



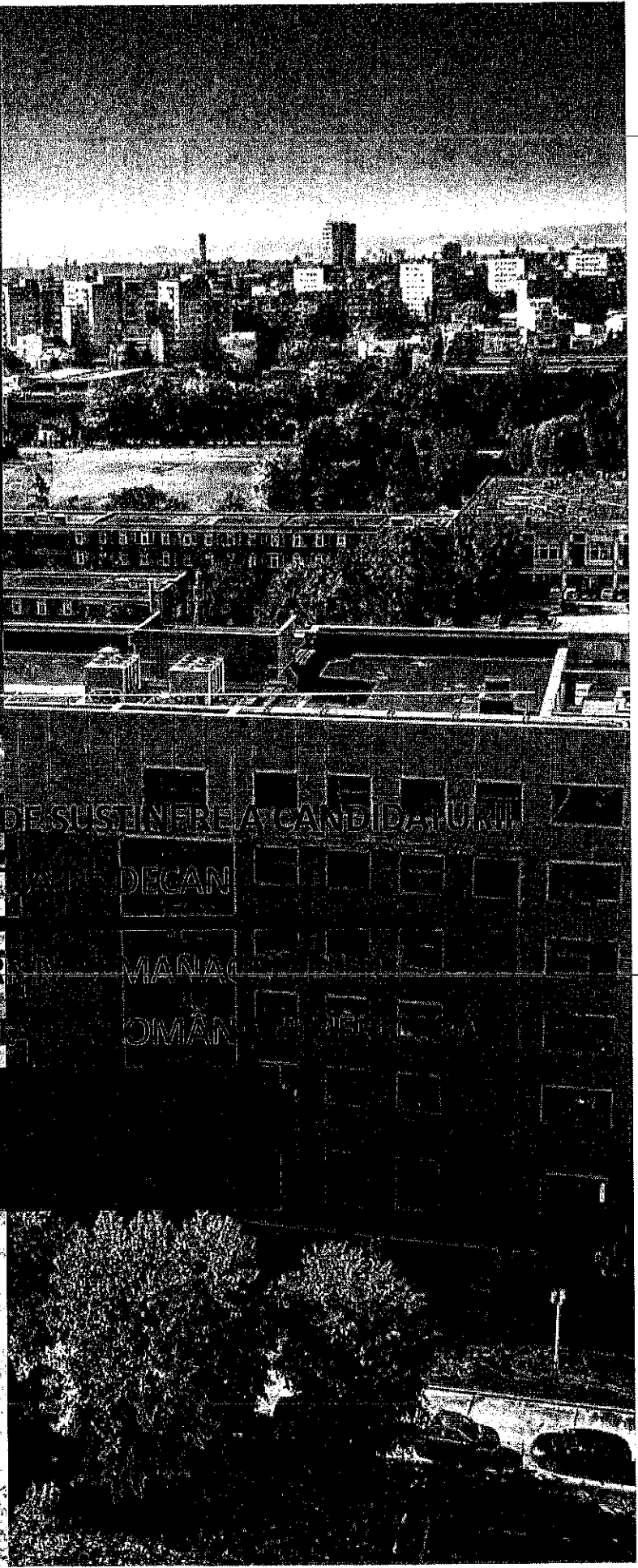
UNIVERSITATEA ROMANA DE MANAGEMENT

PROGRAM MANAGERIAL DE SUSTINERE A CANDIDATURII

LA FUNCTIA DE DECAN

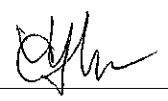
IN CATEDRA DE TURISM SI MANAGERIAL

LA UNIVERSITATEA ROMANA DE MANAGEMENT



CONTINUT

1. PREFAȚA	2
2. CONȚINUT	4
3. MIȘCĂRI ȘI OBIECTIVE STRATEGICE	7
4. DISPOZIȚII DE ACȚIUNE	8
5. PERSPECTIVE	16



PREAMBUL

În prezent, industria turismului se confruntă cu provocări pe termen lung, legate de transformarea ecologică și digitală, de creșterea competitivității, a sustenabilității și a rezilienței. Așa cum reiese din studiile de specialitate, tendințele în turism sunt conectate direct la obiective precum creșterea conștientizării protejării mediului înconjurător, utilizarea extinsă a serviciilor digitale și a noilor tehnologii, crearea de experiențe de călătorie personalizate, intensificarea interacțiunii cu comunitățile și cultura locale, precum și crearea și respectarea unui sistem de protocoale de siguranță și sănătate.

Cu un impact covârșitor asupra creșterii economice, ocupării forței de muncă, dezvoltării sociale și protejării mediului înconjurător, la nivel global, turismul influențează în mod semnificativ viața tuturor, fie că vorbim de turiști, rezidenți ai destinației turistice sau de angajați în turism. În acest sens, politica Uniunii Europene își propune să mențină poziția Europei ca destinație turistică preferată la nivel mondial, în paralel cu maximizarea contribuției acesteia la creșterea și ocuparea forței de muncă și promovarea cooperării între țările UE, în special prin schimbul de bune practici și parteneriate intersectoriale.

În aceste condiții, educația de specialitate a personalului din domeniu reprezintă unul dintre factorii esențiali care contribuie la succesul activității fiecărei companii și a industriei în general.

Pornind de la aceste realități, precum și de la faptul că drumul spre performanță este unul de durată, Facultatea de Turism și Managementul Ospitalității 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.

1. 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.

În ciuda creșterii competiției în turismul mondial în ansamblu, Europa rămâne destinația numărul unu, deoarece are cea mai mare densitate și diversitate de atracții turistice. Ca să își mențină însă această poziție, tendințele generale și necesitățile de competențe în acest sector sunt foarte importante.

Legat de tendințele sau schimbările majore în societate, noile forme sau teme ale turismului au, de asemenea, o mare influență asupra dezvoltării acestui sector:

(a) Turism și sustenabilitate:

- o schimbare seismică în conștientizarea populației cu privire la impactul turismului de masă asupra mediului înconjurător;
- o nouă conștientizare socială - interesul pentru experiențe și destinații autentice;
- noul turist (care preferă un restaurant local, folosește ghizi locali, caută povestea reală din spatele destinației);
- mai mulți călători care își organizează singuri vacanțele (mai exigenți și în același timp asumându-și responsabilitatea).

(b) Turism și accesibilitate: aproape 40 de milioane de persoane din Europa sunt persoane cu dizabilități, iar din punct de vedere turistic, acești consumatori nu trebuie neglijăți;

(c) Turism și patrimoniu rural și cultural: există o piață clară și în creștere pentru destinații turistice non-tradiționale;

(d) Turism și pace: turismul este asociat cu toleranța, schimbul cultural, învățarea să ne cunoaștem unii pe alții, crearea de bunăstare și prietenie;

(e) Turism și sport: acest aspect merge dincolo de Jocurile Olimpice, deoarece este un segment în rapidă creștere pentru turismul individual și de grup;

(f) Turism și sănătate:

- un stil de viață sănătos și promovarea unei diete sănătoase printre clienți va deveni o prioritate pentru agențiile de travel;
- agențiile de travel vor colabora mai strâns cu profesioniștii din domeniul medical;
- călătorii vor fi mai bine informați despre riscurile pentru sănătate în timpul vacanțelor.

(g) Turism și tehnologie:

- banda largă va revoluționa cultura comunicării și va stimula comerțul electronic; va afecta direct modul în care ne petrecem vacanțele;
- telefoanele mobile vor fi organizatorii noștri personali de vacanță;
- agenții de inteligență artificială în calculatoarele noastre vor acționa ca operatori turistici personali de vacanță;
- vacanțele virtuale devin realitate.

Pe lângă cele de mai sus, turismul este caracterizat ca fiind un sector intensiv în generarea de locuri de muncă, cu elementul uman fiind componenta pivotală a activității. În această "ecuație", elementul comun este reprezentat de factorul uman, care, în funcție de rolul din cadrul activității, se bucură de satisfacție, fie că furnizează, fie că primește un serviciu de calitate. În plus, turismul prezintă și o serie de caracteristici care îl clasifică drept una dintre cele mai incluzive activități socio-economice în ceea ce privește genul, educația și vârsta angajaților.

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, 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.

2. VIZIUNE ȘI OBIECTIVE STRATEGICE

Propunerea de program managerial pentru Facultatea de Turism și Managementul Ospitalității 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 Turism și Managementul Ospitalității 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, aliniată la obiectivele strategice instituționale, obiectivele strategice ale Facultății de Turism și Managementul Ospitalității 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. Dezvoltarea valorii 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 Turism și Managementul Ospitalității.

3. 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 talentelor dintr-o țară în alta pentru a studia, cerceta, preda sau munci. Pe măsură ce posibilitățile de învățare devin tot mai internaționale, recunoașterea calificărilor și a creditelor obținute în străinătate reprezintă un aspect-cheie pentru țări și instituțiile de învățământ superior. Mobilitatea internațională a studenților și, ca urmare, recunoașterea studiilor lor într-o țară de către o instituție din altă țară a fost o preocupare constantă în învățământul superior pe tot parcursul secolului 21. Această preocupare a crescut odată cu instituționalizarea pe scară largă a mobilității internaționale prin programe precum Erasmus+.

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. Printre beneficiile majore ale recunoașterii se numără: creșterea atractivității programelor de studii pentru candidații din țară și din străinătate, recunoașterea calității actului academic, creșterea oportunităților de recrutare, competitivitate sporită pe o piață globală a locurilor de muncă foarte concurențială. În plus, concentrarea atenției asupra recunoașterii academice este atât necesară, cât și pertinentă, având în vedere repercusiunile economice și personale care depășesc domeniul academic, în special în această eră a globalizării. Transferul de talente și îmbunătățirea condițiilor de viață a miilor de oameni, ce rezultă din oportunitatea de a fi educați la nivel global și, mai presus de toate, de a-și exercita profesia pe baza educației recunoscute internațional, subliniază importanța recunoașterii ca factor de creștere economică, stabilitate socială și echitate educațională.

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 Turism și Managementul Ospitalității 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 internaționale, 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, încurajarea mobilităților de studii și practică pentru studenți și de predare sau formare pentru cadrele didactice 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 Turism și Managementul Ospitalității, acesta este susținut prin colaborările inițiate în acest scop. Colaborările permit cadrelor didactice și studenților implicați în cercetare să abordeze împreună probleme complexe și să obțină acces la resurse precum finanțare, echipamente sau expertiza altor persoane.

Procesul de cercetare 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 cercetare și inovare, atragerea de fonduri din programele de finanțare a cercetării și creșterea vizibilității rezultatelor obținute prin susținerea internaționalizării cercetării. În plus, înființarea Centrului de Cercetare și Inovare în Turism CiDiTo sub egida Facultății de Turism și Managementul Ospitalității, în martie 2023, a presupus lansarea unor inițiative care vor fi puse în practică în următoarea perioadă și vizează stimularea spiritului creativ și a inovării, dezvoltarea culturii antreprenoriale în special în rândul studenților, încurajarea participării studenților la activități de cercetare și cu caracter aplicativ, stimularea activităților interdisciplinare, diversificarea formelor de organizare a activităților didactice, prin apropierea de practică, pe baza simulărilor de afaceri, oferirea de sprijin pentru cercetările studentești, atragerea de fonduri pentru înființarea unui Incubator de afaceri în ESG și Turism.

O.3. Dezvoltarea valorii 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 Turism și Managementul Ospitalității 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 și TMO prin implicarea lor în proiecte, evenimente, dezvoltare curriculară.

În perioada următoare este planificat un eveniment de lansare a unui spațiu dedicat exclusiv absolvenților de succes ai facultății noastre, eveniment la care vor fi invitați atât absolvenții, cât și studenții, care vor avea posibilitatea să interacționeze, să facă schimb de bune practici și să inspire. De asemenea, calendarul activităților extracurriculare al facultății prevede întâlniri regulate cu studenții (în special prin mentori), cu familiile acestora, cu absolvenții, evenimente cu partenerii.

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 Turism și Managementul Ospitalității 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 pot deveni un centru vital de competențe cu rol în abordarea provocărilor sociale și stimularea creșterii economice.

Parteneriatul cu mediul de afaceri se va reflecta, în perioada ce urmează, la următoarele tipuri de activități:

- Participarea reprezentanților companiilor 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 TMO;
- 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;
- Oferirea de burse de studii de către mediul de afaceri studenților TMO.

O.5. Creșterea gradului de internaționalizare a Facultății de Turism și Managementul Ospitalității

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 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 Turism și Managementul Ospitalității 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.

Internaționalizarea Facultății de Turism și Managementul Ospitalității se va reflecta în următoarele activități:

- Mobilități de formare și predare pentru cadrele didactice, la instituțiile partenere din UE și din afara UE;
- Mobilități de studii și plasamente pentru studenți;
- Participarea studenților la BIP-uri (Blended Intensive Programme – programe de scurtă durată) organizate de instituții partenere, cu finanțare Erasmus+;

-
- Organizarea de școli de vară, respectiv de iarnă, cu participarea studenților și cadrelor didactice de la instituțiile partenere din străinătate;
 - Invitații ale partenerilor din mediul de business din străinătate pentru workshop-uri, activități cu studenții și cadrele didactice, participarea la conferința MLBCW;
 - Implicarea studenților internaționali în activitățile didactice, extracurriculare și de promovare ale URA și TMO.

4. 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.