

UNIVERSITATEA DIN ORADEA  
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

*Program managerial pentru candidatura la funcția de  
Decan al Facultății de Științe Economice a  
Universității din Oradea*

*propus de conf. univ. dr. ec. Dorin Cristian COITA,  
candidat la funcția de Decan*

*Oradea, la 14 mai 2012*

Premise .....	3
Contextul general .....	3
Misiunea Facultății de Științe Economice.....	3
<b>Obiective strategice ale Facultății de Științe Economice .....</b>	<b>4</b>
<b>Obiectivul strategic nr. 1: Modernizarea instituțională a Facultății de Științe Economice .....</b>	<b>4</b>
1.1 Deziderat: Facultatea 2.0.....	4
1.2 Modernizarea culturii organizaționale interne .....	5
1.3 Îmbunătățirea proceselor instituționale .....	9
1.4 Oferirea de valoare pentru angajați: personal didactic și nedidactic.....	10
1.4.1 Îmbunătățirea politicii salariale .....	10
1.4.2 Diminuarea stresului de la locul de muncă .....	10
1.4.3 Asigurarea unor condiții de muncă decente .....	11
1.4.4 Asigurarea unor mecanisme de creștere a valorii resurselor umane prin instruire și formare profesională continuă.....	11
1.4.5 Implementarea unor mecanisme de distribuire a experienței, expertizei și bunelor practici în interiorul organizației .....	12
1.4.6 Perfecționarea politicii de resurse umane.....	13
1.5 Oferirea de valoare pentru studenți .....	13
1.6 Oferirea de valoare pentru parteneri și absolvenți .....	14
<b>Obiectivul strategic nr. 2: Modernizarea ofertei și a proceselor educaționale ale Facultății de Științe Economice.....</b>	<b>16</b>
2.1 Măsurile pentru modernizarea ofertei educaționale .....	16
2.2 Soluții posibile pentru modernizarea proceselor educaționale.....	18
2.2.1 Comisiile curriculare de sprijin pentru procesul de învățământ.....	18
2.2.2 Definierea și urmărirea riguroasă a competențelor și a achizițiilor de studenților ...	19
2.2.3 Implementarea unui sistem de mentorat.....	20
2.3 Dezvoltarea de oferte educaționale noi .....	21
<b>Obiectivul strategic nr. 3: Creșterea gradului de implicare a studenților .....</b>	<b>21</b>
<b>Obiectivul strategic nr. 4. Conectarea facultății la mediul universitar, instituțional, economic și social, în România, în Europa și la nivel mondial.....</b>	<b>22</b>
<b>Obiectivul strategic nr. 5. Realizarea unui marketing al facultății la nivel de excelență</b>	<b>25</b>
<b>Resurse pentru susținerea programului managerial .....</b>	<b>28</b>
<b>Anexe la programul managerial .....</b>	<b>29</b>
Anexa 1 Motivațiile și convingerile .....	29
Anexa 1.3.1 Îmbunătățirea proceselor de evaluare în Facultatea de Științe Economice ..	31
Anexa 1.3.2 Centrul Informațional Intern al Facultății de Științe Economice.....	34
Anexa 1.4.1. Posibil model de mesaj de comunicare internă a venirii / plecării / pensionării unui angajat .....	39
Anexa 3.1 Modalități de operaționalizare a implicării studenților.....	40
Anexa 3.2 Program de voluntariat pentru studenți în Facultatea de Științe Economice ..	43

## Premise

### *Contextul general*

Facultatea de Științe Economice a Universității din Oradea și constituenții săi sunt actori principali într-o lume nouă a cărei resursă fundamentală este cunoașterea. Educația și cercetarea științifică sunt condițiile cunoașterii, fiind factori cruciali în progresul societății. Sarcinile fundamentale ale facultății sunt acelea de a asigura condițiile necesare pentru distribuirea cunoașterii către beneficiarii săi, într-un context de valori determinat de realitățile economice, sociale, istorice, instituționale, tehnologice și normativ – legislative în care ne aflăm.

Facultatea de Științe Economice a Universității din Oradea își aduce contribuția la dezvoltarea economică și socială a regiunii, a comunităților și a țării noastre prin asumarea rolurilor de catalizator al dezvoltării, de factor declanșator și favorizant, de producător și rezervor de competențe, de laborator de idei, de promotor ale bunelor practici, de producere și distribuire a expertizei în societate și în economie.

În prezent, în anul 2012, ne aflăm într-un moment istoric, un moment de cumpănă instituțională, socială și economică. Suntem în al cincilea an al integrării României într-o Europă care își caută identitatea și mecanismele eficiente de funcționare. Am preluat moștenirea unei Români trecute prin comunism și printr-o tranziție economică, socială, politică, legislativă și instituțională departe de a fi mulțumitoare pentru foarte mulți români. Avem sarcina de a pregăti noile generații de economiști care să acopere uriașul deficit de competențe, de persoane, de modele, de cultură, de bune practici și cazuri de succes, de lideri de piață, de conducători de afaceri, organizații și de profesionalism în activitatea economică și socială.

Asistăm la un declin demografic accelerat în rândul absolvenților de liceu peste care se adaugă noile rigori ale examenului de bacalaureat, acestea ne vor obliga să ne adaptăm, să schimbăm modul în care am făcut până acum educație și cercetare, să diversificăm oferta educațională cu noi produse și noi forme de distribuire a lor, să găsim noi piețe educaționale, noi parteneri, să achiziționăm noi resurse și să oferim valoare superioară beneficiarilor și partenerilor noștri.

În contextul noilor reguli din educație, a noilor structuri care s-au format la nivelul Universității din Oradea, Facultatea de Științe Economice va fi un reper de eficiență, de valoare managerială și educațională.

### ***Misiunea Facultății de Științe Economice***

Așa cum o înțelegem până în acest moment, misiunea Facultății de Științe Economice este formarea de absolvenți de școală superioară economică cu o viziune modernă asupra realităților economice, cu competențe superioare în înțelegerea și gestionarea resurselor economice, care să creeze noi valori și un viitor mai bun oamenilor, organizațiilor, comunităților, instituțiilor și țării noastre. Pe lângă competențe, facultatea produce cunoaștere și valori, furnizează soluții și modele de succes pentru organizațiile și instituțiile din mediul socio- economic românesc.

Facultatea de Științe Economice își îndeplinește propria sa misiune prin contribuția la misiunea Universității din Oradea care este, conform art. 10 al Cartei Universității din Oradea:

1. Producerea, distribuirea, promovarea și teaurizarea valorilor culturii și civilizației românești, europene și universale;

2. Producerea și distribuirea de cunoaștere și competențe oamenilor, organizațiilor, comunităților, instituțiilor și altor entități din mediul social, economic, administrativ, cultural și educațional;
3. Formarea inițială și continuă de nivel universitar, satisfacerea nevoii de competență a mediului social, economic, administrativ, cultural și educațional;
4. Realizarea de cercetare științifică, dezvoltare, inovare și transfer de tehnologie, know how și bune practici individuale și colective, în domeniul științelor, ingineriei și artelor;
5. Promovarea modelelor de valoare, performanță, eficiență și eficacitate individuală, organizațională, instituțională și comunitară;
6. Asigurarea dezbaterii ideilor referitoare la bine, adevăr și frumos.

Intenționăm să construim o declarație de misiune a facultății care să preia ideile și convingerile constituenților facultății și să exprime pe scurt, concentrat și elocvent misiunea facultății noastre, astfel încât fiecare angajat, cadru didactic și nedidactic, student sau absolvent, să se simtă reprezentat și entuziasmat de enunțul cuprins în declarația de misiune instituțională.

## **Obiective strategice ale Facultății de Științe Economice**

Considerăm că în următorii ani sunt de importanță strategică realizarea următoarelor obiective:

1. Modernizarea instituțională a Facultății de Științe Economice și oferirea de valoare pentru membri
2. Modernizarea ofertei și proceselor educaționale ale Facultății de Științe Economice
3. Creșterea gradului de implicare a studenților
4. Conectarea facultății la mediul universitar, instituțional, economic și social, în România, în Europa și la nivel mondial
5. Realizarea unui marketing universitar la nivel de excelență

## **Obiectivul strategic nr. 1: Modernizarea instituțională a Facultății de Științe Economice**

### **1.1 Deziderat: Facultatea 2.0**

#### **Ce înseamnă 2.0?**

Atributul 2.0 a apărut în lumea Internetului făcând referire la un nou mod de a folosi informația, care poate fi produsă, distribuită, accesată, partajată și procesată mult mai interactiv și mai eficient. De exemplu, Wikipedia, Youtube, rețelele de socializare Facebook, Tweeter, blogurile și tot portofoliul de produse și servicii Google crează posibilitatea de a produce conținut informațional, de a îl distribui altora, de a facilita accesul pe mai multe niveluri de permisiuni, de a pune resurse și conținuturi în comun, de a crește implicarea, creativitatea și satisfacția participanților la procesele cu informații.

#### **Organizațiile 2.0**

Din lumea Internetului, conceptul a ajuns în lumea organizațiilor, în management și în educație. Într-o organizație de tip 2.0 conținuturile, informațiile, deciziile și comunicarea nu mai sunt oferite static, ierarhic și unidirecțional de către cei care le au către cei care nu le au, de la șefi către subordonați, de la decani și prodecani către cadre didactice și către studenți. Toți aceștia devin membrii unei „comunități” și au posibilitatea de a contribui și de a participa activ la îndeplinirea obiectivelor comunității sau organizației din care fac parte. Astfel, au

puterea de a le influența evoluția și performanțele! Structurile organizației de tip 2.0 combină structurarea ierarhic tradițională cu cea matriceală, iar cel mai la îndemână exemplu sunt structurile echipelor de proiect care cuprind oameni din diferite departamente sau structurile consiliilor și comisiilor care cuprind oameni din diferite departamente și facultăți.

**O organizație de tip 2.0 este o organizație deschisă** în care oamenii își afirmă punctele de vedere, pun întrebări și primesc răspunsuri și se implică în mod conștient și voluntar în decizii care îi privesc. În organizațiile de tip 2.0 nu există inegalități interne referitoare la utilizarea resurselor comune, salarii, proiecte, muncă, informații și decizii. Mecanismele care funcționează într-o organizație de tip 2.0 permit fiecărui membru să se implice până la adâncimea sau nivelul de implicare dorit. Ele cuantifică resursele, informațiile sau know-how-ul transmis de către un membru membrilor organizației. Sistemele de organizarea cuantifică contribuția și implicarea fiecăruia și asigură echitatea evaluării contribuției sale.

**Managementul unei organizații de tip 2.0 este fundamental diferit de managementul tradițional bazat pe ierarhii și pe puterea șefului.** Managementul unei organizații de tip 2.0 nu permite tratarea discreționară a celor de jos de către cei de sus, pentru că activitatea și performanțele manageriale devin mult mai transparente și mai încadrabile în criteriile de performanță. Managerii dau socoteală pentru modul în care au dispus cheltuirea resurselor organizației și asigură acces la resurse și la informații tuturor celor interesați. Într-o organizație de tip 2.0, cei care participă, cei care furnizează resurse și conținut sunt cei mai importanți, nu cei care conduc. Într-o organizație de tip 2.0 **membrii participanți pot evalua performanțele operaționale și manageriale** iar numărul de referințe pozitive în evaluare contează în evaluarea contribuției participanților și deciziilor manageriale, fiind un feed back important și continuu.

Bineînțeles, există și puncte de vedere critice referitoare la 2.0. Per ansamblu, considerăm că avantajele sunt mai mari decât dezavantajele.

Managementul de tip 2.0 pe care îl propunem în continuare, marchează **un set de schimbări majore în cultura organizațională** a Facultății de Științe Economice. Numitorul comun al acestor schimbări este că o organizație și membrii ei așteaptă să se facă ceva CU ea, și nu PENTRU ea!

## **1.2 Modernizarea culturii organizaționale interne**

În opinia noastră, existența unei culturi organizaționale moderne este condiția majoră a performanței instituționale. Trecerea la o organizație de tip 2.0 este condiționată de modificări structurale în cultura organizațională a facultății.

Modernizarea culturii organizaționale înseamnă reșezarea culturii organizaționale interne pe principii și valori, discutarea, îmbunătățirea și asumarea lor. O dată instituite și asumate vom urmări cu strictețe respectarea lor.

**Cele zece principii** pe care vrem să le punem la baza culturii organizaționale a colectivului facultății noastre sunt următoarele:

### **1. PRINCIPIUL EXCELENȚEI**

Acest principiu statuează că constituenții facultății, în frunte cu managementul instituțional vor urmări excelența prin întreaga prestație instituțională și a personalului.

Prestația instituțională se referă la organizarea și funcționarea instituției, activitățile, serviciile și beneficiile oferite, modul în care este ea percepută de către studenți, comunitatea locală și comunitatea științifică și instituțională.

Prestația excelentă a personalului se referă atât la excelența persoanelor- cadrelor didactice, personalul nedidactic și administrativ, la excelența comportamentului lor în organizație, față de studenți, față de colegi și față de instituție, la prestigiul lor personal și profesional, la valorizarea lor pedagogică și științifică sau în alte domenii cu impact asupra proceselor de învățământ și de cercetare.

Acest principiu se bazează pe spiritul academic, pe universalitatea cunoașterii, pe valoarea și recunoașterea acesteia, pe climatul de respect, pe căutarea împreună a adevărului, binelui și frumuseții prin dezbateri și dialog.

## 2. PRINCIPIUL TRANSPARENȚEI

Activitățile și deciziile managementului instituțional vor fi transparente pentru a putea fi evaluate de către constituenții facultății și de către comunitatea universitară iar activitatea întregii instituții va fi transparentă pentru a fi cunoscută de către comunitatea locală, de către parteneri, de către stakeholderi și de către societate, în general.

## 3. PRINCIPIUL RESPONSABILITĂȚII ȘI RESPONSABILIZĂRII

Managementul instituției va dovedi responsabilitate față de toți constituenții instituționali (cadre didactice, colective, personal nedidactic, personal administrativ, studenți, organizații studențești, Consiliul Facultății, Senatul Universității, Consiliul de Administrație, Rectorat). Vom promova responsabilizarea acestor constituenți unii față de alții, de exemplu, profesorii față de studenți, membrii în Consiliul Facultății și Senatul Universității față de cei care i-au ales acolo ca reprezentanți etc.

Pentru a operaționaliza responsabilitatea și responsabilizarea, vom dezvolta și implementa mecanisme și proceduri specifice (de exemplu, rapoarte anuale de activitate, publicarea online a rapoartelor și documentelor doveditoare a rezultatelor activităților, consultarea membrilor colectivului înainte de a lua decizii care îi privesc sau afectează ș.a.)

## 4. PRINCIPIUL ÎMPlicĂRII

Considerăm că implicarea este mecanismul de extragere a valorii superioare din resursele umane pe care le avem la dispoziție.

Urmărim diferitele forme posibile ale implicării: de la implicarea membrilor colectivelor în activitatea didactică și de cercetare, la implicarea studenților și partenerilor educaționali în concepția și îmbunătățirea curriculum-ului, implicarea în managementul instituțional, implicarea studenților în creșterea calității și atractivității vieții profesionale la facultate, până la implicarea studenților în activitatea de cercetare, în activități de voluntariat, sau implicarea membrilor colectivului în cauze sociale sau civice ori implicarea în activități și structuri externe care să sprijine învățământul și cercetarea în instituția noastră (comisii, consilii, ARACIS, AFER ș.a).

O altă componentă a implicării este **implicarea în dezbateri și decizii** a membrilor colectivelor și mai ales a membrilor consiliilor (la departamente, în Consiliul Facultății). Implicarea în decizii îi responsabilizează pe colegi și îi stimulează să contribuie cu valoare adăugată.

O a treia dimensiune a implicării este **implicarea partenerilor educaționali în procesul de învățământ**, de la implicarea tutorilor de practică în evaluarea practicii studenților, la implicarea unor consultanți din mediul de afaceri la evaluarea planurilor de afaceri, la implicarea unor posibili beneficiari în stabilirea temelor și a direcțiilor de cercetare

Vom dezvolta **mecanisme de evidențiere și recompensare a implicării** (de exemplu, evidențierea publică a meritelor persoanelor, diplome, distincții, premii sau introducerea unor criterii specifice în evaluarea cadrelor didactice și a personalului, introducerea unor criterii

pentru angajare care vor evidenția implicarea anterioară a candidatului în diferite activități organizaționale, sociale și civice etc.)

#### 5. PRINCIPIUL CONTRIBUTIVITĂȚII

Urmărim dezvoltarea unei culturi organizaționale a contributivității, în care **fiecare membru al organizației să contribuie** la binele instituțional iar **beneficiile primite să exprime nivelul contribuției**. Astfel, vom urmări, evalua și recompensa contribuția fiecărui angajat la instituției la îndeplinirea obiectivelor instituționale, a progresului și a prestigiului instituțional. Vom preîntâmpina și corecta situațiile în care unii lucrează și alții iau bani, în care resursele și beneficiile sunt distribuite inegal și preferențial, fără nici o legătură cu contribuția la îndeplinirea obiectivelor instituționale, a indicatorilor care măsoară valoarea activităților și rezultatelor acestora în domeniile învățământ și cercetare.

#### 6. PRINCIPIUL VALORIZĂRII TRECUTULUI ȘI A TRADIȚIEI

Prin valorizare trecutul urmărim **realizarea legăturilor cu foștii** noștri profesori, absolvenți și studenți, colegi cadre didactice sau personal nedidactic. În plus, valorizarea trecutului presupune **exprimarea publică a recunoștinței față de persoanele care au contribuit** până în prezent la bunul mers al instituției și la evoluția instituțională.

De asemenea, prin valorizarea tradiției avem în vedere **recuperarea și valorizarea istoriei și culturii academice** orădene, românești și europene și a elementelor de specific culturale ale țării și zonei noastre istorice și geografice.

Vom dezvolta mecanisme de operaționalizare a acestui principiu, de exemplu, realizarea și actualizarea galeriei de onoare, organizarea unor întâlniri și a unor evenimente prin care să evocăm și să evidențiem contribuțiile unor cadre didactice și nedidactice la evoluția facultății, festivități cu ocazia pensionării, invitații adresate foștilor studenți de a se întoarce în calitate de parteneri instituționali, implicarea în organizarea întâlnirilor de zece, douăzeci de ani de la absolvirea facultății etc.

#### 7. PRINCIPIUL NORMATIVITĂȚII, PROCEDURALIZĂRII ȘI LEGALITĂȚII

Pentru a standardiza și uniformiza bunele practici vom urmări normarea, proceduralizarea regulilor și mecanismelor de funcționare interne și corespondența acestora cu legislația și sistemul de norme și reguli existente la nivelul Universității din Oradea.

Totodată vom urmări **îmbunătățirea sistemului de norme și reguli**, la toate nivelele activității instituționale precum și îmbunătățirea respectării lor. Desigur că suntem conștienți că o supranormare și supraproceduralizare poate duce la o birocratizare excesivă a proceselor interne și că rostul regulilor este să ajute, să faciliteze desfășurarea proceselor, nicidecum să încurce sau să blocheze inițiativa și implicarea individuală sau de grup.

#### 8. PRINCIPIUL GRADUALITĂȚII SCHIMBĂRIILOR

Întregul program managerial propus stă sub semnul schimbării. Suntem conștienți că **schimbarea, deși este necesară, trebuie administrată gradual** pe măsură ce membrii organizației conștientizează beneficiile ei. Realizarea schimbării se va face atât prin presiunea autorității managementului, cât și prin promovarea beneficiilor schimbării și implicarea mai multor constituenți interni în controlul efectelor schimbării.

Principiul gradualității schimbării mai include și **susținerea membrilor organizației** să se adapteze la schimbare, să devină factori activi ai schimbării, actori și autori ai acesteia, nu simpli spectatori.

#### 9. PRINCIPIUL RESPECTĂRII IGIENEI MUNCII

Igiena muncii se referă la igiena fizică a mediului de lucru, la igiena muncii intelectuale și igiena culturii organizaționale.

Igiena fizică se referă la curățenia și condițiile de igienă din mediul de lucru din facultate- spațiile de predare – învățare, din birouri, din spațiile deschise și din toalete. Condițiile de curățenie, căldură, funcționalitate a instalațiilor, existența unor consumabile (săpun, hârtie igienică, șervețele, uscătoare de mâini) ș.a. determină membrii comunității universitare să aibă confortul fizic necesar pentru o activitate instituțională de calitate.

**Igiena muncii intelectuale** se referă la atenția acordată modului în care oamenii (profesorii, studenții, personalul nedidactic etc.) își utilizează resursele intelectuale, în corespondență cu gradul de încărcare cu sarcini, cu calendarul activităților instituționale și cu necesitatea dedicării unui timp de calitate pentru cercetare și perfecționare profesională. **Scopul asigurării igienei muncii intelectuale este prevenirea suprasolicitării nervoase și emoționale și asigurarea eficienței efortului intelectual.** Pentru studenți, igiena muncii intelectuale se referă la dispunerea orelor în săptămână, dispunerea cerințelor pentru disciplinele de pe parcursul unui semestru (realizarea de referate, studii, planuri, sinteze etc.) care să nu se aglomereze și să nu îi suprasolicite, dispunerea examenelor și a formelor de verificare în sesiune. Pentru profesori, vom avea în vedere calendarul activităților didactice, încărcarea în ore și activități pe zi / săptămână / semestru, necesitatea urmării implicării lor în activități instituționale (participarea la ședințe, festivități, conferințe, implicarea în proiecte etc.), rolurile lor manageriale și extrauniversitare și alte presiuni sau situații consumatoare de energie intelectuală și emoțională. **O igienă corectă a muncii intelectuale este o garanție că profesorii și studenții vor investi în activitatea didactică și de cercetare cea mai prețioasă parte a timpului și energiei lor intelectuale și emoționale.**

**Igiena culturii organizaționale** urmărește asigurarea unui climat organizațional care să favorizeze munca și implicarea membrilor în organizație. Asigurarea igienei culturii organizaționale se va face prin **preîntâmpinarea, izolarea și inhibarea surselor de deranj organizațional** (conflicte, nemulțumiri, inegalități, mesaje critice, acide și licențioase pe forum, în media sau în spațiul public) încurajarea membrilor organizației să respecte aceleași principii și valori și să își transforme nemulțumirile acumulate individual în soluții pentru îmbunătățirea activității organizației. Una dintre dimensiunile igienei culturii organizaționale este **atitudinea de respingere, delimitare și de denunțare a copiatului, plagiatului, conflictelor de interese, corupției, minciunii, manipulării și altor situații reprobabile.** În acest efort de asigurare a respectării valori, managementul instituțional și profesorii nu pot fi singurii combatanți, fiind necesară cooperarea cu studenții, cu opinia publică, cu partenerii instituționali și cu alți posibili aliați.

#### **10. PRINCIPIUL MULTIPLICĂRII DIMENSIUNILOR DEZVOLTĂRII INSTITUȚIONALE**

Conform acestui principiu, dezvoltarea instituțională a Facultății de Științe Economice trebuie să se facă pe mai multe dimensiuni. Unele dintre dimensiuni pot fi privite dual. Managementul și stakeholderii instituționali vor căuta în mod conștient, activ și sistematic multiplicarea dimensiunilor de evoluție și progres ale instituției.

Câteva dintre dimensiunile avute în vedere pentru dezvoltarea instituțională pentru următorii patru ani sunt:

- dezvoltarea cantitativă și dezvoltarea calitativă, pe termen scurt și pe termen lung;
- dezvoltarea resurselor proprii și dezvoltarea resurselor atrase;
- dezvoltarea prin perfecționarea personală și profesională a fiecărui universitar și dezvoltarea prin perfecționarea activității grupurilor, a colectivelor, a consiliilor și comisiilor;

- dezvoltarea prin contribuția tehnologiei de informații și comunicare la producerea și distribuirea de cunoaștere și dezvoltarea prin perfecționarea metodologiei didactice și a îmbunătățirii pregătirii psihopedagogice ale cadrelor didactice;
- dezvoltarea prin achiziția mai multor resurse de la sistemul național de învățământ și dezvoltarea prin încasări din furnizarea de valori mai mari către mediul economic și social;
- dezvoltarea proceselor de învățământ și cercetare (ele compun misiunea universității) și dezvoltarea proceselor manageriale, de comunicare internă, de prestare a unor beneficii și servicii, de inițiere și valorificare a unor legături cu partenerii din mediul extern (acestea sunt condițiile îndeplinirii misiunii universității);
- dezvoltarea în contextul național (de exemplu, parteneriate cu entități românești) și dezvoltarea în context european și mondial (parteneriate cu entități din UE și din lume);
- dezvoltarea prin contribuția / oferirea de valoare către cetățeni români și / sau cetățeni străini. Una dintre posibilitățile dezvoltării acestei dimensiuni este implicarea cadrelor didactice din universitățile partenere Erasmus sau din universitățile românești să presteze activități didactice și de cercetare. O alta este extinderea programelor de practică ale studenților către companii și instituții din UE;

### **1.3 Îmbunătățirea proceselor instituționale**

Principalele procese care se desfășoară în organizația noastră sunt procesele de învățământ și de cercetare. Chiar dacă în sarcina decanatului facultății stă în special procesul de învățământ, avem în vedere atât procesul de cercetare cât și condițiile și procesele care fac posibile buna desfășurare a învățământului - procesele manageriale, de comunicare internă, de prestare a unor beneficii și servicii, de inițiere și valorificare a unor legături cu partenerii din mediul extern.

**Îmbunătățirea procesului de învățământ** poate fi făcută prin analiza și îmbunătățirea ofertei educaționale, prin legătura cu cerințele pieței muncii și cu mediul economic și social extern, prin controlul și îmbunătățirea unor faze și etape ale procesului de învățământ prin urmărirea riguroasă a furnizării competențelor declarate, planificarea activităților educaționale (de exemplu, a orelor), controlul conținuturilor educaționale în scopul nesuprapunerii lor, îmbunătățirea mijloacelor didactice și a controlului achiziției competențelor și cunoașterii de către studenți, multiplicare formelor și mijloacelor de distribuție a conținuturilor educaționale. Am detaliat toate aceste deziderate și măsurile de implementare a lor în secțiunea 2.1.

În altă ordine de idei, îmbunătățirea procesului de învățământ poate fi făcută prin îmbunătățirea capacității facultății și profesorilor de a îl derula, îmbunătățirea modului în care studenții se implică în proces și achiziționează competențele prevăzute, îmbunătățirea managementul desfășurării procesului - incluzând aici planificarea, organizarea, evaluarea și controlul acestuia.

O componentă importantă a procesului de învățământ sunt **procesele de evaluare**. Am prevăzut în Anexa 1.3.1 a planului managerial o secțiune distinctă referitoare la evaluare.

Alte procese importante pe care ne propunem să le îmbunătățim sunt **procesele de comunicare instituțională interne și externe**. În acest sens am prevăzut soluții de **organizare a unui Centru informațional intern**, prezentat pe larg în Anexa 1.3.2. În esență, propunem amenajarea unui spațiu / birou de recepție, care să funcționeze de la 8 la 20, în două schimburi, cu contribuția studenților voluntari, să furnizeze comunicare interactivă în

interiorul comunității de studenți și de profesori, să fie un loc de păstrare a informațiilor legate de activitatea curentă, pentru semnarea condiciei de intrare – ieșire, de eliberare de chei, telecomenzi iar pentru studenți un loc de predare - preluare documente, lucrări, contracte de studii etc.

Unul dintre procesele pe care le considerăm importante se referă la **încurajarea implicării în decizii a membrilor colectivului facultății**. Încurajarea implicării lor în decizii se poate face prin:

1. **informarea sistematică și riguroasă cu privire la aspectele și problemele care trebuie decise**, prin intermediul vehiculelor de informare propuse (buletin informativ, newsletter, forumuri dedicate etc.);
2. **accentuarea dezbaterii și analizei interne a problemelor care fac obiectul deciziilor** (prin intermediul cercurilor metodice, a forumurilor dedicate);
3. prin promovarea unei culturi a ședințelor care să fie forumuri de decizie, nu de discuții, forumuri de implicare și participare nu de defilare și expunere a poziției de autoritate a managerilor. Instrumentele avute în vedere sunt **instituirea unui sistem de reguli referitoare la ședințe**, cu ajutorul cărora să urmărim eficiența consumării timpului și nivelul de implicare în decizii a participanților la ședințe.

Alte procese pe care le avem în vedere sunt procesele administrative și de secretariat, **procesele de gestiune a informațiilor** și de distribuire a acestora la persoanele interesate și **procesele de marketing și comunicare cu exteriorul** în scopul achiziției de resurse și furnizării de valoare.

#### **1.4 Oferirea de valoare pentru angajați: personal didactic și nedidactic**

Valoarea pentru angajați constă în beneficiile primite în urma muncii lor, din mediul de muncă și din toate elementele culturii organizaționale evidențiate mai sus.

Efectul oferirii de valoare pentru angajați este eticheta pusă facultății de: „organizație pentru care merită să lucrezi”.

Avem în vedere în primul rând personalul nedidactic care va funcționa în subordinea directă a conducerii facultății, dar și personalul didactic și de cercetare din departamente care aparține de facultate.

Prezentăm în continuare strategiile de creștere a valorii oferite angajaților:

##### **1.4.1 Îmbunătățirea politicii salariale**

Politica salarială din facultate va trebui să devină o pârgie importantă în oferirea de valoare către angajați. În acest scop vom analiza politica salarială existentă și vom propune măsuri de îmbunătățire a salarizării care să poată fi aplicate în cadrul sistemului de reguli existente în învățământ și în Universitatea din Oradea cu luarea în considerare a veniturilor extrabugetare, a raporturilor dintre veniturile angajaților și a contribuției acestora la realizarea obiectivelor instituționale.

##### **1.4.2 Diminuarea stresului de la locul de muncă**

Stresul de la locul de muncă este rezultatul supraaglomerării muncii pe fondul lipsei de planificare a muncii sau a normării defectuoase a muncii, a sarcinilor urgente, a percepției de lipsă a predictibilității, a regulilor confuze sau chiar a lipsei de reguli, a conflictelor în organizație sau a măsurilor punitive.

Urmărim diminuarea stresului de la locul de muncă prin identificarea factorilor care generează stres și corecția sau inhibarea lor, prin asigurarea igienei muncii ca efect al respectării principiului evidențiat mai sus.

Un alt mijloc prin care vom urmări diminuarea stresului este **intensificarea eforturilor de sudare a echipelor** și asigurarea distribuirii de resurse în interiorul echipei.

Un al treilea mijloc este instituirea unor **mecanisme eficiente de control** a activităților, care să diminueze foarte mult probabilitatea ca o greșeală făcută în procesul muncii să rămână nedescoperită și necorectată. Urmărim orientarea controlului nu atât spre descoperire și corecție de greșeli ci spre recunoașterea contribuțiilor individuale ale membrilor la obiectivele comune.

O altă măsură pe care o vom implementa va fi revizuirea proceselor de comunicare pe platforma [distance.iduoradea.ro](https://distance.iduoradea.ro) în scopul diminuării fluxurilor de comunicare electronică nedorite sau nerelevante pentru un angajat. Revizuirea comunicării pe platformă va avea ca efect faptul că **angajații nu vor primi emailuri pe probleme care nu îi interesează direct** iar ceea ce îi interesează direct va fi distribuit direct și eficient prin mijloace de comunicare eficace.

În al cincilea rând vom urmări planificarea eficientă a sarcinilor și timpului de lucru, pentru a putea respecta orele și zilele de odihnă ale angajaților. **Vom descuraja și limita apelurile telefonice și e-mailurile care conțin sarcini distribuite de pe o zi pe alta sau de vineri după amiază până luni dimineața.**

### **1.4.3 Asigurarea unor condiții de muncă decente**

Avem în vedere amenajarea unor spații pentru a fi birouri pentru membrii departamentelor și birouri pentru conducerea departamentelor. Identificarea și alocarea spațiilor potrivite se va face cu sprijinul conducerii universității și a serviciilor administrative de resort.

Avem, de asemenea, în vedere identificarea unor **soluții pentru rezolvarea problemei servirii mesei sau gustărilor** în timpul programului de muncă.

În al treilea rând vom acorda atenție **condițiilor de la toalete și condițiilor de igienă fizică a spațiilor.**

În al patrulea rând, vom analiza și, prin intermediul Centrului Informațional Intern, vom restuctura fluxurile și procesele de comunicare, de interacțiune cu studenții, de interacțiune cu profesorii astfel încât **să diminuăm întreruperile de activitate** ale angajaților și să facilităm concentrarea lor eficientă pe câte o sarcină o dată.

### **1.4.4 Asigurarea unor mecanisme de creștere a valorii resurselor umane prin instruire și formare profesională continuă**

Instruirea și formarea este obiectul de activitate al organizației noastre. Cu toate acestea, există mari nevoi nesatisfăcute de instruire, formare și perfecționare în rândul angajaților, atât didactic cât și nedidactic pe care ne propunem să le satisfacem.

Avem în vedere instruirea personalului didactic în ceea ce privește:

- Îmbunătățirea metodologiei de predare a disciplinelor;
- Îmbunătățirea nivelului de cunoaștere a limbilor străine;
- Cunoașterea și utilizarea eficientă a metodelor, tehnicilor și instrumentelor folosite în procesul de învățământ: de exemplu, facilitățile oferite de softuri, utilizarea platformei

distance, utilizarea eficientă a resurselor informatice, organizarea vizitelor didactice, realizarea materialelor didactice;

- Stimularea utilizării de noi resurse și mijloace didactice și promovarea experienței și a bunelor practici în folosirea lor. De exemplu, filmele educaționale, invitații din mediul economic și social în cadrul orelor de curs / seminar, promovarea utilizării unor resurse de pe Internet ș.a.
- Creșterea capacității individuale și de grup de a realiza cercetare științifică și de a valorifica rezultatele;
- Modalități eficiente de interacțiune cu studenții, de atragere și menținere a atenției, de realizare a comunicării mediate electronic, de organizare a unor secvențe ale procesului educațional, de realizare a evaluării etc.;
- Prezentarea regulilor, reglementărilor, procedurilor și normelor care îi privesc și a soluțiilor pe care le au la dispoziție pentru a realiza eficient prevederile acestora;
- Creșterea capacității lor de a lucra în echipă, de a înțelege rigorile colectivelor și echipelor în cadrul cărora lucrează;
- Perfecționare prin creșterea capacității și expertizei lor de a lua decizii în cadru colegial și în poziții de management instituțional și organizațional – pentru aceasta va fi stimulată participarea a cât mai mulți colegi în comisii, încurajarea lor să se implice în deciziile instituționale, încurajarea să urmeze cursuri de management universitar.

Avem, de asemenea, în vedere instruirea și creșterea valorii personalului nedidactic și administrativ, prin:

- Instruirea și facilitarea dobândirii de competențe în organizarea eficientă a muncii;
- Instruirea în utilizare a eficientă a mijloacelor utilizate în procesul muncii: soluții informatice, programe și operațiuni în lucrul cu informații și în comunicare;
- Creșterea capacității de comunicare și relaționare cu colegii, cadrele didactice, partenerii instituționali și studenții;
- Implicarea lor în cursuri și programe de instruire specializate oferite de constituenți și/ sau parteneri ai facultății noastre, de exemplu, curs ECDL, cursuri de limbi străine etc.

#### **1.4.5 Implementarea unor mecanisme de distribuire a experienței, expertizei și bunelor practici în interiorul organizației**

Distribuirea resurselor de expertiză, achizițiile de experiență și de bune practici se face prin comunicare. În acest sens vom iniția și derula noi mecanisme și instrumente de comunicare, dintre care menționăm:

##### **Cerc de metodologie didactică**

Cunoaștem filozofia Kaizen de îmbunătățire continuă a aspectelor activităților și vieții profesionale. Credem că cercul de metodologie didactică poate cuprinde forme de comunicare, dezbateri și reflecție asupra modului în care urmărim realizarea obiectivelor și activităților comune. Activitățile și dezbaterile în cadrul cercului pot fi realizate în cadrul unor întâlniri, discuții și dezbateri sau pot fi purtate online în cadrul unor forumuri tematice.

##### **Publicație internă pentru angajați**

Publicațiile interne pentru angajați ale organizațiilor sunt instrumente de comunicare intrenă care sporesc gradul de informare a angajaților, prezintă evenimente din mediul intern și extern care au implicații asupra vieții și activității profesionale, dezbate teme de interes intern,

prezintă experiențe și bune practici, soluții la problemele generale din mediul educațional și instituțional.

Avem în vedere realizarea unei publicații bilunare, tipărite, în format A4 cu 8-16 pagini care să fie adresată personalului angajat al facultății și care să prezinte elemente dintre cele de mai sus, în scopul intensificării dezbaterii interne, a promovării persoanelor din facultate și din mediul educațional, a punctelor lor de vedere referitoare la activitatea din educație și din mediul extern care o influențează.

De asemenea, avem în vedere distribuirea unui newsletter (buletin informativ electronic, transmis pe email) cu subiectele cuprinse în publicația tipărită.

#### **1.4.6 Perfecționarea politicii de resurse umane**

Perfecționarea politicii de resurse umane se va face prin implementarea celor mai potrivite forme de motivare ale personalului din teoria și practica managementului resurselor umane

În afara motivării salariale, menționate mai sus, teoria și practica managementului resurselor umane furnizează și alte metode, tehnici și instrumente de motivare, de furnizare a beneficiilor pentru membrii organizației pe care le vom avea în vedere în calitate de Decan. Ele vor fi folosite pentru a stimula satisfacția și implicarea membrilor organizației, pentru a crea un mediu de inovare în care oamenii caută soluții noi la problemele vechi fără a se teme că pot greși, știind că există mecanisme de limitare a consecințelor greșelilor, o înțelegere și o valorizare pozitivă în organizație a încercărilor de găsire și testare a unor soluții.

Urmărim identificarea unor soluții referitoare la:

**Informarea membrilor organizației referitor la schimbările din organizație.** De exemplu, vom institui un mecanism de comunicare referitor la membrii organizației care au venit și la cei care au plecat, prin pensionare, prin transfer, sau prin promovare. Vezi model de formular de comunicare în anexa 1.4.1.

**Accentuarea spiritului de echipă și de apartenență la organizație.** Printre soluțiile posibile, simple și eficiente vede:

- Identificare unor simboluri și elemente de identitate instituțională pe care să le introducem în politica de identitate instituțională a facultății;
- Furnizarea cărților de vizită cu însemnele Facultății de Științe Economice fiecărui angajat;
- Încurajarea cadrelor didactice asociate ca în lucrările științifice publicate și în pozițiile de vizibilitate publică pe care le ocupă să facă referire la calitatea de membru a facultății noastre.

**Valorizarea expertizei, rezultatelor și performanțelor individuale ale membrilor colectivelor facultății** prin evidențierea și recunoașterea publică a acestora și includerea de referințe la ele cu ocazia comunicării instituționale și a festivităților interne.

### **1. 5 Oferirea de valoare pentru studenți**

Studenții reprezintă prima și cea mai importantă categorie de beneficiari ai activității facultății. În același timp, studenții sunt membri ai comunității academice, sunt parteneri în procesul de învățământ realizat în facultate și resurse importante pentru activitatea de cercetare. Ca și conducător al facultății, Decanul va fi persoana responsabilă cu funcționalitatea unui sistem care să asigure transmiterea de valoare către studenți.

Șapte constituenți ai valorii oferite studenților

Studenților li se vor oferi, în primul rând, **competențele declarate în planurile de învățământ.**

În al doilea rând, li se va oferi un **proces modern de transmitere** a acestor competențe, un proces care va fi atent supravegheat de către conducerea facultății.

În al treilea rând, vom urmări să le oferim un **mediu fizic** comod, prietenos și incitant. Prin mediul fizic mă refer la ambianța fizică a sălilor facultății, spațiilor și dotărilor, starea în care se află spațiile și dotările (funcționalitate, curățenie, preîntâmpinarea unor funcționalități periculoase ca prize defecte, colțuri ascuțite, geamuri sparte, podele alunecoase) acces la cafea, răcoritoare și gustări, posibilități de a își folosi eficient timpul de așteptare, posibilitatea de a obține facil informații referitoare la procesele desfășurate în cadrul facultății.

În al patrulea rând să le oferim un **mediu organizațional prietenos**. Includ aici **predictibilitatea** (să știe în orice moment la ce să se aștepte) atât a procesului de învățământ, cât și a celor administrative și a procedurilor interne. Alte attribute ale unui mediu prietenos sunt **relațiile dintre studenți și personalul didactic și nedidactic, activitățile care țin de procesele de învățământ, formale și informale sau nonformale** (cercuri didactice, vizite didactice, invitații din exterior sau din mediul de afaceri, participări la conferințe, prezentări, proiecte, voluntariat, excursii, stagii etc.), **activități ale studenților** (balul bobocilor, campionat sportiv studentesc etc.), ale structurilor studențești, **activități comune cu profesorii** (întreceri sportive, banchet de absolvire etc.)

În cincilea rând să oferim **servicii** academice excelente: informații oferite studenților, preluarea și eliberarea unor documente, realizarea unor proceduri, răspunsuri la întrebări, orientare școlară și profesională, mentorat etc. În acest sens, structurile existente la nivelul facultății (Centrul pentru Formare și Perfecționare în domeniul Managementului Resurselor Umane, Centrul de Resurse privind Cariera)

În al șaselea rând să le oferim **oportunități** de carieră și antreprenoriat. Avem în vedere orientarea procesului de învățământ în direcția alinierii la cerințele prezente și viitoare ale pieței muncii. În plus, avem în vedere scanarea continuă a mediului economic și social, a pieței muncii, identificarea oportunităților de acces și evoluție a absolvenților noștri. Mai avem în vedere și instituirea unor mecanisme prin care să preluăm cererile de oferte de slujbe și de afaceri și să le oferim studenților și absolvenților noștri. O altă dimensiune este promovarea modelelor de succes, ale absolvenților noștri care au pornit afaceri, realizarea unui centru de resurse pentru studenții antreprenori și scrierea / popularizarea unor istorii de succes / studii de caz. Vom prelua oportunități oferite studenților, de exemplu, oferte de angajare, stagii de voluntariat și vom asista studenții în accesarea acestor oportunități prin recomandări date, servicii ale Centrului de Resurse privind Cariera. Nu în ultimul rând vom încuraja implicarea lor în proiectele desfășurate la nivelul facultății.

În al șaptelea rând le vom oferi **resurse și acces**. Mă refer în primul rând la resurse de cunoaștere, resurse de know how specific domeniilor de competență ale constituenților facultății. Apoi acces la rețele, la instituții, la proiecte, la partenerii facultății, la resursele universității. Am detaliat resursele în secțiunea de mai jos.

## **1.6 Oferirea de valoare pentru parteneri și absolvenți**

În secțiunea de mai jos am identificat categoriile posibile de parteneri. Opțiunea noastră este de a identifica elementele de valoare pe care le putem oferi fiecărei categorii de parteneri și de a evalua dacă elementele de valoare oferite pot fi furnizate gratuit sau contra cost.

**Elementele de valoare care pot fi oferite partenerilor**

- Cursuri de formare profesională
- Organizarea de evenimente de firme (prezentări de produse și servicii) în spațiile universitare, cu implicare cadrelor didactice și studenților și încadrarea lor în procesul de învățământ;
- Oferte de internship preluate și promovate;
- Sponsorizarea studenților, crearea de facilități pentru oferirea de burse;
- Servicii pentru angajatori, de exemplu:
  - Distribuția anunțurilor cu oferte de angajare;
  - Organizarea de târguri de locuri de muncă;
  - Servicii pentru ONGuri;
  - Târguri de voluntariat;
- Centre de resurse pentru organizațiile nonprofit;
- Identificare de bibliografie de sprijin pentru parteneri.

#### **Elemente de valoare care pot fi oferite absolvenților**

- Furnizarea de documente necesare pentru parcursul lor educațional ulterior absolvirii facultății: foi matricole, fișe de disciplină, evaluări, scrisori de recomandare;
- Abonarea lor la buletinul informativ în formă tipărită și în formă electronică;
- Sprijin pentru înființarea și funcționarea Asociației Absolvenților Facultății de Științe Economice. Aceasta poate fi o entitate juridică (de exemplu, un ONG) care poate să își asume rolurile de furnizori de servicii pentru absolvenți, depozitator de informații (arhiva foto și video a evenimentelor), să fie sursă de feedback pentru instituție, să aibă sarcina de a gestiona arhiva foto/video și să le pună la dispoziția absolvenților. Per ansamblu, Asociația Absolvenților va fi un stakeholder instituțional care va ajuta și va asista facultatea în urmărirea traseului absolvenților, identificarea oportunităților de noi cursuri și/sau servicii, crearea unor grupuri de susținere, prin care putem conecta instituția noastră printr-un sistem de relații de mediul economic și social. Tot prin această entitate se pot furniza bune practici pentru organizarea evenimentelor de absolvire și întâlnirilor de 10, 20 de ani de la absolvire.

## Obiectivul strategic nr. 2: Modernizarea ofertei și a proceselor educaționale ale Facultății de Științe Economice

Prin modernizarea ofertei educaționale avem în vedere asigurarea calității ofertei existente și dezvoltarea de oferte noi.

În opinia noastră, activitatea didactică poate fi considerată prin prisma:

1. Ofertei educaționale
2. Procesul de învățământ
3. Conținuturile didactice și formele de livrare a lor

Prin prisma ofertei educaționale, avem în vedere produsele și serviciile educaționale (ce oferim?) și piața căreia ne adresăm (cui?).

### 2.1 Măsuri pentru modernizarea ofertei educaționale

Din punct de vedere managerial, clarificarea acestor răspunsuri presupune implementarea următoarelor măsuri.

#### Măsura nr. 1 Definirea beneficiarilor și cunoașterea nevoilor lor

Prima categorie de beneficiari o reprezintă studenții (incluzând în această categorie atât studenții de la licență cât și masteranzii), cărora le oferim competențe prin programele de studii de licență și de masterat.

A doua categorie de beneficiari o reprezintă angajatorii, cărora le oferim absolvenți. *Cercetarea pieței muncii și a nevoilor angajatorilor reprezintă o prioritate în fundamentarea ofertei educaționale.*

Alte categorii de beneficiari ar putea fi:

- Grupuri țintă / beneficiari ai unor proiecte de instruire și transmitere de competențe;
- Manageri care au nevoie de formare continuă;
- Firme care au nevoie de instruire pentru angajați;
- Beneficiarii unor proiecte de formare profesională;
- Cadre didactice și personal din sistemul de învățământ, managerii și directorii de școli;
- Organizații profesionale din mediul de afaceri;
- Firme de consultanță;
- Organizații care fac obiectul studiilor de caz pentru diferitele discipline, lucrări și proiecte în cadrul facultății;
- Beneficiari ai unor activități cuprinse în procesul de învățământ (de exemplu, cercetări de piață, lucrări de audit)
- Alte categorii de beneficiari.

Nevoile acestor beneficiari sunt diferite, ele vor fi investigate în permanentă pentru a identifica apariția de noi nevoi care generează oportunitățile de lansare și promovarea ofertelor educaționale.

#### Măsura nr. 2 Fundamentarea listei de produse și servicii educaționale

Produsele și serviciile educaționale vor include, în primul rând programele de studii universitare de licență și de master. În legătură cu acestea avem în vedere:

- Analiza oportunităților de a continua și menține ori de a iniția noi programe sau linii de studiu;
- Promovarea programelor de masterat interdisciplinare;

- Realizarea de programe sau linii de studii în parteneriat cu alte universități, din țară sau din străinătate, cu instituții publice sau private;

În al doilea rând, produsele și serviciile educaționale includ acele elemente ale ofertei pentru care există cerere și interes din partea unor beneficiari:

- Programe de formare profesională;
- Cursuri de perfecționare managerială;
- Cursuri pentru angajații firmelor, organizațiilor și instituțiilor;
- Servicii care generează beneficii pentru firme, organizații și instituții ca de exemplu, cercetări de marketing, studii de piață etc.;
- Organizarea de evenimente cu specific educațional, cu participarea unor categorii de beneficiari, de exemplu, mese rotunde, întâlniri între manageri, prezentări de produse, târguri de locuri de munca, târguri de voluntariat etc.
- Editarea unor ghiduri, cărți și materiale bibliografice pe suport tipărit și electronic, cataloage;
- Cursuri online, în formă scrisă, audio și video;
- Alte produse și servicii educaționale;

### **Măsura nr. 3 Centrarea pe student și alinierea procesului de învățământ la cerințele pieței muncii.**

Urmărim astfel:

- Definierea riguroasă a competențelor și evaluarea măsurii în care fiecare disciplină din planul de învățământ și activitate educațională contribuie la formarea respectivelor competențe;
- Implicarea beneficiarilor și experților în metodologie didactică în proiectarea și supervizarea procesului de învățământ prin realizarea unei **comisii curriculare de sprijin pentru procesul de învățământ**, la nivelul fiecărui program de studii. Prezentarea modului de constituire și de funcționare a comisiei curriculare este făcută mai jos.
- Atragerea în desfășurarea în procesul de învățământ a unor **cadre didactice de prestigiu** din țară și din străinătate, a unor **personalități** de valoare și cu notorietate prin conferințe, evenimente, proiecte, întâlniri cu studenții, susținerea unor cursuri scurte, invitarea lor în cadrul unor școli de vară ș.a.
- Implicarea în desfășurarea procesului de învățământ a unor **profesioniști** din domeniul economic prin următoarele modalități:
  - Vizite didactice ale unor invitați din mediul economic și social în cadrul orelor de curs și seminar;
  - Vizite didactice ale studenților în unitățile economice și sociale;
  - Creșterea rolului tutorilor de practică din organizațiile gazdă;
  - Implicarea unor profesioniști din firme, organizații și instituții în sprijinul lucrărilor de absolvire a studenților, a studiilor de caz, a referatelor și lucrărilor de cercetare;
  - Încurajarea studenților să aducă în procesul de învățământ cazuri și situații ale unor organizații și profesioniști pe care îi cunosc direct și nemijlocit, încurajarea lor să își orienteze lucrările înspre satisfacerea unor nevoi reale ale acestora, se implice în diferitele lor proiecte și programe, în stagii de voluntariat, în campanii civice etc.;

### **Măsura nr. 4 Dezvoltarea și îmbunătățirea conținuturilor didactice și diversificarea formelor de livrare a lor, prin**

- Creșterea calității conținuturilor cursurilor predate prin utilizarea cunoștințelor de ultimă oră din domeniu, și a rezultatelor activităților proprii de cercetare;
- Elaborarea de ghiduri, îndrumare, caiete de seminar și alte materiale de sprijin a procesului de învățământ;
- Dezvoltarea de **noi conținuturi didactice**:
  - Cursuri scurte;
  - Ghiduri de „cum să...?”;
  - Cursuri în sistem de e-learning;
  - Cursuri și tutoriale video.
- **Multiplicarea formelor de distribuție** a informațiilor:
  - Distribuția prin intermediul orelor de curs și seminar;
  - Distribuția prin intermediul materialelor suport scrise;
  - Distribuția online a fișierelor scrise, a conținuturilor audio și video;
  - Utilizarea platformelor de e-learning, a site-urilor de disciplină, a blogurilor tematice etc.;
  - Utilizare rețelelor online tematice și a social media pentru distribuirea unor conținuturi și mesaje educaționale.
- **Promovarea noilor conținuturi** prin:
  - Încurajarea studenților să producă și să promoveze noile conținuturi;
  - Încurajarea studenților să realizeze proiecte de specialitate novatoare cu impact, de exemplu, realizarea pentru beneficiari a unor site-uri de internet, materiale de prezentare grafice, realizarea de filme de promovare, conținuturi informaționale și educaționale folosind noile mijloace media;
  - Promovarea în rândul opiniei publice, prin presă, emisiuni de televiziune, pe Internet a caracterului novator al procesului de învățământ de la Facultatea de Științe Economice.

Asigurarea calității ofertei educaționale existente se face și prin noi **forme posibile de organizare a proceselor de management ale ofertei educaționale**. Adoptarea și adaptarea acestor posibilități la situația, contextul și resursele facultății va fi în sarcina Consiliului Facultății de Științe Economice.

## **2.2 Soluții posibile pentru modernizarea proceselor educaționale**

Formele posibile de organizare / revizuire a proceselor educaționale pe care le avem în vedere sunt:

1. Introducerea unor comisii curriculare pentru procesul de învățământ
2. Revizuirea proceselor educaționale în funcție de transmiterea competențelor;
3. Introducerea unui sistem de mentorat pentru studenți.

### **2.2.1 Comisiile curriculare de sprijin pentru procesul de învățământ**

Pentru fiecare din programele de studii pe care le gestionează facultatea se pot realiza comisii curriculare cu rol consultativ și de sprijin al procesului de învățământ.

O comisie curriculară este un grup de lucru format din 5-7 persoane care se compune din:

1. Un reprezentant al Decanatului / Consiliului Facultății
2. Directorul programului de studii – un cadru didactic din departamentul care gestionează domeniile
3. Pentru programele de studii de licență, directorul programului de studiu din domeniu de nivel superior (masterat)
4. Expert în pedagogie și în metodologie didactică

5. Studenți
6. Reprezentanți ai mediului de afaceri, ai angajatorilor

Sarcinile Comisiei curriculare ar putea fi

- Clarificarea competențelor absolvenților programului de studii, repartizarea lor pe discipline sau activități din planurile de învățământ, supravegherea achiziționării lor de către studenți;
- Discutarea și revizuirea programelor analitice, a modului de predare, de evaluare;
- Definierea unor instrumente și indicatori ai realizării fiecărei din aceste competențe;
- Urmărirea achiziționării competențelor de către studenți;
- Definierea calificărilor și posturilor pe care absolvenții programului de studiu s-ar putea angaja;
- Să sintetizeze ce așteaptă mediul de afaceri de la absolvenții programului de studiu, de la instituție;
- Supraveghează armonizarea conținuturilor disciplinelor predate la nivelul programului de studii;
- Propune introducerea de noi discipline în planul de învățământ bazate pe modul în care aceasta va putea contribui la atingerea unor competențe.
- Inventarierea posturilor sau slujbelor din domeniu existente în organizațiile la care se angajează absolvenții noștri și inventarierea competențelor de care au nevoie.

Modul de lucru al acestor comisii va fi corelat cu cerințele stabilite și urmărite de Facultate pentru programele de studii. Membrii comisiei curriculare se pot întâlni în ședințe de 1-2 ori pe an și pot lucra online prin intermediul forumurilor de comunicare dedicate, utilizând informațiile disponibile în formă electronică, distribuite prin Internet.

## 2.2.2 Definierea și urmărirea riguroasă a competențelor și a achizițiilor de studenților

Studenții reprezintă cea mai importantă categorie de beneficiari ai produsului educațional al facultății. Facultatea trebuie să le transmită acestora:

1. competențe
2. experiențe
3. conținuturi
4. oportunități

Competențele vor fi codificate și vor fi extrem de riguros urmărite în scopul achiziției lor de fiecare student, participant la procesul de învățământ.

Transmiterea competențelor se poate face prin următoarele strategii:

1. **Orientarea procesului de învățământ înspre dobândirea competențelor.** Pentru aceasta, vom proceda la un reengineering de proces, cu o simplificare a procesului și asumarea unor roluri noi și complexe de către toți participanții la proces. Avem în vedere orientarea disciplinelor din planurile de învățământ înspre evidențierea expresă a competențelor pe care le transmit și responsabilizarea conducătorilor de disciplină în transmiterea efectivă a acestor competențe. Examenele vor urmări mai clar modul în care finalizarea unei discipline a condus la dobândirea competențelor declarate.
2. **Implicarea studenților înșiși, în mod conștient, în achiziționarea acestor competențe.** Studenții vor cunoaște competențele pe care urmează să le dobândească și vor urmări în mod conștient modul în care au făcut progrese în dobândirea lor, inclusiv prin rapoarte de autoevaluare personală, la finalul fiecărui an de studii și la finalul ciclului de învățământ.

3. Atragerea de parteneri care să contribuie la transmiterea de competențe: persoane, organizații și structuri din interiorul și exteriorul facultății, din instituții, din mediul angajatorilor, absolvenți ai facultății noastre etc. De exemplu, partenerii de practică, unitățile care reprezintă subiecte de referate, lucrări didactice, lucrări de absolvire, specialiști pe care să îi invităm la ore etc.

### 2.2.3 Implementarea unui sistem de mentorat

Una dintre soluțiile posibile de urmărire a transmiterii competențelor este stabilirea unui responsabil – mentor, pentru fiecare student, dintre cadrele didactice titulare, cu experiență în procesul de învățământ, în îndrumat și în mentorat. Mentorii vor cunoaște facultatea, activitățile și procesul de învățământ, fiind responsabili cu achiziția acestor competențe de către student.

Un mentor, va fi, în termeni de marketing, un manager de produs. Acesta va supraveghea întregul proces de transformare prin care fiecare candidat ajunge să fie absolvent și vor furniza sprijin și îndrumare atât pe orizontală cât și pe verticală.

Putem căuta și găsi cele mai eficiente variante de repartizare a studenților pe mentori. Avem în vedere posibilitatea ca decanul să stabilească mentorii sau ca posibilitatea ca șeful de departament să își stabilească mentorii.

#### Ce să facă mentorii?

- Mentorul preia feedback-ul studentului îndrumate referitor la ore, la profesori și la procesul de învățământ.
- Mentorul face un raport la finalul fiecărui an în care să evidențieze progresele făcute de student.
- Va exista un forum de comunicare al mentorilor cu rol de împărtășirea de bune practici în lucrul cu studenții și un centru de resurse
- Mentorul se află într-o comunicare privilegiată cu studentul, având acces la dosarul studentului și la portofoliul său educațional.

#### Portofoliul educațional al studentului

Pentru implementarea eficientă a sistemului de mentorat, avem în vedere realizarea unui portofoliu educațional a studentului.

Acesta este un dosar (fizic și / sau electronic) care să fie ținut de student (mentorul să aibă acces la el) și care să conțină:

- Documentele de prezentare ale studentului (CV, acte de studii)
- Rezultatele la teste de limbă, la interviuri- rezultatele evaluării studenților la intrarea în sistem
- Lucrările scrise de student și notate de profesori la examene;
- Caracterizarea făcută de profesorii și cei cu care a interacționat pe parcursul educațional
- Lucrările studentului: referate, lucrare de practică, proiecte și alte cerințe didactice
- Elemente de prezentare personală a studentului:
  - prezentarea unor lecturi, scrieri, producții intelectuale sau artistice, articole și puncte de vedere proprii
  - Poze
  - Raportarea unor activități desfășurate de student și care au incidență asupra parcursului său educațional: voluntariat, participări la campanii, afaceri, implicarea în organizații, implicarea în comunitate

- Ideile proprii referitoare la modalitățile de îmbunătățire a activității de la facultate, la îmbunătățirea cursului profesorilor, la îmbunătățirea activităților grupului de studenți etc.
- Diplome, distincții, medalii, realizări;
- Alte cerințe ale mentorului.

### 2.3 Dezvoltarea de oferte educaționale noi

Am făcut deja, în secțiunea 2.1 referire la procesele de fundamentare și analiză a necesității de dezvoltare a unor noi oferte educaționale.

Ofertele educaționale noi pe care le avem în vedere în perioada mandatului următor sunt:

1. Programe de studii în limba engleză la nivel de licență. Înființarea noilor programe de studii se va face pe baza procedurilor în vigoare la nivelul Universității din Oradea, cu evidențierea impactului pe care îl poate avea asupra activităților și situației existente (statele de funcții previzionate, situație privind încărcarea cu ore a personalului etc.)
2. Cursuri, produse și servicii de educație permanentă ale centrelor existente în facultate:
  - i. Centrul de limbi străine pentru afaceri
  - ii. Centrul eWork-Today: târgul locurilor de muncă virtual
  - iii. Centrul de Formare și Perfecționare în domeniul Managementului Resurselor Umane
  - iv. Centrul de Servicii pentru Afaceri Transfrontaliere
3. Cursuri, produse și servicii, stagii de formare prevăzute în proiectele în care sunt implicați membrii facultății, de exemplu, continuarea și extinderea ofertei modulului de formare pentru tutorii de practică din proiectul PRACTeam.

## Obiectivul strategic nr. 3: Creșterea gradului de implicare a studenților

Studenții sunt, pe de o parte, **beneficiari** ai activităților, pe de altă parte sunt **participanți** la procesele desfășurate la nivelul facultății. În al treilea rând, ei sunt **parteneri** în procesul de învățământ.

Studenții reprezintă cea mai importantă categorie de public, beneficiarii direcți și imediați ai activității facultății, receptorii celei mai consistente valori educaționale creată și distribuită de către membrii facultății. Studenții sunt cei care evaluează prestația academică a cadrelor didactice. Studenții pot fi agenți de marketing care să promoveze performanțele și bunele practici realizate la nivelul facultății.

Considerăm că studenții caută, în mod normal și natural, să își aducă propria contribuție și să se implice în deciziile care îi privesc. Implicarea studenților poate fi făcută la nivel individual, de grup, prin intermediul formelor organizate – asociațiile studențești, prin intermediul mecanismelor de reprezentare (membrii în Consiliul Facultății și în Senatul Universității).

### Zonele de implicare ale studenților

Apreciem că zonele în care studenții pot și trebuie să se implice sunt:

- a. organizarea și auto - normarea activității studenților și participarea lor la grupuri și colective;
- b. activități curriculare – în cadrul procesului de învățământ;
- c. activitățile extra-curriculare, cele de educație non-formală și activități culturale, artistice, asociative, cele impuse de tradiția universitară și de contextele instituționale specifice.

- d. participarea la competiții studențești, la conferințe, la concursuri de idei, la olimpiade pe domenii, la concursuri de burse, la concursuri de proiecte etc.

Modalitățile concrete de acțiune pentru stimularea implicării studenților sunt operaționalizate și descrise pe larg în Anexa nr. 3.1.

Am prezentat, de asemenea, în anexa 3.2 un Program de voluntariat al studenților de la Facultatea de Științe Economice pe care ne propunem să îl implementăm în perioada următorului mandat.

## **Obiectivul strategic nr. 4. Conectarea facultății la mediul universitar, instituțional, economic și social, în România, în Europa și la nivel mondial**

Modalitatea concretă prin care vom realiza acest obiectiv o reprezintă **parteneriatele**. Prin inițierea și derularea parteneriatelor urmărim conectarea la mediul economic și social local prin parteneriatele cu entități din mediul economic și social. În plus, prin parteneriate vom achiziționa resurse și oportunități de la partenerii noștri și vom determina implicarea stakeholderilor instituționali în îmbunătățirea activităților și proceselor pe care le realizăm.

Ca direcții strategice în realizarea parteneriatelor, urmărim:

1. Fundamentarea unor parteneriate cu organizații de input: cu licee, cu profesori diriginți, cu directorii de școli;
2. Parteneriate pentru îmbunătățirea valorii procesului de învățământ:
  - pentru implicarea studenților și profesorilor în activități economice și sociale, voluntariat;
  - pentru practica studenților;
  - pentru realizarea unor studii de caz;
  - pentru referate, proiecte, lucrări de absolvire;
  - pentru conectarea studenților și profesorilor la cele mai noi tendințe în economie;
3. Parteneriate pentru Spin Offs și Start Ups – indicatori în evaluarea domeniilor pe care le gestionăm;
4. Parteneriate cu organizații formate de constituenți interni: cu organizații profesionale (AGER, CECCAR), cu organizații studențești (OSUO, AIESEC)- care să asigure integrarea membrilor colectivului facultății în comunități profesionale, civice, asociative;
5. Constituirea unei organizații a absolvenților- prin care să asigurăm urmărirea absolvenților și a traseului lor profesional, identificarea unor modalități de a ține legătura cu ei și de a-i implica direct și indirect în activitățile și performanțele facultății;
6. Parteneriate pentru angajarea studenților;
7. Parteneriate pentru organizarea târgurilor de joburi, voluntariat;
8. Parteneriate pentru atragerea de resurse: burse pentru studenți, fonduri de tip endowment;
9. Parteneriate pentru accentuarea dimensiunii internaționale a activității facultății;

Avem astfel în vedere realizarea unor relații, legături și acorduri de parteneriat cu următoarele categorii:

- I. persoane și structuri din mediul universitar din Universitatea din Oradea, de pe plan local, din România și din străinătate;
- II. persoane și structuri din mediul de afaceri (manageri de top, companii de top, companii locale, multinaționale, firme de consultanță, bănci și instituții financiare, firme de turism etc.);
- III. persoane și structuri din mediul instituțional, din sectorul public;
- IV. persoane și structuri din societatea civilă, mass media, formatori de opinie, personalități.

O listă mai detaliată a posibililor parteneri pe care îi avem în vedere în activitatea noastră viitoare se găsește în tabelul nr. 1, de mai jos.

**Tabelul nr. 1. Posibili parteneri pentru Facultatea de Științe Economice**

<b>Nr. crt.</b>	<b>Descriptorul categoriei partenerilor</b>	<b>Detalierea categoriei / Exemple de nume de parteneri</b>
1.	Persoane și structuri universitare ale Universității din Oradea	Conducerea facultăților din universitate Conducerea Universității Alte departamente și facultăți din Universitatea din Oradea
2.	Persoane și structuri universitare din centrul universitar Oradea care organizează învățământ economic	Universitatea Emanuel Universitatea Agora Universitatea Partium
3.	Persoane și structuri universitare din țară	Cadre didactice universitare din universitățile din țară Conducătorii de doctorat domeniile economice Facultăți similare de la universități din țară Colaboratori mai vechi ai noștri Participanții la conferințele științifice de la Oradea Editorii publicațiilor științifice Partenerii în proiectele anterioare
4.	Parteneri instituționali din străinătate	Persoane și structuri cunoscute anterior din universitățile cu care avem parteneriate Erasmus; Persoane din mediul universitar din străinătate care au interacționat anterior cu facultatea noastră Persoane și structuri care solicită parteneri pentru proiectele lor Partenerii partenerilor noștri
5.	Persoane și structuri din învățământul preuniversitar	Licee Directorii de licee Profesorii diriginți din licee Inspectoratele școlare Structuri ale elevilor sau care lucrează cu elevii; Consilii, Asociații, proiecte
6.	Firme care sunt exemple de bune practici	Firme locale de succes Firme multinaționale care implementează proiecte locale

Nr. crt.	Descriptorul categoriei partenerilor	Detalierea categoriei / Exemple de nume de parteneri
7.	Firme care au primit studenții noștri în practică	Partenerii în cadrul proiectului PRACTeam Firme cu care avem deja încheiate acorduri de parteneriate
8.	Firme la care lucrează studenții și absolvenții noștri / firme la care studenții noștri au făcut referate, lucrări, studii diverse.	
9.	Mass media	Editori de publicații scrise Posturi TV Posturi de radio Jurnaliști specializați în domeniul economic
10.	Instituții publice locale	Consiliul Județean Primării, Consilii Locale
11.	Instituții deconcentrate	Direcția Ape Crișuri Oradea Direcția de Sănătate Publică Bihor Inspectoratul Școlar Inspectoratul Teritorial de Muncă Agenția Județeană pentru Ocupare și Formare Profesională Direcția Sanitar Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor Inspectoratul Teritorial în Construcții Oficiul de Cadastru și Publicitate Imobiliară Garda de Mediu Direcția de Cultură, Culte și Patrimoniu Inspectoratul Teritorial pentru Regim Silvic și Vânătoare Direcția Generală a Finanțelor Publice Garda Financiară Direcția de Statistică
12.	Instituții care gestionează și controlează fonduri europene, fonduri pentru cercetare	Autorități de management a proiectelor europene
13.	Instituții și organizații care finanțează proiecte de cercetare	
14.	Organizații nonprofit, neguvernamentale	Camere de comerț și industrie Organizații patronale Organizații profesionale Organizații civice Organizații în care studenții noștri pot face voluntariat Organizații care oferă burse pentru studenți
15.	Alte organizații și persoane	Absolvenți Comitete de inițiativă a absolvenților

Nr. crt.	Descriptorul categoriei partenerilor	Detalierea categoriei / Exemple de nume de parteneri
		organizate în vederea organizării întâlnirilor de 10, 20 de ani etc. de la absolvire Asociații ale studenților din Universitatea din Oradea Sindicate ale cadrelor didactice și ale studenților

Modalitățile concrete de încheiere a parteneriatelor vor face obiectul deciziilor Consiliului Facultății și a departamentelor.

## Obiectivul strategic nr. 5. Realizarea unui marketing al facultății la nivel de excelență

Sarcinile majore ale marketingului facultății sunt achiziția de resurse și furnizarea de valoare.

### Despre ce resurse este vorba?

Este vorba despre următoarele categorii de resurse:

- Resurse umane: candidați, studenți, profesori, management, parteneri, voluntari, participanți la conferințe, proiecte, procese și activități, invitați de onoare etc.
- Resurse materiale: spații, dotări, servicii, utilități, consumabile
- Resurse financiare: bani din taxe de studii, din proiecte de cercetare, din alocația pentru studenții bugetați, din servicii presta terților, din alte surse
- Resurse de sprijin: parteneriate, rețele, proiecte
- Resurse de know how: idei, sugestii, modele, bune practici, feed back
- Resurse de notorietate favorabilă: articole elogioase în presă referitoare la facultate, constituenții ei, activitatea din facultate, promovarea rezultatelor activităților din facultate.

### Cum achiziționăm resurse?

Fiecare dintre categoriile de resurse enumerate mai sus poate fi achiziționată prin procese, mecanisme și activități specifice. Achiziția de resurse nu este în totalitate sarcina marketingului dar există câteva categorii de care marketingul facultății ar trebui să se ocupe cu preponderență. Una dintre resursele importante pe care marketingul dorește să o achiziționeze și să o dezvolte este **notorietatea, imaginea și buna reputație**.

Considerăm că marketingul departamentului trebuie să vizeze:

1. Identificarea categoriilor de public în direcția cărora să orientăm eforturile de marketing
2. Identificarea unor elemente de vizibilitate;
3. Configurarea unor instrumente de marketing specifice;
4. Stabilirea unor politici de identitate, reguli și norme specifice;
5. Fundamentarea unui buget dedicat activităților de marketing, parte a bugetului Departamentului de Management Marketing.

**Identificarea categoriilor de public în direcția cărora să orientăm eforturile de marketing**

În cea mai mare parte aceste categorii sunt cuprinse în rândul partenerilor instituționali. Totuși, există categorii specifice și importante pentru marketing, dintre care menționăm mass media și publicul purtător de mesaje (jurnaliști, lideri de opinie, personalități, oameni politici)

**Elementele de vizibilitate pe care le avem în vedere sunt:**

- Evenimentele:
  - Evenimente cu personalități;
  - Evenimente științifice;
  - Evenimente mondene;
- Voluntariat;
  - Contractele de voluntariat;
  - Recompensele pentru voluntari;
- site-ul de Internet;
- cărțile de vizită;
- bannere;
- tricouri cu sigla facultății;
- pliante și cataloage informative;
- filme de prezentare;
- template-uri - modele de background pentru fișierele Power Point;
- reviste și publicații interne, pentru cadrele didactice și personal;
- publicații pentru studenți;
- newsletter distribuit electronic;
- pachete – cadou pentru partenerii noștri din programele Erasmus (conținând elemente materiale cu valoare de simbol, agende, calendare);
- mailuri sau alte forme de marketing direct;
- alte elemente de vizibilitate.

**La ce să se refere promovarea?**

Subiectele de care vor face obiectul promovării se pot referi la:

- Instituție;
- Catedre;
- Domenii de specializare;
- Cadrele didactice, activitățile lor și rezultatul activității lor;
- Performanțe;
- Proiecte;
- Activități pe care le desfășurăm: de învățământ, de cercetare, de marketing, de management, profesionale de afaceri etc;
- Evenimente;
- Diplome;
- Competențe;
- Bune practici: ce știm să facem noi (planuri de afaceri, planuri de marketing, cercetări de marketing, proiecte europene, consultanță, evenimente etc);
- Studenți.

**Stabilirea unei politici de identitate vizuală cu norme și reguli specifice**

Trebuie să realizăm la nivelul Facultății o politică de identitate vizuală care să:

- uniformizeze mesajele care le transmitem noi, constituenții FȘEc;
- uniformizeze modelele de cărți de vizită;
- stabilească standarde pentru activitățile promoționale și în legătură cu imaginea;

- stabilească standarde în legătură cu mesajele transmise;
- stabilească standarde în legătură cu procedurile și formele de comunicare utilizate;
- îi ajute pe constituenții facultății noastre să se prezinte în legătură cu avansările pe post, prezentarea în fața comisiilor diverse, prezentarea atunci când susțin o prezentare în străinătate despre România, Oradea, FȘEC;
- să constituie reper solid pentru o imagine pozitivă, pregnantă și proaspătă a Facultății și constituenților ei..

Managementul tuturor proceselor, mecanismelor și activităților va fi în continuare, principala responsabilitate a Decanului Facultății.

## Resurse pentru susținerea programului managerial

Resursele pentru susținerea programului managerial provin din baza de resurse a Universității din Oradea, a Facultății de Științe Economice.

Legea Educației Naționale prevede principiul susținerii activităților în condiții de eficiență financiară, deziderat pe care îl urmărim pentru fiecare dintre obiectivele strategice menționate mai sus.

În gestionarea resurselor financiare vom avea în vedere:

- Realizarea unor previziuni și planuri financiare, a unor bugete, și modelarea unor scenarii financiare;
- Maximizarea atragerii de resurse financiare din surse extrabugetare, prin proiectele de cercetare, prin cooperarea cu parteneri;
- Identificarea unor modalități și mecanisme de contribuție a actorilor universitari la generarea unor resurse financiare suplimentare, extrabugetare:
  - donații, sponsorizări;
  - burse pentru studenți;
  - donații de carte;
  - constituirea unor fonduri de tip endowment de către stakeholderi ai universității noastre (foști absolvenți, români din străinătate, filantropi etc);
  - încasări din cursuri de formare profesională;
  - încasări din vânzarea unor produse și servicii;

Prezentul program managerial cuprinde cele mai importante repere avute în vedere de candidatul conf. univ. dr. Dorin Cristian Coita pentru poziția de Decan al Facultății de Științe Economice a Universității din Oradea. El sintetizează motivația, viziunea, experiența, strategiile, măsurile, instrumentele și soluțiile pe care le am în vedere pentru dezvoltarea și modernizarea instituțională a facultății de Științe Economice.

Sunt conștient că va putea fi mult îmbunătățit prin completarea sa cu contribuții în idei și soluții ale celorlalți membri ai colectivului facultății, cu sugestii venite de la colegi și stakeholderi universitari.

Declar că voi susține orice alte variante de programe manageriale ale altor candidați dovedite a fi mai bune, mai complete și mai realiste sau rezultând din decizia Rectorului Universității din Oradea.

Oradea, la 14 mai 2012

## Anexe la programul managerial

### Anexa 1 Motivațiile și convingerile

care stau la baza candidaturii conf. univ. dr. Dorin Cristian COITA la poziția de Decan al Facultății de Științe Economice a Universității din Oradea

#### Motivații

1. Candidez pentru poziția de Decan al Facultății de Științe Economice a Universității din Oradea pentru a îmi aduce o **contribuție consistentă** la excelența instituției, la activitățile, rezultatele și performanțele membrilor săi..
2. Candidez pentru a **potența sarcinile de educație și deschiderea** spre comunitate, spre Europa, spre tehnologie, spre viitor, spre succes și spre performanță.
3. Candidez în calitate de **reprezentant** al mediului universitar orădean. În prezent sunt membru activ al comunității universitare orădene și al colectivului Facultății de Științe Economice și al Departamentului de Management Marketing. M-am implicat pe parcurs în toate activitățile profesionale și extraprofesionale. În trecut am fost student al Facultății de Științe Economice din cadrul Universității din Oradea, calitate în care am participat la activități studențești, civice, economice, am fost reprezentant al studenților în organizații studențești, în Consiliul Facultății și Senatul Universității din Oradea de atunci. Am reprezentat cadrele didactice în sindicatul profesional universitar. În ultimii patru ani am reprezentat al Catedra de Management Marketing în Consiliul Facultății de Științe Economice. În anul universitar curent am fost ales în Consiliul Departamentului de Management Marketing, în Consiliul Facultății de Științe Economice și în Senatul Universității din Oradea.
4. Candidez pentru a **valorifica experiența** de peste cincisprezece ani, de cadru didactic universitar, competențele și expertiza dobândită în procesele de evaluare academică a programelor de studii și a domeniului Marketing.
5. Candidez pentru a veni **în întâmpinarea oportunităților**, atât cele determinate de schimbările legislative în sistemul de educație din România, cât și cele determinate de evaluarea instituțională și posibilitatea îmbunătățirii viitoare a scorului obținut în evaluarea instituțională și cea a domeniilor Facultății de Științe Economice. De asemenea, pentru a valorifica oportunitățile pe care le pune la dispoziție apartenența universității noastre la spațiul universitar european și cele pe care ni le oferă tehnologia de informații și comunicare, de a spori forța impactului activităților noastre educaționale și de cercetare.
6. Candidez pentru a contribui la **așezarea Facultății de Științe Economice și a Universității din Oradea pe harta** universităților europene și mondiale de renume.
7. Candidez ca universitar, orădean și bun cetățean;

#### Convingeri

1. Sunt convins că alegerile universitare reprezintă o oportunitate, o **ocazie de mobilizare a unor resurse latente** din cadrul colectivului, un prilej de reflecție, analiză și auto - introspecție, un prilej de dezbateri asupra aspectelor importante care ne caracterizează, o binevenită competiție de idei și opțiuni referitoare la viitorul instituției universitare orădene, la rolul personal și instituțional în cadrul acestuia, un exercițiu democratic, civic și academic;
2. Sunt convins de **importanța lucrului în echipă, alături de colegii** cadre didactice de la nivelul Facultății de Științe Economice și Universității din Oradea și de faptul că Decanul este împuternicit de colegii săi să identifice și să urmărească realizarea unor obiective comune în beneficiul tuturor colegilor;

3. Sunt convins de **necesitatea de a prelua și dezvolta moștenirea academică** de cunoaștere, valori și de proiecte, de a valoriza rezultatul celor la care și-au adus contribuția la dezvoltarea și evoluția instituției universitare orădene până în prezent;
4. Sunt convins că **oamenii trebuie își aducă contribuția** la bunul mers al structurilor și instituțiilor din care fac parte, creând valoare și distribuind-o în jurul lor;
5. Sunt convins că Universitatea din Oradea are **legitimitatea, vocația și resursele** pentru a deveni un reper regional, național și internațional și în domeniile academice Economie, Finante, Contabilitate, Administrarea afacerilor, Management și Marketing
6. Sunt convins că **ne aflăm la un moment de cumpănă** istorică și instituțională, determinat de adoptarea și implementarea noii legi a educației, schimbările importante în mediul demografic, economic, social, instituțional și tehnologic;
7. Sunt convins că, la nivelul instituției universitare orădene, **există pericolul de izolare în provincialitate și în mediocritate**, că acest pericol trebuie să îl definim, să îl denunțăm și să îl evităm.

# Anexa 1.3.1 Îmbunătățirea proceselor de evaluare în Facultatea de Științe Economice

## Principii în evaluare

În realizarea evaluării, vom respecta următoarele principii:

### **Principiul nr. 1 Evaluarea studenților și a profesorilor**

Tradițional, în facultate se dau note studenților. Procedura pentru evaluarea și asigurarea calității cadrelor didactice existentă în Universitatea din Oradea prevede necesitatea și mecanismele de evaluare ale cadrelor didactice. Față de prevederile procedurii amintite, considerăm necesar *studiul posibilităților de îmbunătățire a evaluării prin luarea în considerare și a altor criterii și principii, dintre cele de mai jos.*

### **Principiul nr. 2 Evaluarea să fie făcută de persoane atât din interior cât și din exteriorul facultății.**

Pentru a crește obiectivitatea evaluării, urmărim să studiem posibilitatea deschiderii evaluării către exteriorul instituției. Desigur că există riscul ca evaluatorii să nu cunoască rigorile procesului de evaluare. Evaluarea externă s-ar putea face de către partenerii facultății. Avem în vedere implicarea acestora în procesul de evaluare, atât a studenților cât și a profesorilor.

În ceea ce-i privește pe studenți, subliniez că și până în prezent au fost supuși evaluării externe: atunci când dobândesc certificate de competențe lingvistice și de IT de la furnizori de competențe din exterior, cu ocazia implicării tutorilor în evaluarea studenților îndrumați în practică, cu ocazia participării lor la olimpiade și la alte concursuri sau manifestări științifice cu comisii formate din profesori sau evaluatori din exteriorul facultății. Cea mai importantă evaluare externă a studenților noștri este la angajare.

Operaționalizarea acestui principiu presupune implicarea terților în evaluare: a studenților, a absolvenților și a partenerilor - vezi mai jos.

### **Principiul nr. 3 Implicarea studenților în evaluare, prin autoevaluare**

Autoevaluarea este prevăzută în procedura de evaluare a cadrelor didactice. Consider că implicarea studenților în evaluare duce la creșterea responsabilității cu privire la propriul parcurs educațional.

### **Principiul nr. 4 Implicarea absolvenților în evaluare**

Spre deosebire de studenți, care nu au feedback de pe piața muncii, absolvenții sunt în măsură să aprecieze contribuția unor procese și persoane la formarea competențelor lor necesare pe piața muncii. De aceea, studiem posibilitatea să încurajăm absolvenții în a contribui la evaluarea cadrelor didactice și a procesului de învățământ, la perioade de timp variabile: doi sau mai mulți ani de la absolvirea facultății, după o experiență relevantă în domeniul pentru care s-au pregătit.

### **Principiul nr. 5 Încurajarea competiției în evaluare**

Întotdeauna, competiția stimulează participanții. Operaționalizarea acestui principiu se poate face prin faptul că se vor realiza topuri ale celor evaluați. Se vor stimula persoanele supuse evaluării să participe la competiții. Unul dintre exemplele de succes în competițiile studențești sunt olimpiadele. Un alt exemplu de succes în evaluarea cadrelor didactice de către studenți este alegerea decanului de suflet la terminarea facultății.

În scopul unei corecte competiții în evaluare, studenții și absolvenții vor fi stimulați să îi evalueze pe profesori pe baza unor mecanisme și bune practici care vor fi promovate puternic discutate deschis și îmbunătățit- acolo unde este cazul.

**Principiul nr. 6 Evaluarea să fie făcută pe diferite faze ale procesului educațional: la intrare, pe parcurs și la ieșire.**

Pentru a își putea îndeplini menirea, pentru a putea fi utilă și a genera indicii pentru corecția și îmbunătățirea procesului de învățământ, este necesar ca evaluarea să fie făcută pe diferitele faze ale procesului educațional. Am punctat mai jos câteva elemente ale evaluării cu mult înainte de intrarea în sistem, evaluarea în vederea admiterii, evaluarea la disciplinele de studiu, la finalul anilor de studiu, la ieșire (licență, disertație).

**Principiul nr. 7 Să se evalueze și procesul educațional însuși precum și evaluatorii.**

Considerăm că este necesar să se facă evaluarea activității, proceselor și rezultatelor evaluării, precum și evaluarea rezultatelor evaluării pe evaluatori.

Evaluarea procesului evaluării se poate face prin analiza acelor secțiuni din fișele disciplinelor în care sunt prevăzute modalitățile de evaluare și criteriile după care se acordă nota 5 și nota 10. De asemenea, se pot face studii privind percepția corectitudinii evaluării de către studenți și a transparenței criteriilor de evaluare.

Evaluarea evaluatorilor se poate face prin analiza notelor date de profesori și analiza modului în care sunt percepuți evaluatorii de către studenți.

## Strategii de îmbunătățire a procesului evaluării

În operaționalizarea îmbunătățirii evaluării avem în vedere următoarele măsuri:

### **Inițierea și dezbaterăa celor mai potrivite forme ale evaluării**

- În cadrul colectivelor de specialitate;
- În cadrul departamentelor;
- În cadrul unor focus grupuri, mese rotunde, publicații interne.

### **Implicarea în evaluare a mai multor participanți**

- Introducerea procedurii de autoevaluare a studentului cu evidențierea criteriilor;
- Introducerea procedurii de evaluare din partea absolvenților;
- Implicarea partenerilor instituționali în evaluare (din proiecte anterioare, din cooperări cu alte universități, din proiectele didactice existente);
- Realizarea unor criterii și ghiduri referitoare la evaluarea de către terți a producățiilor didactice ale studenților (referate, studii didactice, studii de piață, planuri de afaceri, studii de caz la lucrările de absolvire);
- Încurajarea studenților să se supună rigorilor de evaluare externă și să împărtășească experiențele dobândite;
- Invitarea reprezentanților unor angajatori să prezinte criteriile pe care le au în evaluarea angajaților.

### **Luarea în considerare a evaluărilor făcute de terți**

- Identificarea tipurilor de evaluări făcute de terți pentru fiecare program de studii, pentru fiecare dintre competențele dobândite de studenți sau etapă din procesul educațional. De exemplu, certificatele de competențe lingvistică, Certificate ECDL, alte forme de certificare în IT, distincții școlare;

- Asocierea unui nivel de încredere pentru fiecare dintre aceste certificate și evaluări.

#### **Identificarea de bune practici în evaluarea evaluatorilor**

- Realizarea unor dezbateri și discuții interne referitoare la bunele practici în evaluare;
- Publicarea unor ghiduri metodologice referitoare la evaluare conținând criterii, modalități, mecanisme utilizate în evaluare;
- Promovarea unor exemple de bune practici: evaluatori și experiențe ale lor referitoare la evaluare.

#### **Îmbunătățirea evaluării prin asigurarea transparenței**

- Realizarea unor dezbateri și discuții interne referitoare la cele mai potrivite modalități de asigurare a transparenței în evaluare;
- Realizarea și aplicarea de chestionare studenților pentru a studia percepția corectitudinii evaluării. Discuții și dezbateri referitoare la rezultatele chestionarelor;

#### **Revizuirea criteriilor de evaluare a candidaților la admitere**

- Studiul posibilităților de evaluare a candidaților cu mult înainte de intrarea în sistem, în perioada clasei a XI- a sau a XII-a,
- Evaluarea candidaților la intrarea în sistem
  - În timpul înscrierii pentru admitere, prin interviu
  - Evaluarea competențelor digitale- computer
  - Evaluarea competențelor de comunicare scrisă în limba română

#### **Preluarea de idei și sugestii referitoare la evaluare de la persoanele cu care interacționează pe parcursul lor educațional:**

- De la cadrele didactice cu care interacționează pe parcursul lor educațional
- De la diferitele comisii, de exemplu, de admitere, de licență
- De la parteneri - terți
- De la evaluatori externi specializați- de exemplu, experți din firmele de recrutare, consultanți etc.

#### **Îmbunătățirea evaluării profesorilor**

- Luarea în considerare a evaluării făcute de terți: studenți, absolvenți, mentorii studenților – alți profesori din facultate, persoane din mediul de afaceri, angajatori ai absolvenților noștri, alți profesori de specialitate, de către reprezentanți ai decanatului
- Luarea în considerare a mai multor elemente care să fie evaluate: capacitatea de a transmite cunoștințe și competențe, caracteristici ale prestației didactice, calitatea, claritatea și conținutul cursurilor scrise, contribuția sa la formarea studentului.

## Anexa 1.3.2 Centrul Informațional Intern al Facultății de Științe Economice

### Descriere

*Centrul Informațional Intern* este un centru care preia și distribuie informație intra-organizațională.

*Centrul Informațional Intern* este un loc în spațiu în care se întâlnesc diferitele categorii de persoane care au incidență cu activitatea Facultății de Științe Economice și cărora le este neclar în anumite circumstanțe unde ar trebui să se întâlnească unii cu alții, profesori cu studenți etc. Până acum acel loc era: la orar, la intrarea în clădire sau la intrarea în universitate.

Fizic, *Centrul Informațional Intern* este un spațiu accesibil și vizibil la parterul corpului D, lângă culoarele de acces în Facultate. Ar trebui să fie prevăzut cu recepție și tejea și să poată găzdui locul de muncă permanent pentru 1-2 persoane. Aceste persoane vor avea un câmp vizual larg și vor putea observa cine vine, cine pleacă, vor putea răspunde la întrebările clienților lor. Acest spațiu trebuie creat și utilat.

În termeni de marketing interactiv este o linie de front și de contact cu clienții. Ea trebuie să se afle în permanent contact cu celelalte departamente ale FȘEc: decanat, secretariate, administrativ, departamente și cu cele ale Universității.

*Centrul Informațional Intern* deservește următoarele categorii de public:

- studenți / masteranzi
- cadre didactice proprii
- cadre didactice și personal din Universitatea din Orada
- vizitatori din exterior:
  - o viitori studenți / masteranzi
  - o foști studenți / masteranzi
  - o reprezentanți ai firmelor
  - o viitori angajatori
  - o foști / actuali / viitori parteneri pe proiectele FȘEc
  - o părinți / aparținători ai studenților etc.

Poate fi imaginat ca fiind asemănător ca funcțiuni și activitate cu recepția unui hotel sau un *reception desk* permanent.

Ar putea avea un program de funcționare permanent, să zicem de la 7 la 22 sau de la 8 la 21, cu unele funcții diminuate după orele 16,00.

Activitatea *Centrului Informațional Intern* este pe larg descrisă în cuprinsul acestui document.

Realizarea unui *Centru Informațional Intern* funcțional și eficient ar putea fi temă de proiect de finanțat. Proiectul ar putea prevedea realizarea unui centru pilot, ca model, și ulterior multiplicarea modelului în alte structuri ale Universității din Oradea.

### Obiective ale Centrului Informațional Intern

1. **facilitarea și profesionalizarea comunicării interne în organizație prin concentrarea ei într-un singur loc fizic**

2. susținerea procesului de învățământ prin facilitarea comunicării referitoare la contextul în care acesta se desfășoară. Activitatea *Centrului Informațional Intern* se concentrează informații referitoare la prezent, la cadre didactice și procesul de învățământ în timp și spațiu. Personalul *Centrului Informațional Intern* va ști cine este în școală, ce activități se desfășoară, cum se poate contacta o anumită persoană etc. putând să ofere informații în timp real celor interesați
3. **degrevarea secretariatului de funcția de contact** cu unele categorii de public, de vizite ale studenților care vor să afle note, situații școlare etc. În plus, va duce la degrevarea secretariatului de a răspunde la telefon pentru a da informații terților.
4. **facilitarea și profesionalizarea comunicării** directe, telefonice și pe email cu diferitele categorii de public care au incidență cu activitatea FȘEc.

## Activități ale Centrului Informațional Intern

### A. Contact și comunicare cu studenții

- a. comunicarea notelor la studenți, în mod individual
- b. comunicarea situației școlare către studenți
- c. comunicarea situația privind restanțele la plata taxelor
- d. comunicare privind semnarea contractelor
- e. distribuire de formulare care nu au regim special:
  - i. formulare de contracte
  - ii. de cerere
  - iii. de foaie de lichidare
  - iv. de opțiuni pentru discipline
  - v. de opțiuni pentru desfășurarea practicii
  - vi. de cerere pentru intrare în licență
  - vii. de cerere de reexaminare și mărire de note etc
- f. preia corespondență de la secretariat către studenți, făcând ca astfel studentul să nu mai deranjeze activitatea secretariatului:
  - i. adeverințe semnate
  - ii. cereri semnate de decani, prodecani, rector etc.
  - iii. cereri de cazare
  - iv. cereri de măriri de notă
- g. distribuire de: carnete de student etc.
- h. distribuire de pliante informative referitoare la admitere, ghidul studentului etc.
- i. informarea studenților despre:
  - i. *săli*: unde sunt, sistemul lor de codificare, orarul pe săli
  - ii. *cadrele didactice*: unde / când pot fi găsite (ore, săli, pauze, activități, orar consultații), modalități de contact (cutiile poștale individuale ale cadrelor didactice, adresele de mail ale profesorilor)
  - iii. *orarele de funcționare* ale secretariatelor, audiențelor, biroului eliberare diplome etc.
  - iv. *proceduri*:
    1. cum și în ce condiții se poate scoate diploma de bac / licență
    2. cum și în ce condiții se fac cazările în cămine
    3. cum și în ce condiții se atribuie bursele sociale, acte necesare etc
    4. înscriere la licență etc.
  - v. *activități și programe* desfășurate în cadrul facultății, evenimente

- vi. *aviziere*: facilitează studenților identificarea informațiilor de interes, indicând unde să caute informații la aviziere, ce s-a afișat, ce nu s-a afișat încă etc.
- j. dă răspuns direct, telefonic și pe mail la solicitări
- k. preia și restituie obiecte pierdute

## **B. Contact și comunicare cu vizitatorii externi**

Până acum vizitatorii externi mergeau în secretariat, urcau pe la birourile catedrelor și departamentelor, băteau pe la uși, greșeau sălile și se adresau cu „Nu vă supărați...” perturbând oricum activitățile interne. O altă categorie de vizitatori intrau în cădire și puneau în mod abuziv și inestetic afișe pe pereți, geamuri, uși etc. O activitate eficientă a *Centrului Informațional Intern* ar putea duce la dispariția acestor hârtii lipite pe pereți.

În legătură cu vizitatorii externi, *Centrul Informațional Intern* ar putea să:

- Preia și distribuie mesaje, oferte de angajare, oferte de chirii, burse, stagii,
- Dă lămuriri cu privire la probleme, solicitări diverse referitoare la persoane, activități și proceduri ale FȘTEc
- Îi ghideze pe vizitatori în interiorul clădirilor FȘTEc
- Solicită informații de la absolvenți, unde lucrează, poziție, date de contact etc. informații necesare FȘTEc pentru a realiza urmărirea traseului profesional al absolvenților.

## **C. Contact și comunicare cu personalul intern din FȘTEc și din Universitatea din Oradea**

*Centrul Informațional Intern* va avea un calculator conectat la Internet pe care vor rula programe de Instant Messaging (chat, messenger) permițând comunicarea în timp real cu toate persoanele care stau în acel moment în fața calculatorului la catedre, acasă etc.

*Centrul Informațional Intern* va trimite mailuri și mesaje de tip SMS la numerele de telefon mobil ale persoanelor din baza sa de date în situații de genul:

- l. convocări de sedințe
- m. convocări la activități
- n. modificări de orar
- o. „vă rog să va mutați mașina din parcare!”
- p. „sunteți chemat la serviciul personal”
- q. „Dorin, te caută Elena. Este în cabinetul prodecan. Sun-o pe interior 797”
- r. evenimente diverse; nașteri, decese, banchete etc.

*Centrul Informațional Intern* va putea oferi în orice moment informații referitoare la:

- cine este în școală;
- când revine X;
- de la ce oră și în ce sală are examen Y;
- în ce sală are ore Z;
- W este bolnav și a anunțat că nu poate veni, se cere înlocuire;
- Q are nevoie de un asistent la examen etc.

*Centrul Informațional Intern* poate chema taxiuri pentru personalul didactic, va recepționa corespondența venită cadrelor didactice pe adresa facultății, va înmâna și prelua chei ale sălilor, va transmite mesaje etc.

# Resurse ale Centrului Informațional Intern

## Resurse umane

O persoană angajată ajutată de studenți voluntari

Persoana angajată va avea :

- a. program de la 8 la 16
- b. responsabilitatea îndeplinirii funcțiilor *Centrului Informațional Intern*
- c. calități de comunicator și relaționist
- d. abilități de comunicare scrisă și verbală în română, engleză etc (subiect de stabilit ulterior)
- e. abilități de lucru cu tehnica de calcul, telefon, SMS, mail, chat, imprimantă, fax etc
- f. plăcere în a lucra cu oamenii

Este recomandat ca persoana angajată să aibă vechime în organizație pentru a cunoaște absolvenții, a cunoaște oamenii structurile interne etc.

Studenții voluntari vor avea:

- a. contract de voluntariat cu Facultatea sau diferite entități aparținătoare (de exemplu, asociații studentești)
- b. abilitatea de a gestiona hârtii și informații
- c. forma fizică necesară pentru a putea urca scări, conduce vizitatorii externi, verifica aviziere etc.

## Resurse materiale

*Centrul Informațional Intern* va avea nevoie de următoarele dotări pentru a-și putea desfășura funcțiile și activitatea:

- calculator conectat la Internet și cuplat la rețea
- imprimantă laser
- telefon cu display digital și cu hands free. Prevăd că operatorul *Centrului Informațional Intern* va folosi mult timp telefonul și nu ar fi eficient să stea cu receptorul la ureche.
- panou de chei
- ceas de perete
- console de stocare, sortare și distribuire pentru hârtii, bibliorafturi etc

## Resurse informaționale

*Centrul Informațional Intern* trebuie să dispună de următoarele informații:

- a. orar general
- b. orar pe săli
- c. orarul cadrelor didactice
- d. programul de consultații al cadrelor didactice

- e. programul activităților interne: cine, ce, când?
- f. orarul de funcționare ale
  - i. secretariatelor
  - ii. catedrelor
  - iii. decanatului
  - iv. prodecani
  - v. rector
  - vi. birou eliberare diplome
  - vii. secretar șef
  - viii. bibliotecii
- g. despre activitățile necesare desfășurării procesului de învățământ
  - i. examene
  - ii. susțineri de referate / teze la doctorate
  - iii. susțineri de diplome / dizertații
  - iv. ședințe de catedre / Consiliu / Birou Consiliu / Senat etc.
  - v. ședințe operative cu tutorii
  - vi. ședințe referitoare la practică ș.a.
- h. bază de date cu cadrele didactice și personalul propriu: numere de telefon, adrese de mail, adrese poștale
- i. toate informațiile necesare desfășurării și înțelegerii procesului de învățământ:
  - i. planuri de învățământ
  - ii. state de funcții
  - iii. programe analitice
  - iv. CV-urile cadrelor
  - v. lista lucrărilor etc
  - vi. informații despre proiectele de cercetare
- j. Informații de la secretariate:
  - i. în legătură cu situațiile studenților și rezultatele la examene
  - ii. în legătură cu cererile admise / respinse
  - iii. în legătură cu conținutul dosarelor pentru bursa socială
- k. informații de la catedre, decanat, secretar științific, prodecani
- l. totalitatea regulilor și procedurilor în vigoare:
  - i. hotărâri ale Senatului / Consiliului Facultății
  - ii. regulamente interne
  - iii. ghiduri ale studentului
- m. orice alte informații necesare

## Anexa 1.4.1. Posibil model de mesaj de comunicare internă a venirii / plecării / pensionării unui angajat

*Anunț referitor la un venirea unui nou membru al colectivului facultății noastre*

Dragi colegi,

Doamna Irina Cornelia Moș este noua noastră colegă pe postul Laborant – Comunicare cu studenții, calitate în care va deservi toate specializarile. Prima zi de lucru a sa este luni, 2 aprilie 2012 .

*(poza doamnei Moș)*

Doamna Irina Cornelia Moș are diplomă de inginer și a lucrat de mai mulți ani în cadrul Universității din Oradea la Departamentul pentru Pregătirea și Perfecționarea Personalului Didactic.

Doamna Moș, va lucra în strânsă relație și în subordonarea directă a secretarei șef.

Să îi urăm, așadar, bun venit doamnei Irina Cornelia Moș în facultatea noastră și succes în activitatea pe care o va desfășura.

Pe doamna Irina Cornelia Moș o găsiți în sala F201, la telefon: 0259.408.287 sau pe e-mail: neli\_xrn@yahoo.com.

Cu stimă,

Decanul / Prodecanul Facultății de Științe Economice

# Anexa 3.1 Modalități de operaționalizare a implicării studenților

în activitățile desfășurate în cadrul Facultății de Științe Economice

## Zonele de implicare ale studenților

- a. organizarea și auto - normarea activității studenților și participarea lor la grupuri și colective;
- b. activități curriculare – în cadrul procesului de învățământ;
- c. activitățile extra-curriculare, cele de educație non-formală și activități culturale, artistice, asociative, cele impuse de tradiția universitară și de contextele instituționale specifice.
- d. participarea la competiții studențești, la conferințe, la concursuri de idei, la olimpiade pe domenii, la concursuri de burse, la concursuri de proiecte etc.

## Modalitățile de acțiune pentru stimularea implicării studenților

- A. Organizarea colectivelor de studenți (grupe, specializări, ani) să se facă prin **stimularea comunicării între studenți și prin concentrarea resurselor** informaționale referitoare la studenți, la procesul de învățământ, la statutul lor de student și obligațiile administrative, la oportunitățile care li se oferă studenților și la posibilitățile lor de implicare, ca indivizi și ca grupuri.
  - Instrumentul principal pentru îmbunătățirea organizării studenților este **grupul / forumul de comunicare la nivelul fiecărei specializări**, la nivelul fiecărui an de studiu. Studenții vor fi cei care vor gestiona grupul de comunicare, și vor promova folosirea lui ca un instrument de integrare a colegilor lor în grup, rolul cadrelor didactice responsabile de an și de discipline fiind de a încuraja grupul de comunicare și de a-l utiliza ca un canal alternativ de distribuție a conținutului didactic.
  - Avem în vedere, de asemenea, și încurajarea comunicării în rețelele de social media (Facebook, Google+ etc.) și exercitarea unei presiuni continue pentru adaptarea formei și conținutului limbajului și exprimării la rigurile și statutul academic.
  - Încurajarea studenților să gestioneze situații, contexte și evenimente în care să se implice alături de colegii lor, de exemplu, activități extra didactice ca întâlniri, excursii și ieșiri cu colegii, realizarea unor rețele de comunicare și de interese în interiorul grupului. Acestea vor facilita interacțiunile complexe în cadrul grupurilor de studenți, vor determina coeziunea mai mare a grupului și integrarea unor studenți izolați în grupul colegilor lor, cu efecte benefice asupra procesului de învățământ;
  - Încurajarea studenților să își auto-normeze calitatea de membru al colectivului, să creeze, să promoveze și să respecte reguli și valori, să respecte și să ceară și colegilor lor să respecte reguli de conduită și de comportament în spațiul universitar și în mediile de comunicare offline și online.
- B. Stimularea implicării lor individuale pentru a **asista cadrele didactice** în diferite faze și etape ale activităților lor de predare. Avem în vedere implicarea studenților în faze și activități cum ar fi:

- pregătirea pentru ca activitățile didactice să se desfășoare în cele mai bune condiții: pregătirea sălii, a tablei, efectuarea prezenței, instalarea și verificarea funcționalității unor componente IT etc.
  - distribuirea către colegi a materialelor educaționale la care au acces, a resurselor suplimentare. Avem în vedere distribuirea conținutului electronic prin intermediul Internetului și a unor soluții online (bloguri, site-uri, platforme de e-learning, soluții cloud-computing ș.a.m.d.)
  - organizarea de vizite didactice: vizite ale invitaților din mediul economic și social în cadrul orelor de curs și / sau seminar și vizite ale studenților în unități economice și sociale. Studenții ar putea să se implice în comunicarea cu invitatul, pregătirea sălii, realizarea programului, recepția și informarea participanților, realizarea de poze și înregistrări video, gestionarea și transmiterea acestora persoanelor interesate etc.
  - asistența cadrelor didactice mentorilor și tutorilor în completarea și managementul unor documente, formulare importante și fișiere de calculator (contracte de studii, formularele de înregistrare a opțiunilor pentru disciplină, chestionare, referate, lucrări tipărite, fișiere);
  - înregistrarea unor conținuturi didactice create și utilizate în cadrul procesului de învățământ (note de curs, realizarea de înregistrări audio foto și video a cursurilor și activităților desfășurate în cadrul instituțional) și managementul acestor conținuturi (editare, stocare, distribuire, control al accesului, etichetare, arhivare etc.);
  - implicarea studenților în stabilirea și aplicarea criteriilor de evaluare, în scopul auto-evaluării lor și participării la evaluarea colegilor lor;
  - încurajarea și motivarea studenților să caute, să dezbată și să aducă valoare suplimentară procesului de învățământ prin:
    - căutarea unor surse de informații (surse bibliografice, informații online, filme etc.) suplimentare, relevante pentru temele curriculare în discuție;
    - prezentarea eventualelor experiențe proprii în legătură cu temele curriculare, prezentarea unor modele cunoscute, situații, studii de caz, profile de persoane și organizații care pot reprezenta modele de urmat sau cazuri de evitat;
    - realizarea unor ghiduri pentru colegii lor, de exemplu, „Cum să te conectezi pe grupul de comunicare al specializării”, „Cum inserezi cuprinsul automat la referat” pe care să le prezinte cadrelor didactice spre aprobare și să le distribuie colegilor lor;
  - încurajarea și motivarea studenților în vederea participării la proiecte de cercetare, realizarea de articole și prezentarea lor în cadrul unor sesiuni de comunicări studențești, olimpiade, concursuri, premierea lor, facilitarea vizibilității performanțelor studențești;
  - stimularea studenților să se implice în supervizarea activității didactice a colegilor lor, să își asume responsabilitatea atât personală cât și de grup.
- C. Stimularea studenților pentru a se implica în activitățile extra-curriculare, cele de educație non-formală și activități culturale, artistice, asociative, cele impuse de tradiția universitară și de contextele instituționale specifice:
- stimularea studenților să se implice în organizațiile studențești, în activitățile și proiectele acestora;
  - stimularea studenților să se implice în organizațiile civice și profesionale care le pot oferi acces la rețele și la resurse, experiențe și know-how organizațional

- încurajarea și motivarea studenților să participe la evenimentele în cadrul proiectelor facultății, la conferințele organizate de către universitate sau de către alți organizatori, cursuri și prelegeri susținute de personalități și cadre didactice din România și din străinătate participante în cadrul programelor universitare de schimb de personal academic sau a proiectelor și parteneriatelor instituționale existente;
- încurajarea studenților să intre în interacțiuni și relații directe cu persoane din mediul economic și social, cu manageri și profesioniști în domeniile lor de activitate, cu cât mai multe organizații, să se implice în proiecte ale acestora pentru a își maximiza experiența de student pe parcursul studenției lor;
- stimularea studenților să participe ca reprezentanți ai facultății și universității, la diferite concursuri, proiecte, activități de promovare ale facultății și departamentului;
- stimularea studenților să organizeze ei înșiși evenimente studențești, proiecte de educație nonformală;
- evidențierea implicării studenților, valorizarea și promovarea rezultatelor obținute de ei prin publicațiile și comunicările interne, prezentarea lor în cadrul festivităților (cursuri festive, festivități de premiere), conferirea de diplome, distincții și medalii studenților care se implică.

## Anexa 3.2 Program de voluntariat pentru studenți în Facultatea de Științe Economice

### Cine să fie voluntari?

- Studenți de la Facultatea de Științe Economice
- Cadre didactice pentru făcut anumite activități care trebuie făcute la nivelul Facultății dar care nu au fost cuprinse în Fișa Postului
- Persoane care doresc să se titularizeze ca și cadre didactice la FȘEc

### Tipuri de activități în care este nevoie de activitatea voluntarilor

#### *Informarea studenților*

- referitoare la planurile de învățământ
- situația studenților la sfârșitul semestrului (examene luate, credite)
- referitoare la modurile de folosire a grupurilor de discuții
- referitoare la regulamente: drepturile și obligațiile lor
- referitoare la proceduri
- referitoare la procesul de învățământ

informarea poate să se facă:

- prin Centrul de informare intern
- prin grupurile de discuții și platforma electronică [distance.iduoradea.ro](http://distance.iduoradea.ro)
- prin aviziere
- prin înregistrarea solicitărilor individuale și trimiterea de mesaje de răspuns (email, SMS etc) de la voluntarul responsabil către studentul sau studenții solicitanți

#### *Activități de organizare diverse*

- Sesiuni de comunicări / conferințe științifice,
- Prezentarea Facultății la Ziua Porților Deschise
- Înscrieri pentru admitere
- Balurile Bobocilor
- Festivități de absolvire
- Organizarea Întâlnirilor de Zece Ani de la Terminarea Facultății

#### *Activități la Departamente*

- preluat din activitatea administrativă a îndrumătorilor de an și a secretariatului
  - strâns opțiuni
  - distribuit carnetele de student
  - preluat solicitările de adeverințe
  - informații oferite studenților referitoare la procedurile de cazare, burse etc
- transmis mesaje cadrelor didactice și altor persoane
  - convocări la ședințe
  - convocări la activități: banchete, seminarii, invitații care țin prelegeri,
- făcut ordine între documente, organizat arhiva facultății, arhivele catedrelor etc.
- realizat bazele de date ale departamentelor
- participă la diferitele proiecte derulate la nivelul Facultății, departamentelor sau de cadrele didactice
- participă la activitățile de evaluare a cadrelor didactice de către studenți:

- introduc răspunsurile de la chestionare în fișiere
- participă la interpretarea rezultatelor
- organizat activitățile de recuperat hârtie, folii și dosare din plastic din stivele de documente existente

#### *Întreținut legătura cu mediul de afaceri*

- realizat baza de date cu firme și cu persoane din firme
- urmărit absolvenții noștri care lucrează în firme
- orientat studenții noștri în practică

#### *Întreținut legăturile cu absolvenții*

- completat bază de date cu absolvenții facultății
- completat baza de date cu datele de identificare personală și informații despre parcursul profesional pentru absolvenții care se prezintă la Întâlnirile de Zece Ani
- înregistrat acei absolvenți care se înscriu la Masterat, datele lor de contact și parcursul lor profesional
- desfășurat diferite activități de comunicare cu absolvenții:
  - intervenții pe grupurile de discuții
  - realizat materiale informative pentru presă, revista E Student etc.
  - realizat Newsletter pentru absolvenți

#### *Participări la evenimente*

- studenți care să participe la diferite activități festive și evenimente:
  - la Ziua Economistului, Sesiunea AGER etc.
  - la deschiderea Conferinței științifice, olimpiadelor organizate de FȘEc. Oradea
  - sesiuni de decernare a titlurilor de Doctor Honoris Causa
- studenți care să facă poze și să filmeze
- studenți care să stea afară, la reception desk, la standurile cu cărți, cafea etc.
- studenți care să întâmpine și să conducă oaspeții, inclusiv să îi aștepte la gară, la hoteluri etc.

#### **Beneficii oferite de Programul de voluntariat**

##### *Beneficii pentru studenți*

- primesc **un formular de apreciere** (scrisoare de recomandare) a voluntarului și a calității muncii depuse. Acest formular îl va putea atașa la CV
- primesc **o insignă** de voluntar care ar putea face din posesorii acestei insigne niște privilegiați, considerați studenți elită.
- primesc materiale promoționale ale Facultății pe care le pot folosi pentru uz personal: **tricouri, gecii, căciuli, fulare** etc.
- dintre studenții voluntari să alegem **viitoarele cadre didactice** și eventual, viitorii masteranzi
- participarea la activități și experiența dobândită de studenți direct și nemijlocit
- cunoaște oameni noi
- stabilește legături și relații

##### *Beneficii pentru Facultate*

- scade presiunea pe cadrele didactice de a presta activități administrative diverse
- scade presiunea pe secretariat de a furniza unele informații și a face unele activități
- îi integrăm mai ușor pe studenți în sistemul lor de statute și roluri
- obține resurse umane bine pregătite și experimentate pe care se poate baza cu ocazia realizării unor activități și evenimente
- obține rezultate în realizarea unor activități care nu sunt urgente

- implicarea studenților în activitățile instituționale sporește experiența studenților-ingredient resursă al calității procesului de învățământ
- strânge legăturile cu anumite categorii de public: studenți, absolvenți, mediu de afaceri

#### **Beneficii pentru firme**

- au ocazia de a avea acces direct la un număr de persoane, studenți având o experiență reală în activități de organizare, de relație interumană și de lucru cu informația
- au ocazia să strângă legăturile cu Facultatea

#### **Detalii de organizare a Programului de Voluntariat (PV)**

- Facultatea poate desemna (angaja) o **persoană responsabilă pentru realizarea și desfășurarea PV**. Această persoană ar putea să aibe DOAR această activitate. Această persoană va avea calități manageriale și organizatorice și se va ocupa de toate detaliile realizării și desfășurării PV.
- Responsabilul cu PV va face un **inventar al necesităților de voluntari** și va colabora cu:
  - decanatul
  - secretariatul
  - departamentele
  - Consiliul Facultății
  - cadrele didactice
- Responsabilul cu PV va recruta, selecta, instrui și evalua voluntarii, va face un **inventar al disponibilităților lor de implicare** (în ce zile, la ce ore, ce tipuri de activități, ce resurse sunt necesare etc) și va potrivi cererea de activități de voluntari a Facultății cu oferta voluntarilor
- Responsabilul cu PV va **gestiona bazele de date** cu:
  - Voluntari
  - Studenți
  - Absolvenți
  - Firme
- Facultatea, prin responsabilul cu PV va încheia cu fiecare student voluntar un **contract de voluntariat** și o **declarație de confidențialitate** privind informațiile rezultate din activitățile în care este implicat voluntarul
- Fiecărui voluntar i se va oferi un **pachet standard**: insignă, geacă, fular, tricou, șapcă
- Responsabilul cu PV va întocmi pentru fiecare voluntar pe parcursul activității sale ca voluntar un **dosar al voluntarului** cu următoarele documente:
  - a. CV-ul voluntarului
  - b. contract de voluntariat
  - c. declarația de confidențialitate
  - d. Scrisoare de recomandare a voluntarului
  - e. Formulare de caracterizare a voluntarului

Documentele prevăzute la punctele d. și e. vor fi ulterior eliberate voluntarului pentru a-i servi acestuia la CV, la viitoarele locuri de muncă și la eventualele promovări.