



# PROGRAM MANAGERIAL DE SUSȚINERE A CANDIDATURII LA FUNCȚIA DE DECAN

---

FACULTATEA DE ECONOMIA  
TURISMULUI INTERN ȘI INTERNAȚIONAL

Lect. Univ. Dr.

Camelia-Monica GHEORGHE

*CM*

# Cuprins

1. Preambul .....	3
2. Context .....	4
3. Viziune și obiective strategice .....	5
4. Direcții de acțiune .....	6
5. Perspective .....	10

*bu*

## 1. Preambul

În prezent, industria ospitalității trece printr-o revoluție la fel de profundă precum fenomenul industrializării de la mijlocul secolului al XX-lea. Ceea ce definește această nouă eră a ospitalității, dincolo de calitatea serviciilor, digitalizare, atractivitatea ofertei, sunt creativitatea, estetica și designul inovator, posibilitatea unei experiențe unice și utilizarea celor mai avansate tehnologii.

Marcată puternic de criza sanitară din ultimii 2 ani și de transformările survenite pe fondul noii situații pandemice, industria turismului s-a confruntat cu provocări neașteptate: frontiere închise, flote întregi de aeronave rămase la sol, hoteluri și restaurante cu activitatea suspendată, evenimente de orice natură interzise, restricții de circulație, teama de socializare etc. Ca urmare, multe companii și-au suspendat activitatea temporar sau chiar definitiv, altele au disponibilizat personalul calificat sau au încercat să își reducă costurile prin metode dure. Cele care au rezistat acestei perioade sunt cele care, pe de o parte, au avut puterea financiară să depășească momentul, dar, pe de altă parte, au avut curajul să se adapteze, să ia măsuri ferme, să se reinventeze. În aceste condiții, educația de specialitate a personalului din domeniu a reprezentat unul dintre factorii esențiali care au contribuit la redresarea activității fiecărei companii și a industriei în general.

Pornind de la aceste realități, precum și de la faptul că drumul spre *normalitatea* de dinainte de pandemie este unul de durată, Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional are șansa de a deveni un jucător important pe piața din România și din străinătate printr-o ofertă educațională care să le asigure studenților un echilibru între ingeniozitatea gândirii și a vârstei și constrângerile lumii reale, să îi inițieze în arta de a comunica și de



a oferi servicii de calitate, să îi orienteze în învățarea ABC-ului profitabilității. Toate acestea pot fi susținute prin conținuturi și activități care să îi ajute să își formeze o gândire strategică, să îi învețe să realizeze o planificare riguroasă a afacerilor, să fie capabili să efectueze analize de piață, evaluarea resurselor, managementul operațiunilor.

## 2. Context

Turismul a înregistrat creșteri semnificative în ultimele decenii, devenind unul dintre sectoarele economice cu cea mai rapidă expansiune. În acest context, s-au dezvoltat multe dintre destinațiile populare, dar, în același timp, au apărut o serie de destinații turistice noi în Asia și Orientul Mijlociu, concurându-le pe cele existente deja în Europa și America de Nord. Este cert că, pe lângă impactul globalizării și creșterea nivelului de trai în țările puternic industrializate și în cele cu economii emergente, printre motivele principale care au contribuit la creșterea numărului de turiști internaționali se numără dezvoltarea tehnologiei informației și progresele înregistrate în industria transportului aerian, începând cu utilizarea pe scară largă a motorului cu reacție în aviația civilă în anii '60, continuând cu liberalizarea transportului aerian în anii '80 și implicit cu transformarea piețelor naționale fragmentate într-o piață aeriană competitivă unică. În prezent, mai mult de jumătate din turiștii internaționali sosesc la destinație pe calea aerului, iar proporția acestora este cu mult mai mare în cazul destinațiilor insulare sau fără ieșire la mare.

În contextul creșterii potențialului industriei turismului și redefinirii activităților ca urmare a crizelor de natură socială, sanitară, geopolitică etc., nivelul de pregătire a capitalului uman reprezintă o soluție fundamentală pentru succesul companiilor din domeniul turismului și aviației. În prezent,

*du*

acestea sunt interesate de absolvenți de licență sau masterat care să dețină cunoștințe temeinice pentru a înțelege particularitățile activităților specifice domeniului și să aibă capacitatea de a transpune teoria în practică folosind metode creative și inovatoare.

Conform datelor statistice privind ocuparea forței de muncă în funcție de nivelul de studii (date furnizate de Eurostat), importanța diplomei la începutul carierei este mai mare, analiza dezvăluind că rata șomajului este mai scăzută în rândul tinerilor cu un nivel mai ridicat de educație, comparativ cu alte categorii. De asemenea, și perioada de timp dintre absolvire și angajare este mai scurtă în cazul unei persoane cu studii superioare. Prin urmare, tinerii absolvenți de programe de studii de licență pot câștiga un avantaj competitiv la angajare dacă își completează educația cu studii de masterat.

### **3. Viziune și obiective strategice**

Propunerea de program managerial pentru Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional este fundamentată pe prevederile *Cartei Universității Româno-Americane* și ale Planului Strategic instituțional. În acest context, misiunea Facultății derivă din misiunea Universității, care are ca elemente centrale *educația, învățământul, cercetarea științifică și inovarea*, cultivând valorile științei și culturii universale în general. Mai mult decât atât, îndeplinirea misiunii Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional se va realiza ținând cont de valorile instituționale: *excelență în educație și cercetare, etică și responsabilitate profesională, libertate de exprimare, inovare, spirit de inițiativă, colaborare.*

Astfel, aliniate la obiectivele strategice instituționale, obiectivele strategice ale Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional au în vedere:

O.1. Creșterea recunoașterii naționale și internaționale pentru calitatea activităților educative și de formare profesională;

O.2. Susținerea și consolidarea activităților de cercetare – inovare și diseminare a rezultatelor prin măsuri adaptate nevoilor individuale și colective;

O.3. Redefinirea și întărirea parteneriatului cu studenții, absolvenții, personalul didactic și administrativ și cu alți parteneri și alte componente ale comunității universitare;

O.4. Consolidarea parteneriatului cu reprezentanții mediului economico-social, angajatorii și alte componente ale societății;

O.5. Creșterea gradului de internaționalizare a Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional.

#### **4. Direcții de acțiune**

O.1. Creșterea recunoașterii naționale și internaționale pentru calitatea activităților educative și de formare profesională

Recunoașterea este un instrument puternic în educație, care facilitează mobilitatea dintr-o țară în alta pentru a studia, a cerceta, a preda sau a munci. Prin procesul de recunoaștere, o calificare dintr-un sistem de învățământ este recunoscută într-un alt sistem de învățământ, iar ceea ce primează în acest proces este calitatea activităților derulate la nivelul programelor de studii. Unul dintre beneficiile majore ale recunoașterii este

creșterea atractivității programelor de studii pentru candidații din țară și din străinătate. Chiar dacă recunoașterea este de cele mai multe ori responsabilitatea autorităților competente, Universitatea Româno-Americană a jucat adesea un rol central, prin luarea deciziilor cu privire la admiterea la programele de licență sau masterat, prin oferirea dreptului de a folosi un titlu academic și prin recunoașterea calificărilor în întregime sau a studiilor parțiale.

Pentru îndeplinirea acestui obiectiv, la Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional este necesară promovarea unui învățământ centrat pe student și asigurarea unui mediu adecvat dezvoltării carierei cadrelor didactice prin predictibilitate și măsuri de recompensare a performanței. De asemenea, adaptarea continuă a programelor de studii în corelație cu cerințele pieței, mărirea portofoliului de parteneri academici din țară și din străinătate, identificarea de noi produse educaționale postuniversitare, cursuri de perfecționare, cu durată variabilă, adaptate nevoilor diferitelor categorii de cursanți din domeniul turismului sunt acțiuni menite să contribuie la creșterea calității și rezultatelor în cercetare și în activitatea didactică și implicit la creșterea recunoașterii naționale și internaționale.

O.2. Susținerea și consolidarea activităților de cercetare – inovare și diseminare a rezultatelor prin măsuri adaptate nevoilor individuale și colective

Activitatea de cercetare este un obiectiv prioritar al Universității Româno-Americane, iar la Facultatea de Economia Turismului, Intern și Internațional, acesta va fi susținut prin stimularea implicării cadrelor didactice și studenților în activități de cercetare, formarea unor echipe de lucru pe domenii de competențe, elaborarea unei strategii care să implice partenerii academici, dar și partenerii din mediul de afaceri în activitățile de

eu

cercetare și inovare, atragerea de fonduri din programele de finanțare a cercetării și creșterea vizibilității rezultatelor obținute prin susținerea internaționalizării cercetării.

O.3. Redefinirea și întărirea parteneriatului cu studenții, absolvenții, personalul didactic și administrativ și cu alți parteneri și alte componente ale comunității universitare

De-a lungul timpului, Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional a reprezentat locul unde s-au format mii de specialiști care își desfășoară activitatea profesională în hoteluri de lux, companii aeriene, vase de croazieră, agenții de turism, companii organizatoare de evenimente etc. atât în țară, cât și în străinătate. Legătura acestora cu universitatea a început în momentul în care au pășit pentru prima oară în universul URA, ea s-a intensificat pe durata anilor de studii și s-a transformat într-o experiență integrativă și unică datorită culturii academice promovate, în care profesionalismul, cooperarea, atragerea și încurajarea talentelor, loialitatea, performanța și responsabilitatea au constituit valorile acestei culturi.

Pentru menținerea și aprofundarea acestei culturi este necesară promovarea unui dialog deschis și onest între membrii comunității academice, diversificarea metodelor de predare-învățare adaptate la student și la nevoile acestuia, dezvoltarea și consolidarea relațiilor dintre studenți, absolvenți și angajatori, dinamizarea parteneriatului cu absolvenții ETII prin implicarea lor în proiecte, evenimente, dezvoltare curriculară.

O.4. Consolidarea parteneriatului cu reprezentanții mediului economico-social, angajatorii și alte componente ale societății

Un obiectiv prioritar al Universității Româno-Americane este legat de întărirea relației cu mediul de afaceri. Deși Facultatea de Economia

*bu*



Turismului Intern și Internațional a menținut permanent o legătură cu industria, în ultimii ani, în contextul în care practica a demonstrat că valoarea unui program de studii este dată de numărul de absolvenți angajați în domeniul pe care l-au studiat, colaborarea cu mediul de afaceri a căpătat noi valențe. Acest parteneriat reprezintă o investiție și, în consecință, trebuie conceput pentru a fi de lungă durată. El va avea în vedere nu doar adaptarea procesului educațional la cerințele pieței, ci creșterea competitivității universității, a companiilor, a regiunii. Prin intermediul acestei colaborări, facultatea și implicit universitatea poate deveni un centru vital de competențe cu rol în abordarea provocărilor sociale și stimularea creșterii economice.

Parteneriatul cu mediul de afaceri se referă, printre altele, la următoarele tipuri de activități:

- Participarea reprezentanților companiei ca invitați la activitățile didactice;
- Asigurarea de locuri pentru efectuarea stagiilor de practică a studenților nu numai în România, ci și în străinătate și ulterior a locurilor de muncă pentru absolvenții ETII;
- Organizarea de vizite tematice la companiile partenere;
- Organizarea de evenimente în colaborare;
- Realizarea de studii, cercetări de piață și analize pentru identificarea unor soluții în vederea dezvoltării strategice a partenerilor;
- Promovarea în comun a programelor de studii.

#### 0.5. Creșterea gradului de internaționalizare a Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional

Legat de obiectivele pe termen mediu și lung ale Universității Româno-Americane, acestea oglindesc dorința și eforturile susținute ca procesul de internaționalizare la nivel de facultăți să se transpună în creșterea

*ch*

mobilităților studenților, a cadrelor didactice și a personalului administrativ, în realizarea unor proiecte comune cu universitățile partenere din străinătate, în organizarea de evenimente științifice în colaborare, în diversificarea programelor de studii cu predare în limba engleză. Ca urmare a faptului că internaționalizarea a devenit dintr-un element reactiv, unul strategic proactiv, activitățile și proiectele desfășurate la nivelul Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional trebuie să aibă în prezent ca prioritate pregătirea absolvenților pentru a deveni membrii unei comunități globale interconectate și, în consecință, dezvoltarea de competențe, abilități și aptitudini interculturale, cu caracter internațional. Angrenarea personalului academic în procesul de internaționalizare este o prioritate justificată de faptul că acesta reprezintă liantul dintre conținutul disciplinelor și procesul de învățare al studenților. Cadrele didactice sunt acum direct responsabile de cercetarea care crează cunoștințe, dar și de structura și conținutul planurilor de învățământ care diseminează aceste cunoștințe și contribuie la formarea viitoarelor generații de profesioniști. Internaționalizarea procesului de predare, precum și a celui de învățare capătă în acest context o nouă dimensiune.

## **5. Perspective**

Este deja cunoscut faptul că talentul este piatra de temelie a dezvoltării industriei turismului, în timp ce educația este leagănul formării talentelor.

Mai mult decât atât, industria turismului se află într-o dinamică continuă, reprezentând un punct de convergență pentru multe alte industrii. Din această perspectivă, industria turismului este puternic influențată de contextul existent, astfel încât, pentru asigurarea dezvoltării sale sustenabile, este necesară educația solidă a viitorilor profesioniști din domeniu, având la bază gândirea flexibilă, dezvoltarea strategică, tehnici de comunicare interculturale. Totodată, educația trebuie în permanență



adaptată și aliniată noilor tendințe, ceea ce presupune identificarea și aplicarea unor mecanisme eficiente și inovative, în vederea intensificării colaborării cu mediul de afaceri, consolidării componentei internaționale, precum și creșterii conștientizării în rândul societății.

cu