



UNIVERSITATEA „GH. ZANE” DIN IAȘI – ROMÂNIA

Bulevardul Ștefan cel Mare și Sfânt, nr. 67, bloc Casa Cărții, etaj II, cod 700064
Tel. 0232/233752; 0232/232100; 0332/411841; 0332/411842
Fax : 0232/233752
e-mail: universitateazane@gmail.com <http://www.zane.go.ro>

Anexa B.3.1.

Nr. ____ / _____

APROBAT,
Consiliul Facultății în ședința din
Decan,
Conf.univ.dr.Constantin SĂLCEANU

PLAN STRATEGIC
pentru perioada 2009-2012

1. MISIUNEA FACULTĂȚII

Misiunea formulată pentru Facultatea de Marketing este următoarea:

„Pregătirea de specialiști cu temeinice cunoștințe economice, în general, și de marketing, în special, dar și cu reale abilități practice, în baza cărora să rezolve cu competență multiplele probleme cu care se vor confrunta organizațiile lor, să fundamenteze pentru acestea politici, strategii și tactici care să valorifice avantajele concurențiale.”

2. OBIECTIVELE ȘI SCOPURILE PROPUSE

2.1. DOMENIUL DIDACTIC

- **Asigurarea cifrei de școlarizare prin :** promovarea ofertei educaționale a facultății, folosind deplasările în licee, mijloacele de informare în masă, pagina web, pliante; realizarea de acțiuni în unitățile economice interese de încadrarea unor specialiști de marketing; realizarea unei bănci de date cu potențialii beneficiari ai ofertelor educaționale din zona Moldovei, precum și a unei bănci de date privind locurile de muncă în care s-au încadrat absolvenții facultatii
- **Perfecționarea programului educațional al facultății** prin: analiza propunerilor cadrelor didactice titulare ale disciplinelor din planul de învățământ ; consultarea planurilor de învățământ al specializării Marketing de la unități de prestigiu; dezvoltarea legăturilor cu agenții economice unde lucrează absolvenți ai facultății noastre, pentru a obține sugestii ale acestora în privința conținutului programului nostrum educațional.

- **Creșterea atractivității programului educațional al facultății prin:** stimularea aptitudinilor studenților în scopul motivării acestora de a-și finaliza studiile de licență; modernizarea activității de predare, seminar și laborator, prin asigurarea dotării spațiilor de învățământ cu mijloace tehnice corespunzătoare; perfecționarea, în același scop al practicii de an și diplomă în special prin realizarea unei concordanțe între aceste activități și cerințele muncii absolvenților facultății; participarea cadrelor didactice la schimburi de experiență și la acțiuni de perfecționare în domeniul strategiilor didactice și de evaluare a performanțelor studenților.

2.2. DOMENIUL CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE

- **Susținerea activității de cercetare științifică din facultate prin:**
 - promovarea rezultatelor activității de cercetare a membrilor facultății pe calea publicării în reviste cu factor de impact și la edituri de prestigiu;
 - susținerea cadrelor didactice tinere în activitatea de cercetare și participarea acestora la manifestări științifice pe plan național;
 - dezvoltarea acțiunilor de cooperare în cercetarea științifică cu specialiști din practica economică și din alte unități de cercetare în special cu specialiști din institutele Academiei Române și Institutului Național de cercetări economice, la teme tip granturi, finanțate de Academia Română sau agenți economici;
 - dezvoltarea manifestărilor științifice interne ale facultății prin atragerea la aceste manifestări și a studenților participării cadrelor didactice și studenților facultății la studii pentru Buletinul Științific al Universității și pentru revista ce urmează să fie editată de Universitate începând cu anul 2009.

2.3. DOMENIUL RESURSELOR UMANE

- atragerea în cariera didactică a tinerilor performanți și sprijinirea acestora în dezvoltarea carierei profesionale;
- crearea posibilităților de normare și financiare pentru promovarea cadrelor didactice care îndeplinesc condițiile.

2.4. DOMENIUL RELAȚIILOR CU STUDENȚII

- **Susținerea unui parteneriat academic cu studenții prin:**
 - susținerea unei comunicări eficiente și deschise cu reprezentanții studenților, prin promovarea încrederii și a respectului față de lege, școală, calitate

- implicarea mai activă și reală a studenților în activități științifice conexe programelor de studio și facilitarea participării acestora la manifestări științifice naționale sau internaționale;
- implicarea mai evidentă și responsabilizarea studenților în activitățile de evaluare ale programelor de studii și ale cadrelor didactice.

2.5. DOMENIUL BAZEI MATERIALE

• Modernizarea bazei materiale:

- continuarea îmbunătățirii dotării laboratoarelor și a celorlalte spații de învățământ utilizate de facultate;
- intensificarea pentru dezvoltarea dotării bibliotecii cu lucrări necesare activității la specializarea Marketing.

2.6. STRATEGIA MANAGERIALĂ

- extinderea procesului de luare a deciziilor manageriale, nu numai asupra problemelor didactice și de cercetare științifică, ci și asupra activităților legate de dotarea spațiilor folosite de facultate, înzestrarea bibliotecii Universității cu literatură necesară disciplinelor specializării de marketing, problemelor activităților studenților în afara procesului didactic, etc.
- îmbunătățirea calitativă a managementului academic în facultate prin fundamentarea deciziilor consiliului profesoral și prin cunoașterea opiniei cadrelor didactice și studenților, mai ales pentru problemele care vizează direct nivelul catedrei sau nevoile și cerințele studenților.
- reactualizarea anuală a măsurilor de perfecționare a planului de învățământ al facultății, a programelor analitice ale disciplinelor din facultate, a orientării și eficientizării muncii de cercetare științifică și a tuturor problemelor privind relația decanat-studenți.