



UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ

PROGRAM MANAGERIAL

PRIVIND EVOLUȚIA FACULTĂȚII DE ECONOMIA
TURISMULUI INTERN ȘI INTERNAȚIONAL ÎN
PERIOADA 2020-2024

CANDIDAT LA FUNCȚIA DE DECAN

FACULTATEA DE ECONOMIA TURISMULUI INTERN ȘI INTERNAȚIONAL

UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ

PROF. UNIV. DR. MIHĂLCESCU OCTAVIAN CEZAR

1. PREAMBUL

Universitatea Româno-Americană a devenit, în cei 29 ani de la înființare, una dintre instituțiile de învățământ superior de prestigiu. Corpul profesoral și calitatea procesului de învățământ au făcut din Universitatea Româno-Americană un reper important al vieții universitare de la noi. Calitatea de a fi cea mai bună universitate particulară este o mândrie și o îndatorire în același timp. Faptul este confirmat de numeroși tineri care ne reprezintă pe piața muncii, atât din țară cât și din străinătate. Mediul de afaceri apreciază buna pregătire a absolvenților, iar tinerii aleg an de an să studieze la Universitatea Româno Americană.

Prestigiul universității din care facem parte ne determină să obținem performanțe academice relevante și contribuie la modernizarea continuă a ofertei educaționale prin realizarea unei compatibilități cu exigențele spațiului național și european.

Acest lucru este o cinste, dar și o obligație de a ne autoperfecționa continuu. Este o mândrie pentru mine să spun că "Sunt profesor la Univesitatea Româno-Americană", dar și o obligație continuă de a îmi desăvârși cunoștințele pentru a face față contextului național și internațional în care ne desfășurăm activitatea.

Prezentul Program managerial este propus pentru Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional din cadrul Universității Româno-Americane ca plan strategic de implementat în perioada 2020-2024 aferentă urmatorului mandat de decan. Strategia prezentată se subordonează programului managerial al domnului profesor universitar doctor Costel Negricea - rectorul Universității Româno-Americane, respectând și recunoscând ca fiind posibil de realizat obiectivele de performanță ale Universității Româno-Americane.

Îmi manifest convingerea că voi reuși să contribui la progresul și succesul acțiunilor pe care le vom desfășura împreună în cadrul facultății.



Astfel, managementul universitar a devenit tot mai complex, presupunând reconcilierea structurilor legale și organizaționale existente, cu noile exigențe ale cererii privind educația academică superioară, pentru ca provocările actuale să-și găsească soluție dinamică.

Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional își asumă dificila sarcină de formator al managerului din turism. Succesul formării de specialiști constă în educarea nevoii de dialog și dezbateri raționale, în cristalizarea capacității de a înțelege și rezolva probleme concrete din economie, de a interpreta un context de fenomene în reperiile teoriilor științifice performante ale vremii.

În contextul în care învățământul și cercetarea tind să devină pârgurile de dinamizare a economiei și societății, este necesară conceperea unui sistem instituțional care să unească învățământul – cercetarea – întreprinderea – piața într-un ansamblu coerent și funcțional.

Ca atuuiri ale facultății menționez acreditarea de către ARACIS atât a programului de studii de licență cât și a programelor de masterat, un corp profesoral cu bune rezultate profesionale, gestionarea unui domeniu - cel al turismului, ce tinde să devină prioritar, promovarea valorilor care au caracterizat această facultate de la înființare până în prezent: profesionalism, implicare, cultură, internaționalitate.

Facultatea este renumită și s-a impus pe piață pentru că asigură pregătirea forței de muncă înalt calificată, care își găsește locul în domeniul economic în general și în domeniul turismului, în special.

Consider că lucrurile bune de până acum trebuie continuate, cu accent pe îmbunătățirea procesului didactic, pe creșterea importanței cercetării aplicative și fundamentale, pe o nouă echilibrare între *on-line* și *off-line* în perspectiva ultimelor evenimente și, poate în primul rând, pe întărirea unității și spiritului de echipă ale celor ce alcătuiesc comunitatea academică a facultății.





3. MOTIVAȚIA CANDIDATURII

Are la bază următoarele:

3.1. Experiența profesională și didactică

- Cadru didactic titular în cadrul Universității Româno-Americane din anul 1996
- Doctor în Economie din anul 2001
- Profesor universitar din anul 2008, după parcurgerea tuturor treptelor carierei didactice: preparator, asistent, lector, conferențiar, numai în cadrul Universității Româno-Americane
- 11 cărți publicate, peste 70 de studii, comunicări și articole științifice publicate
- Experiență de lucru în băncile de prim rang din România: BRD - Groupe Société Générale, Banca Comercială Română
- Membru al diverselor asociații și organizații profesionale

3.2. Experiența managerială

- Membru în senatul Universității Româno-Americane, din decembrie 2006
- Membru al Consiliului Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional, 2004 - prezent
- Director al Departamentului Managementul Serviciilor Turistice, 2011-2014
- Prodecan al Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional, în perioada dec. 2006 - sept. 2011
- Șef Catedră Managementul Serviciilor Turistice, mar. 2005 - nov. 2006.

În plus... în familia din care fac parte există o tradiție în educarea tinerilor care continuă de mai bine de 100 de ani, bunicii dedicându-și viața educării copiilor ca învățători, mama, în calitate de medic primar, a predat la Școala Postliceală Sanitară, iar unchiul Irineu Mihălcescu a fost, nu numai Mitropolit al Moldovei, dar și creatorul școlii românești de teologie (după manualele sale învață și astăzi studenții Facultății de Teologie).



4. VIZIUNE ȘI OBIECTIVE STRATEGICE

Viziunea mea are în vedere creșterea importanței și notorietății Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional, atât la nivel național cât și internațional. De asemenea, facultatea și performanțele sale trebuie să reprezinte un subiect de mândrie pentru universitatea din care face parte și un model pentru mediul academic.

Valorile pe care mă bazez în îndeplinirea misiunii Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional sunt:

- calitate și prestigiu profesional,
- responsabilitate,
- excelență și performanță,
- dinamică, creativitate și transparență în luarea deciziilor profesionale și științifice în cadrul Consiliului Facultății.

Aceste valori pot face diferența și contribuie la realizarea unei culturi organizaționale puternice, care să asigure stabilitatea și respectul **pentru toate cadrele didactice**, dar, în egală măsură, să dezvolte **o elită universitară**, care să conducă la creșterea competitivității noastre pe plan intern și internațional.

Principalele axe definitorii ale obiectivelor strategice se vor canaliza pe:

- 1) Continua perfecționare a calității actului didactic;
- 2) Creșterea notorietății și îmbunătățirea imaginii facultății;
- 3) Actualizarea și îmbunătățirea ariei curriculare în scopul adaptării permanente la schimbările impuse de contextul prezent și de cerințele mediului de afaceri, la rândul său în schimbare;
- 4) Evaluarea modalităților de livrare a actului didactic (*on-line* versus *off-line*);
- 5) Reevaluarea ponderii ocupare de activitățile practice în educație, pentru a contracara mentalitatea de irelevanță a studiilor, această părere nefondată ce persistă în rândul populației având la bază importanța mare acordată studiilor teoretice;
- 6) Accentuarea caracterului interdisciplinar și al transversalității pregătirii studenților pentru a le permite acestora să se adapteze mai rapid schimbărilor,



- oferindu-le, astfel, șanse mai mari de reușită într-un context dificil și o competiție accentuată pe piața forței de muncă;
- 7) Încurajarea unei mai mari flexibilități în pregătire;
 - 8) Încurajarea educației și formării continue;
 - 9) Recunoașterea, valorizarea și dezvoltarea capitalului uman;
 - 10) Impulsionarea activității de cercetare la nivelul facultății;
 - 11) Mediatizarea programelor de studii organizate de facultate (în mediul preuniversitar) și informarea cât mai adecvată cu privire la oferta educațională și particularitățile acesteia, la competențele furnizate absolvenților Facultății de Economia Turismului Intern și Internațional;
 - 12) Dezvoltarea unor programe de studii în alte limbi de circulație pe lângă cele în limba engleză aproape de a fi implementate;
 - 13) Perfecționarea și pregătirea cadrelor didactice printr-o documentare didactică și științifică continuă;
 - 14) Stimularea promovării pe posturi didactice superioare a tuturor membrilor Facultății care au îndeplinit condițiile impuse de reglementările în vigoare;
 - 15) Încurajarea și susținerea publicării de cărți și cursuri universitare, studii și articole de specialitate, publicate în reviste de specialitate cu scor relativ de influență, cotate ISI, BDI;
 - 16) Consolidarea legăturilor în procesul de educație și formare continuă cu universități și specializări, cu profil similar și interdisciplinar, din țară și din străinătate, prin acorduri noi de colaborare;
 - 17) Asigurarea unui climat de cooperare și colaborare între membrii Facultății prin promovarea managementului participativ și asigurarea transparenței acțiunilor și deciziilor;
 - 18) Asigurarea unui sistem de evaluare obiectiv și transparent;
 - 19) Crearea unei atmosfere de lucru plăcute și stimulative;
 - 20) Dezvoltarea cooperării internaționale în plan didactic și științific.

ch



5. ACTIVITĂȚI

5.1. Activitatea profesională și didactică

Îmbunătățirea componentei de învățământ reprezintă un proces dinamic, permanent, care poate fi realizat prin:

- importanța pe care trebuie să o acordăm învățământului centrat pe student și, mai precis, pe formarea competențelor;
- introducerea în planul de învățământ a unor noi discipline, în concordanță cu cerințele mediului economico-social;
- actualizarea programelor analitice la exigențele actuale prin organizarea periodică de mese rotunde la care să fie invitați reprezentanți ai mediului de afaceri;
- consolidarea rolului practicii în cadrul programelor de studii, practică care să contribuie la rafinarea competențelor, prin încheierea de noi parteneriate cu instituții de specialitate ca și prin consolidarea parteneriatelor deja încheiate;
- abordarea unei noi viziuni asupra cursurilor și seminariilor, în cadrul cărora studiile de caz și lucrările aplicative să dezvolte competențele necesare absolvenților integrării rapide pe piața muncii;
- valorificarea experienței prin organizarea de dezbateri asupra tehnicilor și metodelor de predare;
- perfecționarea metodelor de evaluare a studenților, prin asimilarea experienței universităților de prestigiu;
- continuarea implementării strategiei pentru asigurarea calității în învățământul superior economic, în concordanță cu standardele naționale, europene și internaționale;
- analiza periodică a rezultatelor activităților desfășurate în cadrul programelor de licență și masterat;

5.2. Activitatea de cercetare științifică

Creșterea performanțelor științifice ale facultății este esențială pentru asigurarea viabilității sale pe termen lung. În plus, proiectele de cercetare pot constitui o sursă importantă de cunoaștere și de venit. În consecință, sunt importante următoarele activități:



- încurajarea atragerii partenerilor din mediul de afaceri în vederea derulării de proiecte de cercetare ale căror rezultate să fie folosite în cadrul activității acestora
- canalizarea eforturilor în scopul câștigării de proiecte de cercetare cu finanțare națională și europeană;
- sprijinirea manifestărilor științifice care se vor desfășura în facultate, precum și participarea cadrelor didactice la lucrări ale unor conferințe naționale și internaționale
- dezvoltarea cooperării științifice cu mediul privat și cu organizațiile interne și internaționale, prin încheierea de parteneriate în acest scop;
- dezvoltarea cercetării multidisciplinare, formarea de echipe mixte de cercetare, cu membri din mai multe departamente
- organizarea de seminarii și alte acțiuni care să faciliteze schimbul de idei;
- publicarea de cărți de specialitate în edituri de prestigiu internațional, din țară și din străinătate, publicarea de articole în reviste cotate ISI și în reviste indexate în baze de date internaționale;
- continuarea implicării în sprijinirea activității de organizare a sesiunilor de comunicări științifice studențești;
- organizarea periodică a unor dezbateri științifice în cadrul cărora se vor prezenta rezultatele proiectelor de cercetare, lucrărilor susținute la conferințele internaționale și activitatea desfășurată în cadrul stagiilor din străinătate;
- atragerea și motivarea studenților în activitatea de cercetare științifică care se poate realiza în diferite forme.

5.3. Parteneriatul cu studenții

Studentul reprezintă esența activității noastre, factorul care dă măsura muncii noastre prin rezultatele sale. Prin urmare voi avea în vedere:

- întâlniri de lucru periodice, cu studenții reprezentanți pentru ca aceștia să ne transmită opinii, eventuale sesizări referitoare la procesul didactic pentru ca, apoi, conducerea facultății să le poată remedia cu promptitudine (aceste întâlniri se pot realiza și de la distanță);
- promovarea unui sistem de evaluare a cunoștințelor, cât mai obiectiv și stimulatив pentru studenți, care să creeze și să mențină un climat competițional;



- îmbunătățirea sistemului de evaluare de către studenți a calității procesului didactic și a activității cadrelor didactice precum și motivarea studenților de a participa la acest proces;
- orientarea studenților și masteranzilor spre educație și formarea continuă, beneficiind de mobilitățile internaționale;
- rezolvarea problemelor specifice studenților și verificarea periodică a modului de soluționare a acestora;
- dezvoltarea de activități vizând școlile de vară, work-shop-uri axate pe studiu, învățare, cercetare, training-uri de informare;
- îndrumarea efectuării de către studenți și masteranzi a unor stagii de practică în cadrul companiilor partenere din mediul de afaceri intern și internațional;
- organizarea de întâlniri periodice a studenților cu absolvenții facultății și cu reprezentanți ai mediului de afaceri, interesați în angajarea tinerilor absolvenți;
- încurajarea organizării în mediile on-line de grupuri speciale de interes pentru studenții având preocupări comune (culturale, extra-activități).

5.4. Managementul resurselor umane

Resursa umană este cel mai de preț capital al unei organizații. Consider că se impun acțiuni care să mărească gradul de implicare și motivația resursei umane, printre care:

- adoptarea deciziilor prin consultarea membrilor facultății, în spiritul asigurării consensului și a unei atitudini transparente;
- asigurarea transparenței în interiorul facultății;
- implementarea unui spațiu în mediul virtual, special dedicat membrilor facultății
- sprijinirea tuturor membrilor facultății în efortul lor de promovare și de construire a carierei universitare;
- asigurarea unei corelații adecvate între noile angajări și posibilitățile de promovare;
- continuarea organizării de întâlniri periodice în cadrul facultății, în vederea realizării coeziunii și cunoașterii reciproce;
- favorizarea schimbului de informații între facultăți, astfel încât bunele practici să poată fi implementate eficient;
- elaborarea unei baze de date, actualizată permanent, pentru a facilita evidența și raportările activităților facultății;



- crearea unui mediu plăcut la locul de muncă, în care fiecare membru al facultății să se simtă important, să fie implicat și recompensat pe măsură, știut fiind faptul că satisfacția în muncă este o condiție a coeziunii grupului.

5.5. Managementul Calității

În opinia mea, cadrele didactice universitare sunt înclinate natural către o muncă de calitate dacă sunt stimulate în consecință, dispun de instrumentele și training-ul necesar. La nivelul facultății propun următoarele acțiuni:

- încurajarea inițiativei, a ideilor noi și a muncii în echipă;
- transferul drepturilor de decizie către echipe mixte distincte, care dețin competența specifică necesară identificării și soluționării problemelor; echipele pot funcționa temporar sau permanent;
- îmbunătățirea instrumentarului de cuantificare a calității;
- dezvoltarea unei culturi organizaționale orientate spre calitate prin configurarea unui sistem de management al calității, având în vedere exigențele actuale la nivel internațional, în contextul globalizării.

5.6. Managementul relațiilor externe naționale și internaționale

În managementul relațiilor externe vă propun următoarele acțiuni:

- dezvoltarea unor bune relații de colaborare și de cooperare cu managementul universității și al facultăților, cu celelalte departamente și unități funcționale;
- dezvoltarea de parteneriate cu întreprinderile și cu organizațiile economice interne și internaționale din domeniul turismului;
- dezvoltarea de parteneriate cu universitățile și cu asociațiile profesionale din turism;
- dezvoltarea relațiilor internaționale, cu universitățile, laboratoarele și centrele de cercetare din străinătate și cu asociațiile profesionale;
- promovarea imaginii externe a facultății, prin modernizarea website-ului acestuia, prin participarea la conferințe naționale și internaționale și prin participarea la evenimentele organizate de mediul de afaceri.



5.7. Managementul riscului

Dacă într-o conjunctură favorabilă nu am da o atenție majoră acțiunilor îndreptate către prevenirea, identificarea, controlul și minimizarea riscurilor, în perspectiva momentului prezent consider importante activitățile destinate a ține sub control riscurile în cadrul instituției, iar în acest proces de gestiune sunt necesare cunoștințe, abilități și experiență pentru:

- definirea măsurilor preventive și de contingență care se pot aplica în cadrul organizației
- identificarea riscurilor, prin scenarii de analiză a evenimentelor petrecute sau posibile de a se petrece
- evaluarea probabilității de apariție și impactul riscurilor asupra organizației
- elaborarea unui plan specific de minimizare a riscurilor
- evaluarea impactului asupra activității desfășurate
- reevaluarea riscurilor identificate pe baza diferitelor evenimente petrecute între timp
- implementarea, la nivelul entității noastre, a unor modalități specifice de gestiune a riscurilor, care să urmărească diminuarea, sau chiar eliminarea acestor riscuri, fie identificarea unor modalități alternative de acțiune în momentul apariției unui risc care nu poate fi evitat sau ale cărui consecințe nu pot fi micșorate.

6. Rolul Tehnologiei Informației și Comunicării în contextul managementului schimbării

De la teorie la practică, **tehnologia informației și comunicării** (*Information and Communication Technologies - ICT*) a reprezentat și reprezintă nucleul proceselor organizaționale și strategice.

Așa cum ICT a schimbat radical eficiența și eficacitatea organizațiilor turistice, dar și modul în care consumatorii interacționează cu organizațiile, tot astfel devine **un factor-cheie** în a elimina barierele de orice tip, inclusiv lingvistice, distanțele sau spațiile.



Susținând cu succes globalizarea industriei prin furnizarea instrumentelor eficiente (de a dezvolta, gestiona, distribui ofertele la nivel global), ICT permite celui care dorește să călătorească, un acces fiabil și informații exacte, posibilitatea de a face rezervări în timp real, dar și posibilitatea de a face **călătorii virtuale**, pentru o imagine cu acuratețe mai ridicată.

Dezvoltarea ITC și a Internetului în general, împuternicește „noul” turist, care devine din ce în ce mai cunoscător și care caută valori excepționale pentru investiția banilor și a timpului.

Internetul a schimbat esențial modul de organizare și achiziționare a serviciilor turistice revoluționând, la momentul respectiv, modul de alegere a serviciilor de către consumatori. De aceea, prin identificarea surselor care furnizează informație și utilizarea informației așteptăm ca, și în prezent, să fie găsite soluții aducătoare de business, fără costurile și inconveniențele cerute de metodele convenționale.

Noul turist, sofisticat, a apărut ca urmare a experienței. Turiștii au devenit călători frecvenți, fiind lingvistic și tehnologic calificați, iar ca profil fiind mai înclinați spre a-și urma propriile preferințe și programe. În acest fel, ofertele de pachete turistice au pierdut teren în fața turismului independent, facilitat de pachete dinamice și spontane. În prezent, urmărim cu același interes re poziționarea pe piață a operatorilor, în noua conjunctură apărută și cu oferte adaptate unui nou segment.

Cheia succesului rămâne identificarea rapidă a nevoilor consumatorului în condițiile existente și de a atrage potențialii clienți, cu produse și servicii cuprinzătoare, personalizate și inovatoare care satisfac aceste nevoi.

Astfel, pentru firmele de turism, inovația a devenit și devine o necesitate, determinată de motivații variate: conjunctura economică, necesitatea creșterii productivității, competiția, voința proprie și posibilitatea de a crea inovația.

Pentru a face față acestor provocări competitive, absolvenții de turism trebuie să aibă atât competențe elementare în utilizarea calculatorului, în ceea ce privește aplicațiile de bază (editoare de texte, procesoare de calcul tabelar, realizarea de prezentări electronice), cât și cunoștințe de gestiune a bazelor de date, utilizarea sistemelor globale de distribuție, etc. și, mai mult decât atât, acea deschidere către nou, idei generatoare de plusvaloare și să se întrebe cât mai des **“Ce-ar fi dacă...?”**

Consider că, pentru a deveni un expert în turism nu este suficient să fii mai bun decât un dispozitiv mobil, ci trebuie să fii mai **de încredere** și, ca urmare, mai de apreciat.



7. Concluzii

Confucius spunea "natura ne aseamănă, educația ne deosebește"

Rezultatele activității managerului vor fi cu atât mai apreciate dacă reușește ca, prin angrenarea tuturor individualităților, să realizeze un tot. Ceea ce nu trebuie să uităm niciodată, cu adevărat, este rolul nostru: *să slujim cu credință școala.*

Programul prezentat poate fi realizat doar cu sprijinul tuturor colegilor. Acest program este perfectibil. Nu promit să rezolv toate problemele cu care Facultatea se va confrunta, dar pot garanta profunda mea implicare, cinste, corectitudine și seriozitatea cu care voi trata fiecare problemă. Astfel, chiar date fiind prezentele conjuncturi nesigure, sunt în măsură să transmit un mesaj bazat pe încredere și siguranță.

În final, elementele de reper vor fi:

Excelență – menținerea calității de facultate de referință în a pregăti specialiști în turism

Transparență – informarea, controlul și participarea, deopotrivă a profesorilor și studenților, la procesul decizional.

Inițiativă – încurajarea tuturor ideilor creatoare în scopul de a fi cei mai buni

Inovare – va fi elementul primordial care va deschide noi orizonturi

Inițialele acestor 4 cuvinte sunt abrevierea facultății noastre E.T.I.I. și vor constitui cheia de boltă a acestui program managerial.

În speranța că voi avea sprijinul dumneavosatră, îmi manifest dorința de a adopta un stil de conducere deschis, proactiv, bazat pe încredere, susținere și o reală colaborare.

București, 16.03.2020

Prof. Univ. Dr. Cezar Mihălcescu