

PROGRAM MANAGERIAL

pentru candidatura la funcția de

DECAN

**al Facultății de Management-Marketing
din cadrul Universității Româno-Americane
Legislatura 2024-2028**

Conf.univ.dr. Nicoleta DUMITRU

**București
Aprilie 2024**



I. Preambul

„Un lider duce oamenii acolo unde vor ei. Un MARE lider duce oamenii acolo unde nu vor neaparat să meargă, dar ar trebui sa fie.” – Rosalynn Carter (fosta prima doamna a SUA)

Programul managerial pentru funcția de DECAN este în deplin acord cu *viziunea, misiunea, valorile și obiectivele Universității Româno-Americane*, precum și cu acțiunile enunțate în *Planul managerial al dl. Rector*. Astfel, prin planul managerial pe care îl propun, se încearca a îmbina pe termen scurt, mediu și lung, direcții de dezvoltare și măsuri bine conturate, care abordează într-un mod cât mai adecvat, atât problemele globale ale Facultății - în contextul actual - cât și problemele punctuale care răspund nevoilor și preocupărilor fiecărui membru al comunității acesteia: cadru didactic, student sau personal didactic auxiliar și administrativ.

Poziția de decan este cea a unui leader care trebuie să îmbine, la nivel managerial, educația, cercetarea, relațiile interumane și dezvoltarea instituțională, toate acestea fiind imposibil de realizat fără aportul întregului corp didactic și administrativ al Facultății.

În acest sens, dacă ne referim la coordonatele în funcție de care ne ghidăm, respectiv: misiune, viziune, valori și principii, acestea ar fi:

- Facultatea își asumă misiunea să ofere educație și cercetare la un înalt standard de calitate în context național/internațional, prin rezultatele absolvenților săi;
- viziunea propusă este aceea a unei Facultăți care să ajungă o entitate universitară ancorată în spațiul național și european al educației prin promovarea performanței prin asigurarea calității educației centrate preponderent pe rezultate;
- valorile esențiale pe care se bazează viziunea și misiunea Facultății, sunt: *transparență decizională, management flexibil și participativ, profesionalism, responsabilitate individuală și colectivă, egalitate de șanse și libertate academică;*
- principiile directoare: *integritate; consecvență și perseverență; deschiderea către studenți, cadre didactice și mediul socio-economic; obiectivitate; promovarea valorilor și încurajarea opiniei deschise.*

Avansul tehnologic și schimbările demografice impun o reevaluare profundă a modelelor educaționale, astfel, contextul social și economic actual, situează universitatea și facultățile componente într-un sistem concurențial liber, pe fondul pieței libere în Uniunea Europeană și al lărgirii bazei competiționale. Acest fapt, în mod inevitabil, conduce spre modelul de facultate/universitate inovatoare.

În acest context dinamic, universitățile trebuie să-și reevalueze și actualizeze periodic oferta educațională, introducând programe educaționale inovatoare, flexibile și accesibile, care răspund direct cerințelor pieței muncii.

Aceste programe ar trebui să fie proiectate nu doar pentru a dezvolta *competențe profesionale, bazate pe cunoștințe și abilități ci și așa-numitele competențe cheie (multilingvistice, digitale, sociale, civice și antreprenoriale) și competențe transversale (etică profesională, lucru în echipă cu asumarea responsabilităților și formare continuă)*, care se cer a fi consemnate în documentele absolventului.

Este știut faptul că angajatorii apreciază din ce în ce mai mult la angajați, *abilitatea de a fi autonom, creativ, inovativ, capabil de a se implica în procese decizionale și de a reinterpreta informații în funcție de contexte în perpetuă schimbare etc.*, în concluzie se urmărește dezvoltarea gândirii creative și formarea unor profesioniști deschiși și proactivi.

Educația online, în ascensiunea sa, completează modelul tradițional, extinzând accesul la cunoaștere și diversificând metodele de predare; este foarte important să adoptăm o viziune holistică asupra educației, pregătind studenții pentru provocările și oportunitățile de mâine. Nu mai este niciun dubiu ca tot ce ține de muncă și de piața muncii, se află într-o continuă schimbare. Un studiu al *World Economic Forum* a arătat *faptul ca peste 65% dintre copiii care intra astăzi în clasele primare vor fi angajați în job-uri care nu exista încă*. În viitor, mai bine de jumătate dintre job-urile din prezent vor fi automatizate și inteligența artificială se va ocupa de ele. Integrarea tehnologiilor digitale inovative în procesele de învățământ este crucială pentru a răspunde nevoilor dinamice ale studenților.

Obiective urmărite sunt: *acceptarea dialogului la orice nivel, fără nicio restricție, cu orice membru sau reprezentant al comunității facultății; implementarea unui mecanism de conducere participativă, colaborativa și coerentă; crearea unei atmosfere de încredere în oameni, comportament etic și echitabil în raport cu toți membrii comunității Facultății și Univesității.*

2. Provocări

- criza de personal didactic;
- schimbările economico-sociale și constrângerile legislative la nivel național au drept consecință, între altele, limitarea posibilității de anticipare, pe termen mediu și lung, a pieței muncii sub aspect structural, cantitativ și calitativ;
- evoluția demografică –influențează numărul de studenți înmatriculați în universități; numărul copiilor născuți în România în anul 1990 era de 362.017, scăzând până la 183.630 în anul 2022;
- scăderea numărului absolvenților de liceu cu diplomă de bacalaureat (de la 204.343 în 2009, la 100.530 în 2023);
- competiția puternică cu universități/programe destudii din străinătate - conform UNESCO, în anul 2023 peste 34.000 de studenți români studiau în străinătate;



- efectele pandemiei, criza energetică și războiul de la graniță au creat o presiune indirectă suplimentară pentru familiile din România în direcția sprijinului tinerilor în demersul lor de-a urma o facultate;
- rata de abandon a studiilor universitare și preferința tinerilor pentru cursuri de specialitate (de scurtă durată);
- necesitatea unei curricule cu caracter aplicativ în parteneriat cu mediul de business, care să ajute la dobândirea de competențe practice de către absolvenți;
- competiția din ce în ce mai mare între universități și programe de studiu;
- necesitatea racordării la networking-ul academic internațional;

3. Studenți

„Sacrificiul învățării este temporar. Sacrificiul necunoașterii și ignoranța sunt veșnice.” (citat motivațional al studenților Universității Harvard)

- ✓ consiliere și tutorat în scopul dezvoltării personale, a abilităților de învățare independentă și gestionare a stresului în sesiune;
- ✓ creșterea calității serviciilor de consiliere și orientare în carieră desfășurate de reprezentanții CCOC, prin oferirea de sprijin în dezvoltarea planului de carieră, asigurarea de stagii de practică, internship, căutarea/găsirea de locuri de muncă, Facultatea devenind interfața cu posibili angajatori;
- ✓ continuarea desfășurării sesiunilor de comunicări științifice studențești cu încurajarea și stimularea studenților pentru participare;
- ✓ încurajarea participării studenților la activități de cercetare și diseminarea rezultatelor activităților de cercetare științifică;
- ✓ încurajarea participării studenților la programe de mobilități de studii/practică, care le asigură contactul cu experiențe de învățare noi, prin programe comune de studii, colaborări științifice în programele europene;
- ✓ susținerea dezvoltării voluntariatului studențesc și recunoașterea acestei activități;
- ✓ încurajarea unei comunicări active în vederea evaluării procesului didactic;
- ✓ desfășurarea unor așa-numite *programe remediale* pentru studenți în scopul de a preveni materializarea riscului de abandon școlar la studenții anului I, mai ales pentru discipline unde se evidențiază un grad mare de nepromovabilitate;
- ✓ dezvoltarea personală și a competențelor socio-emoționale ale studenților, a stimei de sine și încrederii în forțele proprii prin organizarea de cursuri/întâlniri/mese rotunde cu specialiști în domeniu;
- ✓ recompensarea performanțelor studențești prin păstrarea numărului de burse de studii (20% din numărul studenților admiși la licență și 10% dintre studenții admiși la masterat), premii și alte beneficii;

- ✓ organizarea de școli de vară pentru studenții români și internaționali, de experiențe integrate în cadrul unui mediu multicultural;
- ✓ facilitarea accesului studenților la cursuri extra-curriculare, susținute de profesori străini și reprezentanți ai mediului de afaceri și social;
- ✓ dezvoltarea Clubului de Management-Marketing și susținerea proiectelor derulate de către studenți.
- ✓ înființarea unei asociații ALUMNI a Facultății;

4. Activitate didactică

*"Suntem ceea ce facem în mod repetat.
Prin urmare, EXCELENȚA nu este un act, ci un obicei."* Aristotel

- ✓ dezvoltarea unor planuri de învățământ moderne, adecvate cerințelor de pe piața muncii;
- ✓ adaptarea disciplinelor din planurile de învățământ în conformitate cu Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior (RNCIS);
- ✓ actualizarea periodică a planurilor de învățământ, a suporturilor de curs la nivelul fiecărei discipline și implementarea unui sistem eficient de evaluare a abilităților și competențelor dobândite de student;
- ✓ analiza fișelor de disciplină pentru eliminarea interferențelor și actualizarea acestora în concordanță cu ultimele evoluții în domeniu;
- ✓ promovarea unei strategii adecvate la nivelul facultății în domeniul resurselor umane, axată pe dezvoltarea profesională a cadrelor didactice existente;
- ✓ atragerea de noi cadre didactice, îndeosebi tinere și implicarea de practicieni în programele realizate, în special la masterat;
- ✓ realizarea unor dezbateri profesionale în Facultate pe teme de actualitate, a prezentării stadiului cunoașterii în diferite domenii ce țin de relevanța disciplinelor predate în facultate;
- ✓ susținerea activităților de creare și publicare a suporturilor de curs;

5. Oferta educațională

"Școala trebuie să urmărească tot timpul cu tânărul să părăsească băncile ei nu cu specialist, ci cu o personalitate armonioasă." Albert Einstein

- ✓ actualizarea fișelor de disciplină din planul de învățământ, prin implicarea activă a cadrelor didactice și a angajatorilor pentru formarea de aptitudini și competențe cerute de piața muncii, în concordanță cu propunerile Consiliilor consultative ale fiecărui domeniu - Management și Marketing - dar și bunele practici internaționale;

- ✓ concentrarea eforturilor pe integrarea și utilizarea de noi metode de predare și valorificarea cunoștințelor dobândite de colegii noștri în urma mobilităților de predare/training la universități de prestigiu din străinătate;
- ✓ necesitatea elaborării unor programe de studii interdisciplinare cu predare în limba engleză, în parteneriat cu mediul de afaceri în vederea completării ofertei educaționale a Facultății;
- ✓ realizarea de studii privind evoluția pieței muncii și adaptarea portofoliului de produse educaționale, a conținutului curriculei și disciplinelor;
- ✓ continuarea încheierii de parteneriate cu universități și organizații de cercetare la nivel național și internațional;
- ✓ realizarea unor studii de impact care să reflecte performanțele Facultății și ale absolvenților acesteia, pe domeniile de studii existente;
- ✓ compatibilizare accelerată a programelor de învățământ, în scopul recunoașterii și echivalării studiilor;
- ✓ nivelul de internaționalizare al universității, conturează necesitatea unei foarte bune compatibilizări a programelor din domeniile Management și Marketing, în vederea recunoașterii studiilor și a recrutării potențialilor studenți pentru programele derulate în limba engleză;
- ✓ optimizarea percepției imaginii asupra procesului de învățământ și a ofertei educaționale la nivelul potențialilor candidați;
- ✓ diferențierea ofertei educaționale în raport cu principalele facultăți concurente.

6. Resurse umane

„Lucrurile grozave în afaceri nu sunt făcute niciodată de o singură persoană ci de o echipă de oameni.” Steve Jobs

- ✓ organizarea periodică de dezbateri cu toate cadrele didactice pentru depistarea soluțiilor optime la problemele specifice Facultății;
- ✓ implementarea unui sistem de comunicare eficient Decan – Consiliul Facultății – Departament – comunitatea cadrelor didactice din facultate;
- ✓ dezvoltarea și perfecționarea sistemului de management al calității pentru dezvoltarea și implementarea de strategii și politici de îmbunătățire continuă a calității proceselor de predare-învățare și cercetare științifică;
- ✓ menținerea unui cadru de transparență, colegialitate și respect în cadrul Facultății de Management-Marketing;
- ✓ dezvoltarea și consolidarea culturii organizaționale prin definirea și promovarea elementelor de bază ale culturii organizaționale ale Facultății;
- ✓ creșterea gradului de identificare instituțională a angajaților prin procese de *branding intern* (promovarea în rândul angajaților a misiunii, viziunii și valorilor);



- ✓ asigurarea unei optime comunicări interne orizontală și verticală în vederea transferului de informații și de *know how*;
- ✓ susținerea dezvoltării profesionale prin participarea la evenimente, conferințe, workshop-uri, sesiuni de pregătire, care privesc, între altele, metodologia proceselor de cercetare și inovare;
- ✓ conștientizarea importanței activității de cercetare pentru evoluția profesională a fiecărui cadru didactic;
- ✓ formarea continuă prin cursuri postuniversitare, cursuri de perfecționare etc.;
- ✓ formarea profesională prin programe de învățământ/programe de mobilități;
- ✓ diversificarea metodelor de predare-învățare adaptate la student și nevoile acestuia;

7. Cercetare științifică

„Știința este ușa iar cercetarea este cheia.” Anton Pann

- ✓ dezvoltarea unor acorduri de parteneriat cu instituții de învățământ superior din domeniu, din țară și din străinătate, menite să asigure promovarea educației și culturii românești;
- ✓ accentuarea caracterului interdisciplinar al cercetărilor în Facultatea prin abordarea unor teme de mare complexitate și importanță în colaborare cu alte facultăți ale Universității;
- ✓ elaborarea de programe de cercetare aplicativă în care să fie implicați: studenți, profesori, cercetători, oameni de afaceri, consultanți în domeniul management/marketing;
- ✓ dezvoltarea de parteneriate cu diferite organizații de învățământ și cultură naționale și internaționale în scopul îmbunătățirii curriculei și dezvoltării unor proiecte de cercetare multidisciplinare adaptate realității economico-sociale românești și internaționale;
- ✓ atragerea unor cercetători, profesori, consultanți de marcă în proiecte ale Facultății
- ✓ creșterea numărului de colaboratori din domeniul cercetare-dezvoltare, inclusiv colaborarea cu experți în domeniile de competență ale Facultății noastre;
- ✓ sprijinirea Departamentului de Management-Marketing în vederea identificării surselor de finanțare disponibile prin atragerea și cointeresarea instituțiilor, precum și a agenților din mediul de afaceri, pe baze contractuale, realizând un parteneriat activ, scopul fiind promovarea și susținerea proiectelor și acțiunilor Facultății;
- ✓ organizarea unor mese rotunde pe domenii specifice cu participarea reprezentanților mediului de afaceri și abordarea unor teme de interes în domeniile management și marketing;
- ✓ promovarea contactului cu institutele de cercetare științifică și firmele de consultanță din domeniul economic;

- ✓ indexarea în baze de date internaționale a revistei Holistic Marketing Management (minim trei);
- ✓ identificarea unor domenii strategice de cercetare, care să implice și componenta inter/trans-disciplinară și care pot asigura un avantaj competitiv Facultății;

8. *Promovarea imaginii*

„Dacă faptele nu se potrivesc cu teoria, schimbă faptele!” Albert Einstein

- ✓ Mediatizarea evenimentelor din Facultate prin postarea acestora pe site-ul Universității și actualizarea periodică a acestuia;
- ✓ Încurajarea postărilor tematice de pe paginile de Facebook;
- ✓ Participarea la Târgul de Cariere.

Data: 13.04.2024

Conf.univ.dr. Nicoleta Dumitru

