

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

DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT – MARKETING

CANDIDATĂ:

Conferențiar universitar doctor

Elisabeta Andreea BUDACIA

Mandat 2024 – 2029





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 cinci ani, specific pentru funcția de Director de departament.

La elaborarea acestui program am avut în vedere prevederile art.143, alin. (1) din Legea 199/2023: ”Directorul de departament realizează managementul și conducerea operativă a departamentului. Directorul de departament răspunde de elaborarea și implementarea planurilor de învățământ, de statele de funcții, de managementul cercetării și al calității și sprijină conducerea instituției de învățământ superior în activitatea de management financiar al departamentului. În exercitarea acestei funcții, el este ajutat de consiliul departamentului, conform cartei universitare.”.

1. Perspective generale asupra mandatului

Am pornit, în demersul meu de a cere, din nou, votul din partea colegilor, după un mandat de patru ani, de la realitatea conform căreia Departamentul de Management – Marketing administrează, integrativ, trei importante domenii profesionale și științifice de bază, 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, atât în cadrul Facultății de Management – Marketing, cât și în cadrul Facultății de Turism și Managementul Ospitalității.

Acțiunile și măsurile propuse în acest document sunt compatibile cu orientările desprinse din documentele organismelor internaționale și europene specializate pe domeniul educației și cercetării, cu prevederile noii legislației naționale din domeniu, cu prevederile Cartei universității noastre și cu pachetul de strategii adoptate și implementate la nivelul universității, în condițiile digitalizării accelerate, dar și a nevoii unei dezvoltări reziliente și sustenabile.

Apreciez potențialul consistent de care dispunem și cred, cu convingere, că putem valorifica în condiții superioare competențele și experiența din domeniile noastre de referință, precum și potențialul de creativitate de care dispunem. De asemenea, consider că putem valorifica, dar și 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 potential 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 unită, puternică și sinergică. În mandatul meu, dacă voi fi votată de către dumneavoastră, voi pleda și acționa pentru ascultarea doleanțelor tuturor colegilor, pentru un dialog deschis și onest în ședințele de department, și nu numai. Este absolut necesar să identificăm împreună soluțiile problemelor profesionale, științifice și organizaționale care pot constitui provocări pentru activitatea noastră.

2. Obiective generale ale mandatului 2024-2029

- 1) Activitate didactică performantă, centrată pe studenți, adecvată circumstanțelor specifice facultății noastre și realității economico - sociale;
- 2) Activitate de cercetare științifică compatibilă cu strategiile și programele naționale și europene în materie de cercetare, dezvoltare, inovare;
- 3) Asigurarea calității la nivelul tuturor activităților în care sunt implicați membrii departamentului nostru;
- 4) Politică transparentă și predictibilă privind resursele umane;
- 5) Vizibilitate națională și internațională printr-o contribuție consistentă la imaginea externă, atât a Facultății de Management -Marketing, cât și a Universității Româno - Americane.
- 6) Cooperarea cu mediul economico – social prin parteneriate reciproc avantajoase.

3. Obiective specifice, direcții de implementare și planificarea acestora

- 1) **Activitate didactică performantă, centrată pe studenți, adecvată circumstanțelor specifice facultății noastre și realității economico - sociale**

Activitatea didactică este performantă și generează rezultatele adecvate ale învățării, atunci când se respectă principiul continuității, când se adaptează schimbărilor, din ce în ce mai frecvente și profunde și când este prestată în conformitate cu cerințele legale și instituționale. Obiectivele specifice sferei didactice sunt:



- a) adaptarea, actualizarea planurilor de învățământ, având în vedere: necesitățile de învățare ale studenților, sugestiile membrilor comunității noastre academice, semnalele primite din mediul de afaceri și pe baza consultării unor specialiști recunoscuți, profesioniști în domeniul managementului și marketingului;
- b) revizuirea și actualizarea anuală a conținutului fiecărei discipline prin intermediul unor dezbateri deschise, obiective și consistente - astfel încât, informațiile și cunoștințele diseminate studenților și masteranzilor să fie actuale, utile dar și corespunzătoare solicitărilor angajatorilor, care să faciliteze o inserție rapidă pe piața muncii;
- c) încurajarea și susținerea publicării unor materiale didactice cu un ridicat conținut științific, revizuirea periodică și îmbunătățirea acestora;
- d) încurajarea susținerii orelor de curs și seminar într-o manieră participativă, modernă, interactivă, aplicativă, care au drept scop generarea unor rezultate ale învățării adecvate, în acord cu noile cerințe din domeniul educației;
- e) diseminarea cunoștințelor dobândite, în cadrul departamentului, de către colegii care au urmat cursuri de perfecționare în străinătate;
- f) implicarea unor profesioniști, oameni de afaceri, diverse personalități, în procesul didactic, prin facilitarea unor întâlniri cu studenții;
- g) actualizarea anuală a tematicii pentru examenul de licență și disertație în acord cu tendințele din domeniile: management, marketing, administrarea afacerilor;
- h) promovarea disciplinelor de specialitate ale departamentului, în planurile de învățământ ale celorlalte facultăți, în special prin traseele opționale;
- i) asigurarea calității procesului didactic conform standardelor.

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

Activitatea de cercetare trebuie să fie proactivă, 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) dezvoltarea unor direcții de cercetare specifice domeniilor departamentului nostru prin valorificarea potențialului științific al întregii echipe;
- b) atragerea de fonduri din mediul de business prin intermediul unor proiecte de cercetare la comandă;
- c) colaborarea cu alți colegi din alte centre universitare naționale și internaționale, în vederea elaborării și câștigării unor proiecte de cercetare;
- d) participarea la evenimente specifice: conferințe, mese rotunde, dezbateri etc. care vizează aria de cercetare a departamentului;
- e) promovarea revistei Holistic Marketing Management;
- f) diseminarea rezultatelor cercetărilor proprii prin intermediul unor dezbateri în cadrul departamentului;
- g) îndeplinirea unor criterii minime anuale pentru activitatea de cercetare;
- h) stimularea cercetării științifice prin recompensarea colegilor care obțin rezultate deosebite în activitatea de cercetare;
- i) 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) Asigurarea calității la nivelul tuturor activităților în care sunt implicați membrii departamentului nostrum

Desfășurarea unor activități la standarde înalte în cadrul departamentului necesită o cultură a calității; aceasta se centrează 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 reflectate de competențele, abilitățile, experiența, vocația, moralitatea și dedicația cadrelor didactice. Astfel, este imperios necesar ca, întreaga prestație didactică, să fie supusă unui proces continuu de evaluare, 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) asigurarea satisfacției beneficiarilor, în condiții superioare;
- c) evaluarea semestrială a nivelului de satisfacție al studenților;
- d) încurajarea, susținerea și implementarea ideilor noi, dar viabile, la nivelul departamentului;
- e) identificarea, remedierea, minimizarea, dar preferabil, eliminarea neconformităților din activitatea didactică și de cercetare.

4) Politică transparentă și predictibilă privind resursele umane;

Resursa umană este cea mai importantă resursă în domeniul educației, nu doar din perspectiva transmiterii cunoașterii, ci și din perspectiva marketingului univesitar. 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) asigurarea acoperirii cu cadre didactice specializate;
- b) elaborarea statului de funcțiuni conform normelor legale și prevederilor instituționale;
- c) desfășurarea în bune condiții a concursurilor didactice;
- d) respectarea standardelor de performanță internă, precum și cele impuse prin reglementările din domeniul educației;
- e) asigurarea unui climat de colaborare și respect reciproc între membrii departamentului;
- f) asigurarea unui mediu propice dezvoltării unei cariere universitare;
- g) promovarea, în cadrul departamentului, trebuie să fie rezultatul unei activități didactice și de cercetare performante;
- h) implicarea activă a tuturor membrilor departamentului în activitățile specifice și distribuirea echitabilă a sarcinilor;
- i) valorificarea optimă a potențialului uman, informational și material de la nivelul departamentului;
- j) diseminarea rezultatelor evaluărilor și transparență în privința performanțelor cadrelor didactice;
- k) colaborarea activă și permanentă cu structurile ierarhice superioare, în vederea asigurării unui proces didactic performant și a unei activități de cercetare consistente.

5) Vizibilitate națională și internațională printr-o contribuție consistentă la imaginea externă, atât a Facultății de Management -Marketing, cât și a Universității Româno - Americane.

Activitatea de promovare a imaginii Facultății de Management –Marketing, dar și a Universității Româno – Americane trebuie să fie permanentă, pe toate canalele de comunicare și să transmită mesaje adecvate, astfel încât să genereze interes pentru oferta noastră educațională. În acest sens, obiectivele specifice acestei activități sunt:

- a) identificarea tuturor categoriilor de public cărora le este adresată oferta educațională URA;
- b) implicarea membrilor departamentului în activitatea de promovare a imaginii URA;
- c) realizarea unor întâlniri periodice cu potențialii beneficiari, prin parteneriate cu liceele;
- d) colaborarea cu Inspectoratele Scolare pentru diferite acțiuni de interes comun;
- e) implicarea foștilor studenți în promovarea imaginii URA;



- f) atragerea de studenți străini;
- g) implicarea studenților în activitatea de promovare organizată de către departamentul de resort, prin intermediul rețelelor sociale.

6) Cooperarea cu mediul economico – social prin parteneriate reciproc avantajoase.

Relația cu mediul extern este foarte importantă, iar departamentul are un rol specific în acest sens, deoarece se află într-o dublă ipostază, atât de furnizor, cât și de receptor.

- a) Extinderea parteneriatelor cu mediul de afaceri pentru dezvoltarea bazelor de practică;
- b) Implicarea activă a reprezentanților din mediul economic în activitățile desfășurate de consiliile consultative.

Consider că realizarea acestor obiective este posibilă prin implicarea activă și responsabilă a tuturor membrilor departamentului nostru, printr-o colaborare deschisă și prin valorificarea tuturor oportunităților. Astfel, aspectele menționate trebuie privite în dinamică și pot fi redresate, recalibrate în funcție de provocările și schimbările impuse de mediul economico - social.