

UNIVERSITATEA ROMÂNNO - AMERICANĂ
FACULTATEA: MANAGEMENT - MARKETING

**PROGRAM DE MANAGEMENT UNIVERSITAR
PENTRU FUNCȚIA DE DIRECTOR DE
DEPARTAMENT**

**DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT –
MARKETING**

**CANDIDATĂ:
CONFERENȚIAR UNIVERSITAR DOCTOR
ELISABETA ANDREEA BUDACIA
MANDAT 2020 – 2024**



I. Preambul

Prezentul Program managerial este propus pentru Departamentul de Management – Marketing, Facultatea de Management – Marketing din cadrul Universității Româno – Americane din București, ca un program strategic, corespunzător unui mandat de patru ani, specific pentru funcția de Director de departament. Acțiunile și măsurile propuse în acest document sunt compatibile cu liniile directoare conturate în documentele organismelor internaționale și europene specializate pe domeniul educației și cercetării, cu prevederile legislației naționale în domeniu, cu prevederile Cartei universității noastre și cu pachetul de strategii adoptate și implementate la nivelul universității.

Am pornit, în demersul meu de a cere votul din partea membrilor comunității specializate a departamentului nostru, de la realitatea conform căreia Departamentul de Management – Marketing administrează, integrativ, trei importante domenii profesionale și științifice de bază, pentru profilul absolventului de programe de studii din domeniul fundamental științe economice: management, marketing și administrarea afacerilor în turism. Acest panel curricular, specific ca urmare a unității în diversitate pe care o promovează, ne obligă, pe toți, să contribuim la adăugarea de valoare academică la ceea ce se întreprinde în facultatea noastră și la nivelul întregii universități. Apreciez cum se cuvine potențialul de care dispunem și cred, cu convingere, că vom putea declanșa împreună acele resorturi care vor maximiza stocul specializat de cunoaștere în domeniile noastre de referință, vor optimiza potențialul de creativitate de care dispunem și pe care îl putem valorifica și vom îmbunătăți modalitățile prin care putem genera și transmite cunoaștere tuturor studenților de la ciclul de studii universitare de licență, cursanților de la programele de masterat și celor care vor apela la programele noastre de formare continuă. Avem un ridicat potențial de a relaționa cu mediul economic și social, de a fundamenta și oferi programe de studii și proiecte de cercetare în parteneriat cu firmele, de a ne spori expunerea internațională a fiecăruia dintre noi, de a confirma și de a gândi strategic. Cred în capacitatea noastră de a fi o echipă în care să se caute înțelegerea și armonia preocupărilor și să se minimizeze neînțelegerile. În mandatul meu, dacă voi fi votată de către dumneavoastră, voi pleda și acționa pentru ascultarea doleanțelor oricărui dintre colegi, supunerea spre discuții deschise, în ședințele de departament, a problemelor profesionale, științifice și organizaționale care ne frământă, pentru căutarea consensului pentru toate aspectele de interes comun.

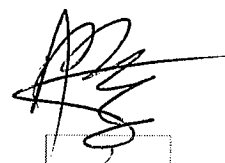


II. Premisele programului managerial

Provocările cărora trebuie să le facă față și universitatea noastră sunt unele strategice, nu unele conjuncturale. Prin urmare, și soluțiile la acestea trebuie să fie unele de mare amplitudine, viziunare, concepute a fi aplicate pe termen mediu și lung și cu efecte de antrenare dintre cele mai sinergice. În acest context, este nevoie de fiecare dintre membrii departamentului nostru pentru ca, în baza experienței de care dispun, a acumulărilor profesionale și manageriale probate, a dedicării dovedite pentru valorile defnitorii pentru Universitatea Româno-Americană și a deprinderii cu lucrul bine făcut, să contribuie la implementarea strategiilor și programelor existente.

Membrii departamentului au răspuns pozitiv provocărilor determinate de implementarea Procesului Bologna și anume: organizarea pe cele trei cicluri de studii universitare (licență, masterat, doctorat); sistemul european de credite transferabile (ECTS); mobilitatea studenților și a personalului didactic și de cercetare; dimensiunea socială a educației; educația și formarea profesională continuă; asigurarea calității la nivelul programelor de studii. Fiind convinsă că fiecare dintre noi, și toți împreună, putem face mai mult, vă invit să ne implicăm într-un proces, în care, pe bază de argumente, în strânsă coerență cu obiectivele generale și specifice ale facultății noastre, să contribuim mai mult la arhitectura unui proces de învățământ universitar și postuniversitar revizuit, adaptat noilor cerințe generate de informatizare și digitalizare.

Mediul universitar este într-un moment de redefinire, generat de schimbările care se produc în mediul economico – social, dar și de o serie de probleme specifice precum: scăderea ratei natalității, diminuarea numărului de absolvenți de liceu cu bacalaureat, criza lichidităților, instabilitatea economică, concurența universităților din străinătate, mobilitatea tinerilor, exigențele ridicate ale pieței muncii etc. Toate acestea, însă, au condus și vor conduce, și în continuare, la scăderea numărului de studenți care optează pentru programele noastre, la nesustenabilitatea unora dintre programele de masterat, la dificultatea de a accesa proiecte de cercetare sau de a publica în revistele de specialitate care au scorurile de influneță cerute de criteriile metodologice naționale. Aceste provocări le putem ataca doar în calitate de colectiv unit, omogen ca preocupări și definit prin bună înțelegere.



2

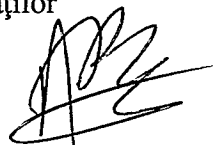
III. Obiectivele generale ale programului managerial

- 1) Activitate didactică adecvată circumstanțelor specifice facultății noastre;
- 2) Activitate de cercetare științifică conexă cu strategiile și programele naționale și europene în materie de cercetare, dezvoltare, inovare;
- 3) Politică transparentă și predictibilă, la nivelul departamentului, privind resursele umane;
- 4) O cultură a calității la nivelul tuturor activităților în care sunt implicați membrii departamentului nostru;
- 5) Contribuție consistentă la imaginea externă atât a Facultății de Management - Marketing, cât și a Universității Româno - Americane.

1) Activitate didactică adecvată circumstanțelor specifice facultății noastre

Am convingerea că toți membri departamentului împărtășesc ideea conform căreia activitatea didactică este una performantă atunci când este una de continuitate, când se adaptează schimbărilor și când este prestată în conformitate cu cerințele legale și instituționale. Obiectivele specifice sferei didactice sunt:

- a) actualizarea planurilor de învățământ, ținând cont de: opiniile studenților, sugestiile făcute de membrii comunității noastre academice, de semnalele primite din mediul de afaceri și pe baza consultării unor specialiști din domeniul științelor educației cu bune cunoștințe în domeniul managementului și marketingului;
- b) actualizarea, adaptarea și perfecționarea conținutului fiecărei discipline – prin intermediul unor dezbateri deschise, obiective și consistente - astfel încât, informațiile și cunoștințele furnizate studenților și masteranzilor să fie actuale, utile dar și corespunzătoare solicitărilor angajatorilor;
- c) încurajarea publicării unor manuale, cărți de specialitate, tratate, în colectiv, care să reliefeze contribuția școlii de management și marketing din cadrul URA, la dezvoltarea științei, prin evidențierea unor opinii, puncte de vedere proprii, originale;
- d) realizarea unor ghiduri – în format electronic sau tipărit - pentru a facilita elaborarea proiectelor, referatelor, studiilor de caz solicitate la orele de seminar;
- e) încurajarea susținerii orelor de curs și seminar într-o manieră participativă, modernă, interactivă, aplicativă, care au drept scop dezvoltarea competențelor și abilităților necesare în vederea unei inserției rapide pe piața muncii a absolvenților;




- f) diseminarea, în cadrul departamentului, cunoștințelor dobândite, în privința metodelor și tehnicilor de predare modere, de către colegii care au urmat cursuri de perfecționare în străinătate;
- g) implicarea unor personalități, oameni de afaceri, în procesul didactic prin facilitarea unor întâlniri cu studenții;
- h) actualizarea tematicii pentru examenul de licență – proba scrisă – ținând cont, atât de specificul Facultății de Management – Marketing, cât și de tendințele din cele două domenii: management, respectiv marketing, ceea ce implică și schimbări în conținutul grilelor orientative pentru susținerea examenului de licență;
- i) revizuirea periodică și îmbunătățirea materialelor didactice postate pe site-ul www.rau.ro;
- j) promovarea disciplinelor de specialitate ale departamentului, în planurile de învățământ ale celorlalte facultăți;
- k) asigurarea calității procesului didactic conform standardelor.

2) Activitate de cercetare științifică conexă cu strategiile și programele naționale și europene în materie de cercetare, dezvoltare, inovare

Activitatea de cercetare trebuie să fie anticipativă, să se desfășoare în parteneriat și să se bazeze pe lucrul în echipă. Succesul activității de cercetare depinde, pe de o parte, de capacitatea membrilor departamentului de a atrage fonduri prin intermediul proiectelor de cercetare, iar pe de altă parte de capacitatea de a ne asocia cu parteneri din țară și/sau străinătate în vederea atingerii acestui scop. Un alt element important îl reprezintă publicarea unor articole și studii de cercetare în reviste prestigioase, indexate în bazele de date internaționale recunoscute. Obiectivele specifice, pe care trebuie să le avem în vedere, pentru realizarea unei activități de cercetare consistente și valoroase sunt:

- a) încurajarea, stimularea lucrului în echipă, în vederea elaborării, depunerii și câștigării unor proiecte de cercetare;
- b) organizarea unor întâlniri cu reprezentanți din mediul de business pentru atragerea unor fonduri, prin intermediul unor proiecte de cercetare;
- c) colaborarea cu alți colegi din alte centre universitare naționale și internaționale, în vederea elaborării și câștigării unor proiecte de cercetare;



4

- d) organizarea unor conferințe/ mese rotunde, pe o tematică specifică ariei de cercetare a departamentului și implicarea întregului colectiv, dar și atragerea unor personalități din alte centre universitare din țară și străinătate;
- e) intensificarea eforturilor membrilor departamentului pentru indexarea revistei Holistic Marketing Management și în alte baze de date internaționale recunoscute, pe de o parte, iar pe de altă parte promovarea acestora în mediul academic, în vederea creșterii vizibilității activității membrilor departamentului, dar și pentru îmbunătățirea portofoliului de articole, prin atragerea unor specialiști din domeniu;
- f) diseminarea rezultatelor cercetărilor proprii, prin intermediul unor dezbateri în cadrul departamentului;
- g) stabilirea unor criterii minime anuale, de îndeplinit, pentru activitatea de cercetare;
- h) implicarea studenților în activitatea de cercetare prin încurajarea și motivarea acestora în vederea participării la sesiunea cercurilor științifice și, ulterior, publicarea lucrărilor respective în reviste ale studenților sau de specialitate.

3) O politică transparentă și predictibilă, la nivelul departamentului, privind resursele umane

Trebuie să arătăm că am înțeles trecerea de la cunoaștere la creativitate, de la resursă umană la capital uman, de la persoane care îndeplinesc funcții de conducere la manageri în domeniul educației. Resursa umană este extrem de importantă în domeniul educației, de aceea un management al resurselor umane adecvat este o garanție a unui proces educațional performant.

Obiectivele specifice, care se regăsesc în acest domeniu sunt:

- a) elaborarea statului de funcțiuni conform normelor legale și instituționale;
- b) desfășurarea în bune condiții a concursurilor didactice;
- c) respectarea standardelor de performanță internă, dar și cele impuse prin reglementările din domeniul educației;
- d) asigurarea unui climat propice dezvoltării unei cariere universitare;
- e) promovarea, pe un post didactic superior, trebuie să fie rezultatul unei activități didactice și de cercetare performante;
- f) implicarea tuturor membrilor departamentului în activitățile specifice și distribuirea echitabilă a sarcinilor;
- g) valorificarea optimă a potențialului uman și material de la nivelul departamentului;



- h) organizarea unor întâlniri informale, în vederea creșterii coeziunii dintre membrii departamentului;
- i) transparență în privința performanțelor cadrelor didactice și a semnalelor, pozitive sau negative, primite din partea studenților;
- j) colaborarea activă și permanentă cu structurile ierarhice superioare, în vederea asigurării unui proces didactic performant și a unei activități de cercetare consistente.

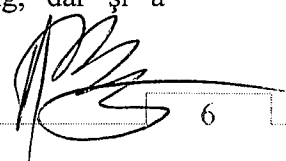
4) O cultură a calității la nivelul tuturor activităților în care sunt implicați membrii departamentului nostru

Este esențial ca, la nivelul departamentului, să dezvoltăm o cultură a calității, bazată pe rigorile actuale derivate din normele legislative, dar și pe exigențele beneficiarilor (studenți, masteranzi, părinți, angajatori). În acest sens, trebuie să avem în vedere faptul că, serviciile educaționale prestate, furnizate și receptate sunt în mare măsură reflectate de competențele, abilitățile, vocația, moralitatea și dedicația cadrelor didactice. Astfel, este imperios necesar ca, întreaga prestație didactică, să fie supusă unui proces continuu de perfecționare, îmbunătățire, adaptare, bazat pe cunoaștere și creativitate. Departamentul trebuie să fie un mediu propice generării, dezvoltării și diseminării unor idei noi, tehnici moderne de predare și evaluare. Întreaga activitate trebuie centrată pe student, considerat un element activ al procesului didactic, și nu un simplu receptor. Obiectivele specifice managementului calității sunt:

- a) aplicarea responsabilă a normelor și procedurilor interne;
- b) urmărirea asigurării satisfacției beneficiarului, în condiții superioare;
- c) încurajarea, susținerea și implementarea ideilor noi, dar viabile, la nivelul departamentului;
- d) identificarea, minimizarea, dar preferabil, eliminarea neconformităților din activitatea didactică și de cercetare.

5) Contribuție consistentă la imaginea externă, atât a Facultății de Management - Marketing, cât și a Universității Româno – Americane

Activitatea de promovare a imaginii URA trebuie să fie permanentă și să transmită mesaje adecvate, astfel încât să genereze interes pentru oferta URA. Consider că este necesară o implicare mai puternică a membrilor departamentului în activitatea de promovare, scopul fiind popularizarea ofertei educaționale a Facultății de Management –Marketing, dar și a



6

Universității Româno – Americane, în general, atragerea unui număr cât mai mare de studenți și masteranzi, preocupați să învețe, să cerceteze, să se dezvolte și să evolueze. Obiectivele specifice acestei activități sunt:

- a) identificarea tuturor categoriilor de public, cărora le este adresată oferta;
- b) implicarea membrilor departamentului în activitatea de promovare a imaginii URA;
- c) realizarea unor întâlniri periodice cu potențialii beneficiari, dar și absolvenți;
- d) organizarea de întâlniri, cu ocazia “Porților deschise”, cu elevii de liceu, în cadrul URA.

