

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
FACULTATEA ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL ECONOMIE, MARKETING ȘI TURISM

PLAN STRATEGIC

**de dezvoltare a Departamentului Economie, Marketing și Turism
pentru anii 2023-2027**

Aprobat la ședința
Consiliului FȘE
Din 30 august 2023
pr. verb.nr. 1
Decan



HAMURARU Maria, dr., conf., univ.

Aprobat la ședința
Departamentului Economie, Marketing și Turism
din 29 august 2023
pr. verb.nr. 1

Șef Departament
BULAT Veronica, dr., conf. uni

CUPRINS

1. Introducere	3
1.1. Prezentarea departamentului	3
1.2. Misiunea departamentului	3
2. Strategia de dezvoltare	4
2.1. Dezvoltarea condițiilor corespunzătoare bunei desfășurări a procesului de studii prin valorificare optimă a bazei tehnico-materiale	4
2.2. Promovarea excelenței în cercetarea economică și contribuirea la formarea tinerilor cercetători în domeniile marketingului și a serviciilor publice, precum și antrenarea acestora în activitățile promovate la nivelul departamentului	5
2.3. Valorificarea potențialului uman al personalului academic și susținerea performanțelor înregistrate de studenții specialităților de profil pentru toate cele 3 cicluri: licență, master, doctorat	5
2.4. Promovarea unui mediu de studii și extracurricular prietenos studenților, îmbunătățirea experienței de învățare în calitate de student la programele de profil	5
2.5. Asigurarea continuității privind cooperarea academică națională și internațională, dar și dezvoltarea și diversificarea relațiilor de colaborare cu noi parteneri internaționali, implicarea în proiecte de cercetare sau de dezvoltare instituțională cu universități din străinătate.	6
2.6. Valorificarea maximă și dezvoltarea oportunităților determinate de digitalizarea activității didactico-științifice	6
2.7. Promovarea identității și imaginii departamentului și la promovarea înseși a Facultății de Științe Economice și a Universității de Stat din Moldova	7
2.8. Consolidarea managementului și a capacității de valorificare a fondurilor atrase în activitățile departamentului, prin implicarea tuturor părților interesate și asigurarea unui climat favorabil creșterii profesionale	7



1. Introducere

1.1. Prezentarea departamentului

Departamentul Economie, Marketing și Turism este reorganizat în baza reformelor Facultății Științe Economice și a deciziei Senatului Universității de Stat din Moldova din 1 decembrie 2015. Acesta se încadrează în conceptul unui învățământ european bazat pe valori democratice și educaționale, pe tradiție și inovație. Departamentul își certifică existența prin orientările sale formative ce corespund tendințelor naționale și internaționale în domeniul vectorului de evoluție a societății, prin activitățile celor implicați în procesul de formare inițială și continuă a specialiștilor în domeniul economic, avînd drept finalitate lansarea pe piața muncii a unor promoții bine pregătite, capabile să răspundă la exigențele timpului și să asigure dezvoltarea societății noastre.

Activitatea Departamentului Economie, Marketing și Turism se axează pe următoarele principii:

- Studenții și profesorii sunt actorii principali ai procesului educațional;
- Interconexiunea învățământului superior, cercetării și a pieței muncii;
- Promovarea deschiderii europene;
- Învățarea activă, interactivă prin cooperare și colaborare.

1.2. Misiunea departamentului

Misiunea Departamentului Economie, Marketing și Turism constă în elaborarea și implementarea politicilor instituționale, menite să asigure studii și activități de cercetare de calitate cu implicarea plenară a cadrelor științifico-didactice și constituirea unor relații de parteneriat dintre formatori și studenți, studenți și angajatori.

Departamentul Economie, Marketing și Turism oferă trasee de studii la Ciclul I – licență, Ciclul II-masterat și Ciclul III - doctorat, programe de învățământ cu frecvență, cu frecvență redusă și posibilitatea participării în programe internaționale de mobilitate.

Departamentul Economie, Marketing și Turism își asumă misiunea să pregătească, prin **studii de licență**, specialiști cu o înaltă competență, la *specialitățile 0414.1 Marketing și logistică;*

1013.1 Servicii hoteliere, turism și agrement., capabili de a se încadra pe piața muncii și a contribui la asigurarea creșterii economice durabile în Republica Moldova.

Misiunea programului de studii ciclul II –**masterat**, răspunde nevoilor pieței muncii la nivel național și internațional. Astfel, absolvenții programelor de masterat sunt specialiști cu competențe în activitatea de marketing a entităților economice și în managementul, marketingul hotelier și turism.

Studiile universitare de **doctorat**, au fost și rămîn, pentru Departamentul Economie, Marketing și Turism activitatea de înaltă formare profesională, prin cercetare științifică. Demonstrarea unui nivel avansat de autoritate, inovație, autonomie, de integritate științifică și profesională în domeniul științelor economice fundamentale și relațiilor economice internaționale și a unui angajament susținut pentru dezvoltare de noi idei sau procese aflate în avangarda cercetării, sînt asumate de departament în misiune.

Obiectivele strategice ale departamentului:

Sporirea imaginii departamentului și a specialităților: Marketing și logistică; Servicii hoteliere, turism și agrement:

- în context universitar și în contextul sistemului național al învățământului superior;



- Achiziționarea calificărilor profesionale prin asigurarea unui învățământ de calitate axat pe formarea de competențe;
- Elaborarea și promovarea inovațiilor conceptuale și metodologice în domeniul științelor economice (la nivel instituțional și național);
- Dezvoltarea culturii organizaționale prin: consolidarea unui climat favorabil de comunicare; promovarea parteneriatului dintre membrii Departamentului și dintre profesor și student; consolidarea obiceiurilor și tradițiilor universitare.

Cadrul normativ și de politici educaționale și instituționale

Planul Strategic de dezvoltare a Departamentului Economie, Marketing și Turism este elaborat în contextul și în baza următoarelor acte legislative și normative:

1. *La nivel național:*
 - Codul Educației.
 - Strategia de dezvoltare a învățământului “Educația-2030”.
 - Regulamente privind funcționarea învățământului superior.
 - Cadru de referință al curriculum-ului universitar.
2. *La nivel instituțional:*
 - Carta Universității de Stat din Moldova.
 - Regulamentul de funcționare și statutul Universității de Stat din Moldova.
 - Plan strategic de dezvoltare a Universității de Stat din Moldova (2021-2026).
 - Regulamente instituționale pe diferite aspecte ale funcționării Universității de Stat din Moldova.
 - Plan strategic de dezvoltare a Facultății Științe Economice (2022-2026).

Funcțiile Planului Strategic

- *Funcția prospectivă/anticipativă:* proiectarea dezvoltării Departamentului pe termen mediu și lung, conform tendințelor internaționale, naționale, instituționale, anticiparea problemelor.
- *Funcția ameliorativă:* oferirea de soluții în rezolvarea problemelor existente, remedierea situației existente.
- *Funcția de reglementare a activității Departamentului:* stabilirea priorităților activităților oportune și identificarea resurselor necesare pentru desfășurarea optimă a procesului educațional și de cercetare.
- *Funcția de evaluare și monitorizare:* orientările și prevederile strategice ale programului pot fi privite ca și indicatori de eficiență a dezvoltării Departamentului.

În baza Planului strategic se vor elabora:

- Planuri strategice anuale ale departamentului;
- Planuri individuale ale membrilor departamentului.

2. Strategia de dezvoltare

2.1. Dezvoltarea condițiilor corespunzătoare bunei desfășurări a procesului de studii prin valorificare optimă a bazei tehnico-materiale

- Sprijinirea activității Centrului de Excelență „Turism și activitate hotelieră”;
- Inițierea și dezvoltarea Punctului de Informare Turistică;



- Asigurarea procesului didactic cu mijloace tehnice moderne:
 - ✓ Utilizarea eficientă a utilajului existent;
 - ✓ Obținerea de mijloace tehnice prin intermediul proiectelor.
- Organizarea unei biblioteci științifice în cadrul departamentului prin utilizarea resurselor din proiectele internaționale, donații personale.
- Îmbunătățirea design-ului (spațiului) Departamentului.

2.2. Promovarea excelenței în cercetarea economică și contribuirea la formarea tinerilor cercetători în domeniile marketingului și a serviciilor publice, precum și antrenarea acestora în activitățile promovate la nivelul departamentului

- Promovarea departamentului în baza unei strategii ce asigură vizibilitatea rezultatelor prin realizarea materialelor de popularizare (pliante, afișe), prin participarea activă la expoziții în universitate și în țară, prin participarea la organizarea anuală a Zilei Ușilor Deschise;
- Aplicarea unei politici coerente, integrate și transparente a recrutării și admiterii studenților (ghidul admiterii, site-ul facultății, afișe, pliante, întâlniri ale cadrelor didactice cu elevii și profesorii în liceele din țară, participarea studenților la caravanele studențești organizate de universitate, organizarea școlilor de vară);
- Elaborarea unei strategii de marketing educațional:
 - ✓ Crearea și gestionarea unei baze de date a absolvenților;
 - ✓ Instituirea unor noi tradiții și sărbători, consolidarea celor existente;
 - ✓ Analiza cererii de servicii educaționale;
 - ✓ Identificarea noilor segmente ale pieței muncii;
 - ✓ Conceptualizarea unor servicii educaționale.

2.3. Valorificarea potențialului uman al personalului academic și susținerea performanțelor înregistrate de studenții specialităților de profil pentru toate cele 3 cicluri: licență, master, doctorat.

- Atragerea absolvenților valoroși (masteranzilor și doctoranzilor) cu competențe pentru profesia dată, care privesc cercetarea și învățământul ca pe o nouă provocare.
- Promovarea tinerilor pentru realizarea studiilor de doctorat.
- Crearea condițiilor pentru finalizarea tezelor de doctorat.
- Valorificarea excelenței cadrelor cu experiență.
- Promovarea și susținerea mobilității cadrelor didactice printr-o politică a deschiderii către experiența europeană (încurajarea pentru obținerea burselor/ stagiilor de formare în universitățile de peste hotare).
- Promovarea didactică și în cercetare pe criterii de performanță profesională.
- Încurajarea cadrelor didactice pentru participarea la diverse concursuri instituționale și externe.
- Reducerea fluctuației cadrelor didactice și motivarea personalului pentru realizarea unei activități didactico-științifice de calitate.

2.4. Promovarea unui mediu de studii și extracurricular prietenos studenților, îmbunătățirea experienței de învățare în calitate de student la programele de profil.

- Promovarea învățământului centrat pe student;
- Sprijinirea performanței studenților prin organizarea și desfășurarea conferințelor științifice studențești;



- Promovarea și susținerea mobilității studenților, dezvoltarea colaborării internaționale (prin participarea la programele Erasmus și alte forme de asociere);
 - Dezvoltarea bazei materiale destinate studenților;
 - Implicarea cât mai activă a studenților în organizarea și gestionarea activităților sportive și culturale;
 - Sprijinirea studenților pentru orientare în carieră, în colaborare cu Centrul de Ghidare în Carieră și Relației cu Piața Muncii, consilierea în alegerea traseului profesional;
 - Promovarea și menținerea legăturilor cu absolvenții, în beneficiul reciproc, avînd drept scop principal inițierea de activități pentru sprijinirea și îndrumarea tinerilor absolvenți;
- Inițierea și Consolidarea activității Punctului de Informare Turistică pentru informarea, sprijinirea mobilităților academice, pentru organizarea activităților extracurriculare.

2.5. Asigurarea continuității privind cooperarea academică națională și internațională, dar și dezvoltarea și diversificarea relațiilor de colaborare cu noi parteneri internaționali, implicarea în proiecte de cercetare sau de dezvoltare instituțională cu universități din străinătate.

- Consolidarea relațiilor de colaborare cu mediul academic din țară și de peste hotare (participări în proiecte de cercetare, manifestări științifice, editarea materialelor în reviste de specialitate);
- Colaborarea cu absolvenții: identificarea noilor posibilități de angajare și de realizare a stagiilor de practică;
- Colaborarea cu angajatorii: stabilirea parteneriatului dintre universitate și piața muncii, implicarea angajatorilor în elaborarea programelor de formare profesională, perfecționarea mecanismului de colaborare în realizarea stagiului de practică, implicarea angajatorilor în organizarea manifestărilor științifice.

2.6. Valorificarea maximă și dezvoltarea oportunităților determinate de digitalizarea activității didactico-științifice.

- Dezvoltarea complexă a documentelor de tip proiectiv și metodologic ținînd cont de principiile de dezvoltare sustenabilă, valorificînd oportunitățile platformelor educaționale: plan de învățământ, curricula pe discipline, ghidurilor, etc.
- Crearea cadrului curricular virtual și scris inclusiv pentru licență, masterat, studii cu frecvență redusă:
 - Elaborarea în versiune electronică a complexului curricular pentru fiecare curs.
 - Aplicarea tehnologiilor informaționale, predarea-învățarea asistată la calculator și organizarea învățării on-line.
 - Promovarea de noi metodologii de predare/învățare corespunzătoare, centrate pe student, bazate pe proiecte și pe rezolvare de probleme, promovarea proceselor de formare bazate pe lucrul în echipă.
 - Formarea continuă a cadrelor didactice privind utilizarea tehnologiilor informaționale în procesul didactic.



2.7. Promovarea identității și imaginii departamentului și la promovarea înseși a Facultății de Științe Economice și a Universității de Stat din Moldova.

- Actualizarea strategiei de promovare a imaginii departamentului;
- Consolidarea instrumentelor și metodelor de promovare prin canalele de Social Media Marketing;
- Motivarea studenților în crearea de conținuturi de promovare pentru asigurarea comunicării eficiente cu potențialii beneficiari ai specialităților de profil.

2.8. Consolidarea managementului și a capacității de valorificare a fondurilor atrase în activitățile departamentului, prin implicarea tuturor părților interesate și asigurarea unui climat favorabil creșterii profesionale

- Promovarea unui management participativ, luarea deciziilor în comun, dar și asumarea responsabilităților proprii pentru deciziile luate.
- Implicarea mai activă a studenților procesul managerial.
- Susținerea cadrelor didactico-științifice în procesul de autoformare și autoevaluare.
- Promovarea, în continuare, a tradițiilor departamentului: climat psihologic favorabil, susținerea reciprocă, dar și asumarea de responsabilități de către fiecare membru al departamentului.
- Promovarea programelor de formare profesională la ciclul I – licență și ciclul II – masterat;
- Dezvoltarea parteneriatelor cu alte departamente, universități naționale și internaționale. Participarea activă în elaborarea proiectelor naționale, dar și internaționale.

Planul strategic al Departamentului Economie, Marketing și Turism este în concordanță cu strategia de dezvoltare a Facultății de Științe Economice, și strategia de dezvoltare a Universității de Stat din Moldova.