

PROGRAM MANAGERIAL

pentru candidatura la funcția de

DECAN

**al Facultății de Management-Marketing
din cadrul Universității Româno-Americane
Legislatura 2020-2024**

Conf.univ.dr. Oana PREDA

**București
Martie 2020**

CONȚINUT

Obiective generale.....	3
Ațiuni manageriale.....	4
1. Activitatea didactică.....	4
2. Oferta educațională.....	5
3. Resursa umană.....	6
4. Studenți.....	7
5. Cercetare științifică.....	8
6. Promovarea imaginii.....	9



Programul managerial a fost elaborat în raport cu viziunea, misiunea, valorile și obiectivele Universității Româno-Americane.

Prin promovarea valorii în educație, cercetare și inovare Facultatea de Management-Marketing își va consolida durabil poziția la nivel național și internațional, fiind partener pentru comunitatea în care evoluează, având în centrul preocupărilor sale îmbunătățirea vieții și a experienței principalilor beneficiari ai activității sale: studenții, absolvenții, personalul didactic și administrativ.

Acțiunile manageriale propuse urmăresc recunoașterea internă și internațională a Facultății de Management-Marketing, prin creșterea calității proceselor educaționale și prin promovarea unui climat academic de elită. De asemenea, programul se concentrează pe creșterea nivelului de satisfacție a studenților, asigurând astfel o viziune unitară asupra dezvoltării Facultății de Management-Marketing în următorii patru ani.

Obiective generale:

- Creșterea recunoașterii naționale și internaționale pentru calitatea activităților educative și de formare profesională;
- Diversificarea ofertei educaționale și eficientizarea tuturor programelor de studii din Facultate;
- Susținerea și consolidarea activităților de cercetare – inovare și diseminare a rezultatelor prin măsuri adaptate nevoilor individuale și colective;
- Consolidarea prestigiului științific al Facultății prin îmbunătățirea calității proceselor educaționale;
- Dezvoltarea parteneriatului cu studenții, absolvenții, personalul didactic și administrativ,
- Consolidarea parteneriatului cu reprezentanții mediului economico-social, angajatorii și alte componente ale societății.



Acțiuni manageriale

1. Activitatea didactică

Abordarea conceptului – centrarea activității didactice pe student – promovarea unui învățământ centrat pe student și nevoile acestuia presupune asigurarea unui mediu adecvat dezvoltării armonioase a personalului și carierei sale didactice, prin predictibilitate, măsuri de sprijinire și recompensare a performanței.

Performanța activității didactice va fi consolidată sistematic prin aplicarea unui sistem adecvat de management al calității, prin monitorizare permanentă, cunoașterea opiniilor studenților și, pe baza acestora, adaptare constantă a procesului educațional.

Se va avea în vedere:

➤ 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;

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

➤ 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;

➤ Creșterea importanței activităților didactice bazate pe rezultate obținute din cercetarea științifică;

➤ Susținerea activităților de creare și publicare a suporturilor de curs;

➤ Înțelegerea nevoilor manifestate de noile generații de tineri și adaptarea metodelor didactice, pentru o eficacitate ridicată a proceselor educative și de învățământ.



2. Oferta educațională

Din perspectiva ofertei educaționale, 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 a cel puțin unei școli doctorale în următorii patru ani.

Îmbunătățirea ofertei educaționale a Facultății de Management-Marketing necesită centrarea pe următoarele aspecte:

➤ Susținerea adaptării conținutului curricular și fișei disciplinei la evoluțiile cunoașterii din domeniu 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;

➤ Identificarea oportunității dezvoltării de noi programe de studii în vederea completării ofertei educaționale a facultății. Evoluțiile recente la nivelul pieței muncii, susțin necesitatea elaborării unor programe de studii interdisciplinare cu predare în limba engleză, în parteneriat cu mediul de afaceri;

➤ Realizarea de studii privind evoluția pieței muncii și adaptarea portofoliului de produse educaționale, a conținutului curriculei și disciplinelor;

➤ Actualizarea planurilor de învățământ aferente specializărilor existente și a conținutului disciplinelor, prin studii și consultări interne și externe, în special cu membrii consiliilor consultative;

➤ Continuarea încheierii de parteneriate cu universități și organizații de cercetare la nivel național și internațional;

➤ Organizarea de școli de vară pentru studenți români și internaționali pentru experiențe integrate în cadrul unui mediu multicultural;

➤ Dezvoltarea de parteneriate cu universități de profil din Uniunea Europeană și Statele Unite;

➤ Adaptarea curriculară a disciplinelor și a fișelor de discipline,

➤ Crearea de școlii doctorale și astfel, armonizarea portofoliului de servicii educaționale cu cele 3 cicluri de studii universitare stabilite în cadrul Procesului Bologna.



3. Resursa umană

În cadrul Facultății de Management-Marketing, promovarea unui învățământ centrat pe student și nevoile acestuia presupune asigurarea unui mediu adecvat dezvoltării armonioase a personalului și carierei sale didactice, prin predictibilitate, măsuri de sprijinire și recompensare a performanței.

Comunitatea noastră academică va exista și va prospera numai prin creșterea competitivității fiecărui cadru didactic sau cercetător, prin parteneriate interne și externe pentru dezvoltarea activității de cercetare, prin susținerea activităților de cercetare-inovare ale fiecăruia dintre noi și se vor centra în special pe:

➤ Implementarea unui sistem de comunicare eficient Decan – Consiliul Facultății – Departament – comunitatea cadrelor didactice din facultate;

➤ Menținerea unui cadru de transparență, colegialitate și respect în cadrul Facultății de Management-Marketing;

➤ Implicarea activă a Directorului Departamentului de Management-Marketing în ceea ce privește recrutarea, promovarea, motivarea, formarea și pregătirea continuă a cadrelor didactice;

➤ Conștientizarea importanței activității de cercetare pentru evoluția profesională a fiecărui cadru didactic;

➤ Dezvoltarea unui sistem transparent și echitabil de evaluare și recompensare a performanței științifice, corelat cu reglementările naționale și interne;

➤ Sprijinirea și stimularea obținerii atestatului de abilitare și continuarea recompensării obținerii acestui titlu;

➤ Susținerea dezvoltării profesionale prin participarea la evenimente, conferințe, workshop-uri, sesiuni de pregătire, care privesc, între altele, metodologia proceselor de cercetare și inovare;

➤ Formarea continuă prin cursuri postuniversitare, cursuri de perfecționare etc.;

➤ Formarea profesională prin programe de învățământ derulate în limba română sau în limbi de largă circulație internațională și programe de mobilități, potrivit legii;

➤ Diversificarea metodelor de predare-învățare adaptate la student și nevoile acestuia.

4. Studenți

Programul managerial propune implementarea unui învățământ formativ în care rolul profesorului este de a stimula inteligența, creativitatea și aptitudinile studenților, ajutându-i să-și formeze cultura generală și comportamentul social axat pe valori morale, printr-un stil general deschis de predare-învățare, care se va axa îndeosebi pe următoarele aspecte:

- 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;
- Îmbunătățirea continuă a procesului de comunicare cu studenții prin intermediul tutorilor de an/grupă, secretariatului, site-ului Universității etc.
- Organizarea de școli de vară pentru studenți români și internaționali, de experiențe integrate în cadrul unui mediu multicultural;
- Stimularea implicării studenților și recompensarea performanțelor acestora prin burse și premii;
- Facilitarea accesului studenților la cursuri extra-curriculare, susținute de profesori străini și reprezentanți ai mediului de afaceri și social;
- Încurajarea participării studenților la activități de cercetare și diseminarea rezultatelor activităților de cercetare științifică;
- Dezvoltarea competențelor transversale ale studenților prin participare la activități de voluntariat, evenimente sportive, culturale ș.a.;
- Dezvoltarea de cursuri și module de scurtă durată în limbi de circulație internațională prin care să fie formate abilități apărute sub impactul culturii digitale;
- O comunicare activă cu studenții pentru evaluarea procesului didactic;
- Consolidarea competențelor profesionale practice ale studenților prin baze de practică, internship-uri sau activități de voluntariat;
- Dezvoltarea activităților Centrului de consiliere și orientare în carieră (CCOC) în vederea creșterii inserției absolvenților pe piața muncii;
- Dezvoltarea Clubului de Management-Marketing și susținerea proiectelor derulate de către studenți.



5. Cercetare științifică

Poziționarea cu succes a Facultății de Management-Marketing pe piața educațională internă și internațională depinde esențial de activitatea de cercetare științifică.

Ne propunem dezvoltarea activității de cercetare științifică, prin susținerea acțiunilor în următoarele direcții:

- Implicarea colectivului Facultății în publicarea de articole în reviste cotate ISI, ISI Proceedings sau indexate BDI;
- Stabilirea unor direcții prioritare de cercetare-inovare, ținând cont de specificul facultății, al colectivelor de cercetare și al rezultatelor individuale;
- 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;
- Susținerea centrelor de inovare pentru crearea de start-up-uri sau activități suport pentru alte organizații;
- Cultivarea dialogului și formarea grupurilor de lucru multidisciplinare flexibile pentru identificarea și derularea de activități și proiecte de cercetare, dezvoltare și inovare;
- 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;
- Sprijinirea Departamentului de Management-Marketing în vederea identificării surselor de finanțare disponibile la nivel local și la nivel european. De asemenea, ne propunem să asigurăm suportul tehnic și logistic necesar accesării fondurilor alocate pentru cercetare în domeniile vizate;
- Dezvoltarea activității de cercetare aplicată, ca urmare a relațiilor cu mediul de afaceri/contracte la comandă;
- Organizarea unor mese rotunde pe domenii specifice cu participarea reprezentanților mediului de afaceri și abordarea unor teme de interes în domeniile management și marketing;
- Indexarea în baze de date internaționale a revistei Holistic Marketing Management.

6. Promovarea imaginii

Activitatea de promovare a imaginii Facultății, are ca obiectiv creșterea vizibilității și notorietății acesteia și se constituie parte integrantă a politicii de promovare a Universității.

Dezvoltarea strategiei de promovare a Facultății de Management-Marketing se va concentra pe următoarele axe:

- Dezvoltarea unui plan de marketing și recrutare ce se va concentra pe utilizarea metodelor de promovare adecvate generației actuale;
- Organizarea Zilei Porților Deschise prin care se permite accesul liceenilor în spațiile Facultății;
- Participarea la evenimente prin care se mediatizează oferta educațională și oportunitățile în carieră oferite de Facultatea noastră (Târgul educației – RIUF – Romanian International University Fair).
- Mediatizarea evenimentelor din Facultate prin postarea acestora pe site-ul Universității și actualizarea periodică a acestuia;
- Implicarea activă a cadrelor didactice și a studenților Facultății, în activitățile de promovare.

Toate activitățile Facultății de Management-Marketing trebuie să pornească de la plasarea studentului în centrul tuturor activităților. Promovarea dialogului deschis și constructiv, a parteneriatului cadru didactic-student precum și înțelegerea nevoilor noilor generații și a reșezării valorilor în cadrul culturii digitale, vor conduce neapărat la creșterea nivelului calității proceselor educaționale și a gradului de satisfacție a studenților.

Data: 12.03.2020

Conf.univ.dr. Oana PREDA

