



**UNIVERSITATEA
ROMÂNNO-AMERICANĂ**

PROGRAM MANAGERIAL

de susținere a candidaturii la funcția de

Decan al Facultății de Management – Marketing

pentru mandatul 2024 – 2029

Lector. Univ. Dr. Laura-Georgeta Bărăgan

Cuprins

1. Cuvânt introductiv.....	3
2. Viziunea pentru Facultatea de Management – Marketing.....	4
3. Coordonate strategice ale programului managerial.....	5
4. Opțiuni strategice.....	5
5. Parteneriate Strategice.....	10
6. Concluzii.....	11



1. Cuvânt introductiv

Dragi colegi,

Vă prezint viziunea mea în ceea ce privește Facultatea de Management-Marketing. Acest program va fi actualizat în permanență pe baza consultărilor cu dumneavoastră. Am convingerea că numai împreună putem construi un viitor mai strălucit pentru facultatea noastră și pentru studenții noștri, indiferent de rolurile îndeplinite.

Pornind de la parcursul meu profesional și de la expertiza mea, precum și de la viziunea, misiunea, valorile și obiectivele Universității Româno-Americane, îmi propun să coordonez activitatea Facultății de Management-Marketing spre un viitor în care *inovarea, colaborarea și excelența* nu sunt doar aspirații, ci fundamentul identității noastre. Ca lector cu o bogată experiență atât în predare, cât și în cercetare științifică, îmi propun să conduc această facultate spre orizonturi noi, asigurând continuitatea și inovarea necesare dezvoltării acesteia. Cu studii în Management și Relații Economice Internaționale, și un doctorat axat pe „*Reengineeringul managerial în context european*”, am dezvoltat o înțelegere profundă a complexităților și dinamicii lumii afacerilor moderne. Acest fapt, coroborat cu anii de dedicare educației și cercetării în management, m-au înzestrat cu perspectivele și abilitățile necesare pentru a deschide noi perspective spre inovare.

Angajamentul meu către actualizarea și diseminarea continuă a cunoștințelor prin conferințe și publicații reflectă credința mea în puterea învățării pe tot parcursul vieții și importanța contribuției continue la comunitățile academice și profesionale. Această credință se extinde la promovarea unui mediu educațional interactiv, unde studenții sunt încurajați să se exprime liber și să se angajeze în cercetare științifică, pregătind terenul pentru contribuțiile lor viitoare în domeniul ales.

Ca și membru în organizațiile prestigioase cum ar fi Royal Economic Society, American Economic Association și Societatea Română de Statistică am rămas ancorată în realitatea științifică economică și managerială internă și internațională. Interesele mele de cercetare în *management, managementul serviciilor, management strategic, managementul aprovizionării și vânzărilor, management comercial, ecotehnologii, strategii manageriale, microeconomie și macroeconomie* sunt mărturia unei cariere angajate în explorarea și abordarea provocărilor complexe ale lumii afacerilor.

Drumul către inovare

În drumul către un viitor luminos al facultății de Management-Marketing, îmi propun să urmez exemplele remarcabile ale unor universități internaționale de prestigiu în domeniul managementului și marketingului. Este esențial să ne inspirăm din succesul instituțiilor lider precum MIT Sloan School of Management, INSEAD, Stanford Graduate School of Business, London Business School, HEC Paris, National University of Singapore Business School, University of California, Berkeley, Haas School of Business și Imperial College Business School. Aceste universități reprezintă standarde de excelență în educație, cercetare inovativă și colaborări strategice cu lumea afacerilor.



În acest sens, intenționez să dezvolt și să extind programele noastre, încurajând și susținând inițiativele studenților și facultății de a lansa start-up-uri și de a participa activ în ecosistemele antreprenoriale și corporative. Sustenabilitatea va fi integrată în curriculumul nostru și în toate inițiativele de cercetare, pregătind astfel absolvenții să devină lideri responsabili, care contribuie la dezvoltarea sustenabilă a societății.

În plus, îmi propun să stabilem parteneriate strategice cu companii de top la nivel global, asemănător cu modelele de succes observate la facultățile de referință menționate. Aceste colaborări vor oferi studenților noștri oportunități unice de învățare, practică prin stagii, proiecte de cercetare aplicată și acces direct la rețelele profesionale, pregătindu-i în mod eficient pentru piața muncii internațională.

Recunoașterea internațională și adoptarea celor mai bune practici de la facultăți de management și marketing de renume vor servi drept piloni centrali în demersul nostru de a inova și de a îmbunătăți continuu oferta educațională și de cercetare de la Facultatea de Management-Marketing. Această orientare strategică ne va permite să ne consolidăm poziția ca lider în domeniul educației de management și marketing și să contribuim la modelarea viitorului afacerilor și al societății.

2. Viziunea pentru Facultatea de Management-Marketing

Încurajarea inovării:

Visez la o facultate unde inovația este nucleul tuturor acțiunilor noastre; de la proiectarea curriculumului care reflectă ultimele tendințe și tehnologii în management și marketing, până la promovarea unei culturi în care studenții și facultatea sunt încurajați să urmărească proiecte de cercetare inovatoare. Inovațiile în metodologiile de predare și învățare vor fi, de asemenea, o prioritate, asigurându-ne că oferta noastră educațională poate să răspundă cerințelor în continuă schimbare ale studenților noștri și ale pieței muncii la nivel mondial.

Continuarea și cultivarea colaborării:

Construirea unor colaborări puternice în interiorul și dincolo de universitate va fi cheia îmbogățirii programelor noastre academice și inițiativelor de cercetare. Acest lucru include parteneriate cu lideri din industrie pentru stagii, proiecte bazate pe practică și prelegeri, precum și colaborări academice internaționale pentru programe de schimb și cercetare comună. Aceste eforturi nu vor îmbunătăți doar experiențele de învățare ale studenților noștri, dar vor asigura, de asemenea, că facultatea noastră poate fi recunoscută ca un jucător important în educația de management și marketing.

Asigurarea excelenței:

Excelența va fi semnul distinctiv al facultății noastre, urmărită prin standarde academice riguroase, cercetare de înaltă calitate și un angajament față de succesul studenților. Vom stabili procese robuste de asigurare a calității pentru a evalua și îmbunătăți în mod regulat programele noastre, metodele de predare și rezultatele cercetării. Celebrarea și recompensarea excelenței în predare, cercetare și serviciu vor fi, de asemenea, esențiale pentru menținerea unui corp profesoral motivat și performant.



3. Coordonate strategice ale programului managerial

Programul managerial al Facultății de Management-Marketing vizează consolidarea cercetării de impact global, intensificarea colaborării cu industria, promovarea învățării continue și dezvoltării profesionale, diversificarea și internaționalizarea corpului didactic și studentesc, integrarea sustenabilității și responsabilității sociale, transformarea digitală, implicarea comunitară, angajarea activă a absolvenților, și asigurarea excelenței și calității academice. Următoarele obiective detaliate subliniază angajamentul de a transforma aceste direcții strategice în realități tangibile:

- **Inovarea curriculumului, excelență în procesul educațional al managementului și marketingului:** Integrarea de noi cursuri interdisciplinare care să abordeze domenii emergente precum transformarea digitală, sustenabilitatea și practicile globale de afaceri, pentru a asigura relevanța continuă și adaptarea la dinamica pieței de muncă și nevoile industriei.
- **Cultivarea culturii de învățare continuă și dezvoltare profesională:** identificarea oportunităților și încurajarea participării la ateliere și oportunități de învățare online în metodologii educaționale emergente.
- **Angajamentul și succesul studenților:** Crearea unui mediu propice și stimulatив pentru studenții noștri, cu ample oportunități pentru învățare practică, implicare în cercetare și dezvoltare personală.
- **Creșterea excelenței în cercetarea științifică și alinierea la cerințele și standardele internaționale:** consolidarea eforturilor de cercetare ale facultății pentru a crește numărul de publicații în jurnale de mare impact și pentru a stabili parteneriate internaționale de cercetare.
- **Integrarea sustenabilității și responsabilității sociale:** Integrarea conceptelor de sustenabilitate și responsabilitate socială în curriculum, subliniind importanța educației pentru dezvoltare durabilă.
- **Consolidarea imaginii facultății:** Consolidarea reputației facultății de Management-Marketing ca lider în domeniu prin promovarea excelenței academice și creșterea satisfacției studenților.

4. Opțiuni strategice

Opțiunile strategice în direcția îndeplinirii obiectivelor strategice vor viza: activitatea didactică și pedagogică, oferta educațională, consolidarea percepției facultății ca pe un mediu de dezvoltare continuă pentru studenți, profesori și absolvenți, creșterea excelenței în cercetarea științifică, consolidarea imaginii facultății.



1. Inovarea curriculumului, excelență în procesul educațional al managementului și marketingului:

➤ 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. Se impune analiza obiectivă a cunoștințelor, competențelor și abilităților dobândite de studenți, în parteneriat cu mediul de afaceri.

➤ Identificarea de cursuri specifice nevoilor organizațiilor românești și, ulterior, proiectarea și implementarea acestora devine un proces bazat pe conectarea dinamică la mediul de afaceri, prin analiza sistematică a societății, a evoluțiilor manageriale specifice și a mediului de marketing.

➤ Stimularea implicării studenților și recompensarea performanțelor studenților prin burse și premii;

➤ Dezvoltarea activităților de tutoriat, sprijinirea integrării studenților în cadrul comunității academice și reducerea abandonului școlar;

➤ Încurajarea și sprijinirea cadrelor didactice în aplicarea sistemului de evaluare a acestora capabil să impulsioneze modernizarea strategiilor de cercetare-predare și să stimuleze preocuparea în sensul formării și pregătirii continue, prin susținerea activităților de creare și publicare a suporturilor de curs;

➤ Participarea cadrelor didactice și a studenților la programe educaționale dezvoltate la nivelul Uniunii Europene.

➤ Conectarea dinamică cu mediul de afaceri, în direcția oferirii de noi oportunități studenților, pentru înțelegerea și fructificarea cunoștințelor acumulate în cadrul orelor de studiu, precum și asigurarea unei mai ușoare integrări pe piața muncii.

➤ Încurajarea și susținerea cadrelor didactice și a studenților de a se implica activ în activitatea centrelor de cercetare de management și marketing, deja existente la nivelul facultății noastre.

1.2. Oferta educațională

➤ Programul managerial pune accent pe necesitatea dezvoltării și diversificării programelor de studii la nivel de licență și masterat și pe rolul Facultății de Management-Marketing în constituirea și dezvoltarea unei școli doctorale.

➤ Identificarea necesității și oportunității existenței unor noi programe de studii în vederea completării ofertei educaționale a facultății. Evoluțiile recente înregistrate pe piața muncii susțin necesitatea elaborării unor programe de studii interdisciplinare cu predare în limba engleză, în parteneriat cu mediul de afaceri.



- Sprijinirea derulării cursurilor de formare în parteneriat cu mediul de afaceri și cu instituții acreditate.
- Nivelul de internaționalizare al universității, dar și mobilitatea mare a studenților 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.
- Dezvoltarea de parteneriate cu universități de profil din Europa, Statele Unite etc.
- Stimularea implicării studenților și recompensarea performanțelor studenților prin burse și premii;
- Dezvoltarea activităților de tutoriat, sprijinirea integrării studenților în cadrul comunității academice și reducere a abandonului școlar;
- Identificarea de noi discipline pentru a fi incluse în planul de învățământ în parteneriat cu mediul de afaceri.
- Propunerea de programe noi de masterat și/sau actualizarea celor existente în parteneriat cu angajatori relevanți, cu asociații naționale sau internaționale în domeniu.

2. Cultivarea culturii de învățare continuă și dezvoltare profesională

Resursa umană este esențială oricărui demers strategic, prin urmare acordarea unei atenții sporite acesteia reprezintă calea de succes. În cazul nostru ea este reprezentată deopotrivă de cadrele didactice și studenți.

- Circuitul informațional de comunicare existent: Decan – Consiliul Facultății – Departament – comunitatea cadrelor didactice din facultate trebuie să asigure circulația informației clare și concise, necontradictorii, aceasta fiind stâlpul succesului exercitării funcției de coordonare atât de necesară unui demers managerial de succes;
- Urmărirea menținerii unui cadru de transparență, colegialitate și respect în cadrul Facultății de Management-Marketing;
- Implicarea activă a Directorului de Departament în recrutarea, promovarea, motivarea, formarea și pregătirea continuă a cadrelor didactice.
- Optimizarea piramidei profesionale prin armonizarea numărului și categoriilor de personal cu numărul de studenți, cu cererile de pe piața muncii, cu sursele de finanțare, cu dinamica politicilor educaționale, cu direcțiile de dezvoltare a specializărilor etc.



➤ Sprijinirea cadrelor didactice în vederea realizării criteriilor minimale de abilitare, precum și continuarea recompensării obținerii acestui titlu.

3. Angajamentul și succesul studenților:

➤ Crearea unui mediu propice și stimulatив pentru studenții noștri, cu ample oportunități pentru învățare practică, implicare în cercetare și dezvoltare personală.

➤ Dezvoltarea serviciilor de consiliere oferite studenților prin intermediul mentorilor și a tutorilor de an/grupă, în vederea rezolvării unor probleme concrete.

➤ Premiarea anuală a șefilor de promoție ai programelor de licență și masterat, din facultate.

➤ Îmbunătățirea continuă a procesului de comunicare cu studenții prin intermediul tutorilor de an/grupă, secretariatului, site-ului Universității etc.

➤ Facilitarea accesului la informație a studenților atât în ceea ce privește transmiterea cunoștințelor în procesul de învățământ (prin folosirea celor mai moderne metode de predare) cât și în ceea ce privește posibilitatea aplicării pentru mobilități internaționale.

➤ Facilitarea accesului studenților la cursuri extra-curriculare, susținute de profesori străini și reprezentanți ai mediului de afaceri și social;

➤ Pregătirea susținută și stimularea procesului de învățare, printr-o structurare adecvată a formațiunilor de studiu, în vederea încurajării înclinațiilor spre performanță în educație și cercetare.

➤ Facilitarea dialogului studenților cu reprezentanții mediului de afaceri/angajatorilor în vederea unei mai bune ancorări în realitatea economică.

➤ Crearea condițiilor propice consilierii studenților, în special pentru orientarea în carieră prin identificarea abilităților individuale ale studenților, care să permită alegerea unui anumit domeniu: management sau marketing. Constituirea unui cadru organizat de mediatizare a ofertei de locuri de munca pentru absolvenți.

➤ Sondarea periodică a opiniei studenților privind procesul didactic (pregătirea cadrelor didactice, conduita, disponibilitatea acestora, comunicarea etc.).

➤ Organizarea de întâlniri periodice între conducerea Facultății și reprezentanții studenților, pentru îmbunătățirea comunicării și a desfășurării optime a procesului de învățământ.

➤ Sprijinirea participării studenților la diferite competiții, cu specific de management și marketing, la nivel național și internațional.

➤ Organizarea unor cercuri de management și marketing, cu caracter permanent, în vederea îmbunătățirii cunoștințelor, sub îndrumarea unor cadre didactice de specialitate.

4. Creșterea excelenței în cercetarea științifică

➤ Activități de facilitare a parteneriatelor cu mediul de afaceri, bazate pe comunicare și colaborare, care să asigure o dezvoltare durabilă a cercetării aplicate. Încheierea de contracte de cercetare la comandă pentru acoperirea nevoilor organizaționale de cunoaștere și adaptare la o piață în continuă evoluție.

➤ O atență monitorizare a cererilor de proiecte din partea diverselor instituții naționale, europene și internaționale și sprijinirea echipelor în procesul de redactare a acestor propuneri;

➤ Stimularea colegilor în vederea realizării de articole în reviste Clarivate sau Scopus;

➤ Implicarea studenților și masteranzilor în activitățile de cercetare;

➤ Promovarea sesiunii științifice a studenților și încurajarea participării acestora prin alegerea, de către cadrele didactice coordonatoare, a celor mai bune articole și promovarea lor în revistele universității;

➤ 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.

➤ Dezvoltarea de parteneriate cu diferite organizații de învățământ și cultură naționale și internaționale în scopul îmbunătățirii curriculumului și dezvoltării unor proiecte de cercetare multidisciplinare adaptate realității economico-sociale românești și internaționale.

➤ Colaborarea cu autorități, agenții guvernamentale etc, cu scopul dezvoltării și perfecționării cadrului legislativ în cele două domenii de interes, favorizând dezvoltarea unei societăți tot mai dinamice.

➤ Sprijinirea Departamentului de Management-Marketing în vederea identificării surselor de finanțare disponibile naționale și europene. Ne propunem să asigurăm tot suportul tehnic și logistic necesar accesării fondurilor alocate pentru cercetare în domeniile vizate.

➤ Dezvoltarea activității de cercetare aplicată, ca urmare a relațiilor dezvoltate cu mediul de afaceri/contracte la comandă.

➤ Dezvoltarea și testarea unor noi teorii specifice diferitelor piețe internaționale și adaptarea acestora conform specificului pieței românești.

➤ Susținerea și dezvoltarea centrelor de cercetare existente la nivelul Facultății de Management-Marketing în vederea acreditării.

5. Integrarea sustenabilității și responsabilității sociale:

➤ Integrarea conceptelor de sustenabilitate și responsabilitate socială în curriculum, subliniind importanța educației pentru dezvoltare durabilă.



6. Consolidarea imaginii facultății

Activitatea de consolidare a imaginii facultății de Management-Marketing, are ca obiectiv creșterea vizibilității și notorietății acesteia și se constituie parte integrantă a politicii de promovare a Universității, Facultatea de Management-Marketing sprijinind toate aceste acțiuni, precum:

- a. Organizarea de workshopuri anuale și semestriale de management și marketing;
- b. Participarea liceenilor la seminare de management și marketing;
- c. Organizarea Zilei Porților Deschise prin care se permite accesul liceenilor în spațiile Facultății;
- d. Participarea la evenimente prin care se mediatizează oferta educațională și oportunitățile în carieră oferite de Facultatea noastră (Târgul educației – RIUF – Romanian International University Fair);
- e. Organizarea de mese rotunde ce au drept scop abordarea problematicii integrării în piața muncii a viitorilor absolvenți în cadrul discuțiilor purtate cu personalitățile marcante ale mediului de afaceri invitate;
- f. Mediatizarea evenimentelor din Facultate prin postarea acestora pe site-ul Universității, actualizarea periodică a acestuia.

5. Parteneriate strategice

Continuare și extindere parteneriat cu University of York și CITY College

Un aspect deloc neglijat al acestui program managerial este **internaționalizarea și angajamentul extern**: extinderea amprentei noastre internaționale prin parteneriate strategice, programe de schimb și participarea activă în rețele academice globale. Prin urmare, demne de menționat sunt inițiativele strategice pentru a extinde și aprofunda parteneriatul cu University of York și CITY College. Propunerile pentru continuarea și extinderea colaborării includ:

1. **Programe de schimb de experiență internațională:** Creșterea mobilității academice prin programe extinse de schimb pentru studenți și cadre didactice, consolidând astfel legăturile interculturale și academice.
2. **Proiecte comune de cercetare:** Stabilirea unor colaborări de cercetare între universități pentru a combina expertiza și resursele, deschizând calea spre inovație și creșterea profilului internațional al instituțiilor.
3. **Programe de mentorat și internship:** Dezvoltarea de programe de mentorat și internship-uri cu companii de renume internațional, integrând experiența practică în curriculum și facilitând conexiunile profesionale ale studenților.

4. **Platforme de învățare digitală:** Implementarea tehnologiilor educaționale avansate pentru a facilita accesul la resurse didactice și colaborarea virtuală între studenți și cadre didactice de la universitățile partenere.
5. **Conferințe și workshopuri comune:** Organizarea de evenimente academice internaționale care să permită schimbul de cunoștințe și rețele de contacte între studenți și profesori din diverse domenii.
6. **Inițiative de antreprenoriat și inovație:** Crearea de incubatoare de afaceri și acceleratoare de start-up-uri, valorificând expertiza combinată a universităților partenere pentru a stimula inițiativa antreprenorială.
7. **Programe de dezvoltare profesională continuă:** Oferirea de ateliere și cursuri certificate accesibile nu doar studenților, ci și profesioniștilor din industrie, sporind astfel impactul universității în comunitatea profesională.

6. Concluzii

Prin acest program managerial, Facultatea de Management-Marketing din cadrul Universității Româno-Americane va fi pregătită să navigheze prin peisajul dinamic al educației superioare și să răspundă eficient provocărilor pieței globale de muncă. Îmi doresc ca, împreună cu colegii mei, să dezvoltăm această viziune și să ne dedicăm transformării facultății într-un centru de excelență în management și marketing. Acest angajament către inovare, colaborare interdisciplinară și sustenabilitate ne-ar putea poziționa atât la nivel național, cât și internațional, ca lideri în domeniu.

Măsurile strategice, de la îmbunătățirea curriculumului la extinderea parteneriatelor globale, sunt concepute pentru a oferi studenților și facultății noastre resursele și oportunitățile necesare pentru a excela în domeniile de interes. Îmi propun să colaborez îndeaproape cu colegii mei pentru a cultiva nu doar competențe academice, ci și abilități practice esențiale, pregătind absolvenții pentru succes în diverse medii profesionale.

Prin asumarea rolului de decan, sunt dedicată să conduc această transformare și să asigur că fiecare membru al comunității noastre academice poate contribui și beneficia de pe urma succesului nostru colectiv. Cu o abordare strategică clară și angajamentul continuu pentru excelență, sunt încrezătoare că următorii ani vor aduce creșteri și inovații care vor consolida poziția Facultății de Management-Marketing ca lider în educația de afaceri.

Împreună, vom scrie următorul capitol în istoria facultății noastre, modelând viitorul afacerilor și educației. Aștept cu nerăbdare să colaborem, să inovăm și să creștem împreună, asigurându-ne că Universitatea Româno-Americană rămâne un simbol al excelenței în educația globală.

