționariatului, obiectul de activitate, gama de produse fabricate și/sau servicii prestate, structura organizatorică și personalul societății, piața și mediul de marketing (inclusiv analiza SWOT) a societății comerciale. *- max. 10 pag.*

Capitolul 3 – Prezentarea analitică a propriului demers de cercetare (de preferat empiric, pe date reale și actuale) în care să se aplice aspectele teoretice și metodologice prezentate (strategie de marketing/piață, cercetare de marketing, program de marketing, politica de marketing, analiza activității de marketing a unei organizații etc.). *- max. 15 pag.*

Capitolul 4 – Interpretarea rezultatelor studiului și formularea de propuneri de perfecționare în domeniul abordat. *- max. 8 pag.*

Bibliografie – pentru identificarea și utilizarea referințelor bibliografice se recomandă următoarele aspecte:

- utilizarea unor surse de documente autentice și actuale;
- în vederea asigurării unui nivel științific ridicat **cel puțin 30% dintre titlurile bibliografice este obligatoriu să fie din baze de date internaționale** (accesabile în campusul Universității Româno-Americane).

Bibliografia va conține **minim 15 lucrări de specialitate din literatura națională și internațională și va fi ordonată alfabetic**. Se vor preciza: numele autorului, inițiala prenumelui, titlul lucrării, editura, anul apariției. De asemenea, se notează referințele bibliografice de pe Internet, cu precizarea adresei complete a site-ului și a datei la care s-a făcut accesarea.

Anexe – materiale relevante pentru lucrarea de disertație la care s-a făcut trimitere din text.

III. Forma de prezentare

- Lucrarea de disertație va fi copertată, respectând modelul anexat;
- Lucrarea va fi depusă la secretariatul facultății, în termenul anunțat, însoțită de referatul coordonatorului științific;
- **Lucrarea de disertație depusă în forma scrisă va fi însoțită obligatoriu de CD cu înregistrarea electronică a conținutului acesteia**, conținut care va fi verificat în momentul depunerii lucrării de membrii comisiei de disertație;
- CD-ul va fi atașat formatului tipărit, coperta interioară, în plic. Se va scrie cu marker pe CD numele, prenumele autorului și promoția;



Norme de tehnoredactare:

- Formatul paginii este A4, iar marginea va fi de 2,5 cm stânga și de 1,5 cm sus, dreapta și jos;
- Fontul utilizat în redactarea conținutului va fi Times New Roman, mărime 12, spațiat la 1,5 rânduri;

- Fontul utilizat la notele de subsol și/sau surse va fi Times New Roman, mărime 10, spațiat la 1 rând;

- Fontul utilizat la tabele, figuri și grafice va fi Times New Roman, mărime 11, spațiat la 1 rând;

- Lucrarea va fi scrisă în limba română, **obligatoriu cu diacritice**;

- Cuprinsul lucrării trebuie să fie paginat și prezentat la începutul lucrării de disertație;

- Capitolele se vor numerota cu I, II, ș.a., iar subcapitolele: 1.1., (1.1.1., 1.1.2., ș.a.), 1.2. (1.2.1., 1.2.2., ș.a.) pentru capitolul I și respectiv: 2.1. (2.1.1., 2.1.2., ș.a.), 2.2. (2.2.1., 2.2.2., ș.a.) pentru capitolul II, etc.;

- Anexele (numerotate și denumite) și bibliografia se pun la finele lucrării (cf. structurii propuse)

- Bibliografia va conține **minim 15 lucrări de specialitate din literatura națională și internațională și va fi ordonată după numele primului autor**. Se vor preciza numele autorului, inițiala prenumelui, titlul lucrării, editura, anul apariției. Bibliografia va cuprinde obligatoriu și referințe Internet, care se vor preciza prin adresa completă a paginii web.

- La notele de subsol și la sursele citate în conținutul lucrării, se vor preciza numele autorului, inițiala prenumelui, titlul lucrării, editura, anul apariției și pagina/paginile la care se regăsește citatul sau referința respectivă;

- Tabelele, figurile și graficele sunt obligatorii, se denumesc și se numerotează separat. Dacă acestea nu aparțin autorului, obligatoriu va fi precizată sursa în structura recomandată anterior.

4. *Susținerea publică a lucrării de disertație:*

- Lucrarea de disertație se susține în ședință publică, în fața comisiei de disertație (comisie de specialitate, propusă de departamentul de specialitate, aprobată de Consiliul Facultății și validată de Senatul Universității Româno-Americane);

- Prezentarea lucrării în fața comisiei de disertație se va realiza în limba română, folosind facilitățile Office Power Point;

- Durata prezentării: 5 – 7 minute;

- Mijloacele electronice multimedia (calculator, laptop, videoproiector) sunt în dotarea facultății. Masteranzii trebuie să aducă, în ziua susținerii, doar prezentarea salvată pe suport magnetic.



ANEXA 1 - COPERTA LUCRĂRII DE DISERTAȚIE

UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING

PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT: „MARKETING ÎN AFACERI”



LUCRARE DE DISERTAȚIE

Coordonator științific:

Grad didactic, nume, prenume

Absolvent:

Nume, inițiala tatălui, prenume

București,



ANEXA 2 – PRIMA PAGINĂ A LUCRĂRII DE DISERTAȚIE

**UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING**

**PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT:
„MARKETING ÎN AFACERI”**



TITLUL LUCRĂRII DE DISERTAȚIE / DENUMIREA TEMEI

Coordonator științific:

Grad didactic, nume, prenume

Absolvent:

Nume, inițiala tatălui, prenume

București,
