

**UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA
FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR
DEPARTAMENTUL DE MARKETING ȘI RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE**

Avizat,
Prorector Strategie Academică,
Conf. univ. dr. Irina MACSINGA

Se aprobă,
ÎN ȘEDINȚA DE SENAT
din data de 28.07.2016

Președinte Senat UVT,
Prof. univ. dr. Viorel NEGRU

Avizat DECIDFR,
Conf. univ. dr. Viorel NEGRUȚ

RAPORT DE AUTOEVALUARE

**AL PROGRAMULUI POSTUNIVERSITAR DE FORMARE ȘI DEZVOLTARE
PROFESIONALĂ CONTINUĂ**

„COMUNICARE ȘI NEGOCIERE ÎN AFACERI”

Timișoara 2016

RAPORT DE AUTOEVALUARE

1. EXPUNERE DE MOTIVE

Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor (FEAA) din cadrul Universității de Vest din Timișoara (UVT) este preocupată, în mod constant, de crearea unui cadru colaborativ între mediul academic și mediul de afaceri, în vederea asigurării unui nivel calitativ ridicat al programelor educaționale destinate populației din zona de vest a României.

Potrivit prevederilor legale în vigoare, Centrul de Educație Continuă și Învățământ la Distanță (CECID) al FEAA își propune să ofere un nou program educațional postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă în domeniul comunicării, negocierii și marketingului, ca suport pentru managementul operațional și strategic al organizațiilor, în concordanță cu structura altor programe similare de dezvoltare și de perfecționare profesională derulate la nivel național și internațional.

Programul postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă se va intitula **“COMUNICARE ȘI NEGOCIERE ÎN AFACERI”** și va fi susținut de cadre didactice din Departamentul de Marketing și Relații Economice Internaționale al FEAA, în colaborare cu cadre didactice din Departamentul de Psihologie al Facultății de Sociologie și Psihologie din cadrul UVT.

Programul se bazează pe suportul legal al organizării programelor postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă (PPFDPC), conferit de:

- Art. 133 alin. (3) și (4), art. 143, art. 171, art. 173, art. 328 – 334, 361 (alin. 6) din Legea Educației Naționale nr. 1/ 2011, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordinul MECTS nr. 5703 / 18.10.2011 privind implementarea Cadrului național al calificărilor din învățământul superior;
- Ordinul nr. 3163/ 01.02.2012 privind aprobarea Metodologiei-cadru de organizare și funcționare a programelor postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă;
- Ordinul MECTS 5370/21.08.2012 pentru aprobarea Certificatului de atestare a competențelor profesionale și a Suplimentului descriptiv (pentru absolvenții PPFDPC);
- Adresa MECTS 55149, 55295, 55456, 55626, 55848/05.09.2012 privind Modelul de referință al planului de învățământ pentru un program postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă;
- Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 49/2014, privind instituirea unor măsuri în domeniul educației, cercetării științifice și pentru modificarea unor acte normative, publicată în Monitorul Oficial, Partea I, nr. 486, din 30 iunie 2014;
- Regulamentul UVT privind organizarea și desfășurarea programelor postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă – aprobat de Senatul Universității de Vest din Timișoara în ședința din 31.07.2014 și modificat în ședința din 22.09.2014.

Crearea acestui program postuniversitar răspunde unei cereri reale a pieței formării și dezvoltării profesionale, asigurând menținerea și sporirea prestigiului de care se bucură UVT, respectiv FEAA în rândul stakeholderilor.

2. MISIUNEA ȘI OBIECTIVELE PROGRAMULUI

MISIUNEA acestui program constă în desfășurarea unei activități didactice de înalt nivel care să satisfacă cerințele de formare și perfecționare a abilităților de comunicare, negociere și adoptare a deciziilor de marketing în sfera afacerilor în vederea atragerii și fidelizării clienților unei organizații.

Programul se adresează **absolvenților care au finalizat cu diplomă cel puțin studiile universitare de licență sau echivalente**, care derulează activități de administrare și management la nivelul organizațiilor sau doresc această formă de perfecționare profesională. Programul oferă cursanților posibilitatea îmbunătățirii pregătirii profesionale și a calificării în vederea administrării și gestionării corespunzătoare a organizațiilor.

Obiectivele strategice, urmărite de acest program postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă, sunt:

- Îmbunătățire abilităților de comunicare interumană și în cadrul evenimentelor intraorganizaționale;
- Identificarea impactului social asupra comportamentului individual, a aporturilor personale în inițierea și cristalizarea unor fapte sociale;
- Dezvoltarea cunoștințelor și a abilităților necesare pregătirii și derulării negocierilor în sfera afacerilor;
- Cunoașterea și utilizarea adecvată a modalităților și a instrumentelor prin care organizațiile pot obține informațiile necesare procesului decizional orientat spre piață;
- Înțelegerea modului în care se adoptă deciziile de cumpărare și a factorilor de influență;
- Stimularea interesului pentru autoperfecționare și competiție;
- Formarea capacităților specifice muncii în echipă.

3. MODUL DE ORGANIZARE

Acest program postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă se poate organiza în regim cu taxă sau cu finanțare din alte surse.

Departamentul MREI sau Centrul de educație continuă și învățământ la distanță (CECID) al facultății organizatoare determină cuantumul taxei de studiu printr-o fundamentare a acesteia pornind de la cheltuielile necesare organizării și funcționării programului și o propune spre avizare Prorectorului responsabil cu Strategia Financiară și Economică.

În cadrul programului va funcționa o grupă de cursanți formată din minimum 15 persoane. Admiterea la programul postuniversitar de perfecționare se face pe bază de cerere și dosar de înscriere în limita locurilor anunțate, iar durata studiilor va fi **de 279 ore didactice**, echivalentul a unui număr **de 30 credite de studii universitare transferabile – conform Planului de învățământ, la care se adaugă 2 credite transferabile pentru pregătirea și derularea examenului de certificare – conform Planului de învățământ.**

Activitatea didactică (cursuri, seminarii) se va desfășura la sfârșitul săptămânii, vinerea după amiază și sâmbăta dimineața, în spațiile de învățământ ale FEAA.

Directorul acestui program postuniversitar va fi Conf. univ. dr. Renata NIȚU-ANTONIE.

4. PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Planul de învățământ al acestui program postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă răspunde misiunii și obiectivelor strategice stabilite, cuprinzând disciplinele care oferă cunoștințele de specialitate solicitate, fiind bine structurat și adaptat la cerințele cursanților potențiali.

Planul de învățământ al acestui program este prezentat mai jos:

AVIZAT M.E.N.C.S.,
Universitatea de Vest din Timișoara
Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor
Program postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă: COMUNICARE ȘI NEGOCIERE ÎN AFACERI
Forma de învățământ: CU FRECVENȚĂ
Domeniul de licență pe care se fundamentează programul de studii: MARKETING
Calificarea universitară pe care se fundamentează programul de studii: MARKETING cod RNCIS: L40707008010
Competențe:
Competențe profesionale:

C1.3 Aplicarea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing;

C2.5 Dezvoltarea și utilizarea bazelor de date specifice activității de marketing;

C3.5 Elaborarea unui proiect de analiza a mediului de marketing al organizației, în funcție de specificul pieței;

C5.3 Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare;

C5.5 Proiectarea programului de comunicare în vânzări.

Competențe transversale:

CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.

Plan de învățământ

Valabil începând cu anul universitar: 2016/2017

Nr. crt.	Disciplina	Activități didactice					Nr. credite	Forma de evaluare
		C	S	L	P	AP		
1.	Comunicare în afaceri	6	4			27	4	Examen
2.	Negociere în afaceri	6	4			27	4	Examen
3.	Psihologie socială	6	4			18	3	Examen
4.	Introducere în marketingul serviciilor	6	4			27	4	Examen
5.	Managementul experienței clientului în servicii	6	4			18	3	Examen
6.	Metode de culegere a informațiilor despre clienți	6	4			18	3	Examen
7.	Marketingul prin evenimente și relațiile publice	6	4			18	3	Examen
8.	Marketing online și social media	6	4			18	3	Examen
9.	Marketing relațional	6	4			18	3	Examen
10.	Lucrare de certificare a competențelor profesionale asimilate de cursanți pe parcursul programului						2	
Total ore/credite		54	36			189	32	
		279						

Rector,

Prof. univ. dr. Marilen-Gabriel PIRTEA

Decan,

Prof. univ. dr. Petru ȘTEFEA

Director program,

Conf. univ. dr. Renata NIȚU-ANTONIE

5. TEMATICA MODULELOR

Nr. crt.	Disciplina	Cadru didactic curs	Cadru didactic seminar	Tematica
1.	Comunicare în afaceri	Lector. univ. dr. Eموke FEDER	Lector. univ. dr. Eموke FEDER	➤ Principii, abordări, modele și factori de influență ai comunicării; ➤ Proxemica – limbajul distanțelor interumane; ➤ Comunicarea verbală (informativă, conversație, persuasiune, argumentare); ➤ Comunicare scrisă în domeniul administrativ, al afacerilor și cel comercial; ➤ Comunicarea para-verbală și mesaje non-verbale; ➤ Comunicarea nonverbală interculturală; ➤ Contexte de comunicare (intrapersonală și interpersonală, în echipă și organizație, de prezentare, de consultanță, evaluare, pentru interviuri); ➤ Fundamentele comunicării publice (public speaking); ➤ Identitatea vizuală vestimentară.
2.	Negociere în afaceri	Conf. univ. dr. Renata NIȚU-ANTONIE	Conf. univ. dr. Renata NIȚU-ANTONIE	➤ Tehnici de comunicare și persuasiunea; ➤ Rolul analizei tranzacționale și a programării neurolingvistice în dezvoltarea competențelor de comunicare; ➤ Stilul personal de negociere. Tipuri de negociatori și atitudini în procesul de negociere; ➤ Planificarea procesului de negociere; ➤ Particularități strategice și tactice în negocierile integrative și distributive; ➤ Administrarea procesului de negociere.
3.	Psihologie socială	Prof. univ. dr. Alin GARVRELIUC	Prof. univ. dr. Alin GARVRELIUC	➤ Scurt istoric al psihologiei sociale; ➤ Autopercepția, autoprezentarea, autodezvăluirea; ➤ Construirea sensului lumii sociale. Atribuirea; ➤ Disonanța cognitivă și gândirea stereotipă; ➤ Atitudinile sociale și evaluarea lumii sociale; ➤ Prejudecata și discriminarea; ➤ Atracția interpersonală.
4.	Introducere în marketingul serviciilor	Prof. univ. dr. Forin FOLTEAN	Prof. univ. dr. Forin FOLTEAN	➤ Concepte de bază utilizate în marketing; ➤ Particularități ale marketingului în domeniul serviciilor; ➤ Orientarea spre client; ➤ Procesul de creare și furnizare a valorii oferite clienților; ➤ Comunicarea valorii oferite clienților.
5.	Managementul experienței	Prof. univ. dr. Costinel	Prof. univ. dr. Costinel	➤ Calitatea și valoarea percepută a serviciilor; ➤ Procesul decizional al clienților;

	clientului în servicii	DOBRE	DOBRE	➤ Factori ce influențează decizia de cumpărare (brand-ul, prețul, locația etc.); ➤ Îmbunătățirea experienței oferite clienților; ➤ Strategii de diferențiere și poziționare a brandului.
6.	Metode de culegere a informațiilor despre clienți	Conf. univ. dr. Remus NAGHI	Conf. univ. dr. Remus NAGHI	➤ Tipuri de informații necesare în procesul decizional; ➤ Obținerea informațiilor prin formulare de feedback și contact; ➤ Obținerea informațiilor prin intermediul sondajelor de opinie; ➤ Obținerea de informațiilor prin intermediul interviurilor și focus-grupurilor; ➤ Obținerea informațiilor din analiza surselor de date existente.
7.	Marketingul prin evenimente și relațiile publice	Conf. univ. dr. Sorin PRADA	Conf. univ. dr. Sorin PRADA	➤ Tipologia evenimentelor. Marketingul experiențial; ➤ Etapele planificării unei eveniment; ➤ Instrumente de comunicare utilizate în cadrul evenimentelor; ➤ Stabilirea bugetului unui eveniment; ➤ Tehnici și instrumente de relații publice.
8.	Marketing online și social media	Lector univ. dr. Ciprian ADAM	Lector univ. dr. Ciprian ADAM	➤ Marketingul prin motoare de căutare (SEM) și publicitatea pe motoare de căutare (SEA); ➤ Campaniile Pay per Click (PPC); ➤ Marketingul prin email; ➤ Social media marketing (rețele sociale și bloguri). Marketingul viral; ➤ Parteneriatele online și marketingul prin afiliere; ➤ Măsurarea performanțelor în marketingul online (Web analytics).
9.	Marketing relațional	Conf. univ. dr. Cristian DUȚU	Conf. univ. dr. Cristian DUȚU	➤ Satisfacția clienților și impactul asupra loialității clienților; ➤ Modalități de creare a legăturilor cu clienții ➤ Instrumente de creare și menținere a loialității clienților; ➤ Managementul reclamațiilor clienților; ➤ Programe de loializare a clienților.

5.1. Comunicare în afaceri – Lector univ. dr. Eموke FEDER

1. Principii, abordări, modele și factori de influență ai comunicării;
2. Proxemica – limbajul distanțelor interumane;
3. Comunicarea verbală (informativă, conversație, persuasiune, argumentare);
4. Comunicare scrisă în domeniul administrativ, al afacerilor și cel comercial;
5. Comunicarea para-verbală și mesaje non-verbale;
6. Comunicarea nonverbală interculturală;
7. Contexte de comunicare (intrapersonală și interpersonală, în echipă și organizație, de prezentare, de consultanță, evaluare, pentru interviuri);
8. Fundamentele comunicării publice (public speaking);
9. Identitatea vizuală vestimentară.

5.2. Negociere în afaceri – Conf. univ. dr. Renata NIȚU-ANTONIE

1. Tehnici de comunicare și persuasiunea;
2. Rolul analizei tranzacționale și a programării neurolingvistice în dezvoltarea competențelor de comunicare;
3. Stilul personal de negociere. Tipuri de negociatori și atitudini în procesul de negociere;

4. Planificarea procesului de negociere;
5. Particularități strategice și tactice în negocierile integrative și distributive;
6. Administrarea procesului de negociere.

5.3. Psihologie socială – Prof. univ. dr. Alin GAVRELIUC

1. Scurt istoric al psihologiei sociale;
2. Autopercepția, autoprezentarea, autodezvăluirea;
3. Construirea sensului lumii sociale. Atribuirea;
4. Disonanța cognitivă și gândirea stereotipă;
5. Atitudinile sociale și evaluarea lumii sociale;
6. Prejudicata și discriminarea;
7. Atracția interpersonală.

5.4. Introducere în marketingul serviciilor – Prof. univ. dr. Florin FOLTEAN

1. Concepte de bază utilizate în marketing;
2. Particularități ale marketingului în domeniul serviciilor;
3. Orientarea spre client;
4. Procesul de creare și furnizare a valorii oferite clienților;
5. Comunicarea valorii oferite clienților.

5.5. Managementul experienței clientului în servicii – Prof. univ. dr. Costinel DOBRE

1. Calitatea și valoarea percepută a serviciilor;
2. Procesul decizional al clienților;
3. Factori ce influențează decizia de cumpărare (brand-ul, prețul, locația etc.);
4. Îmbunătățirea experienței oferite clienților;
5. Strategii de diferențiere și poziționare a brandului.

5.6. Metode de culegere a informațiilor despre clienți – Conf. univ. dr. Remus NAGHI

1. Tipuri de informații necesare în procesul decizional;
2. Obținerea informațiilor prin formulare de feedback și contact;
3. Obținerea informațiilor prin intermediul sondajelor de opinie;
4. Obținerea de informațiilor prin intermediul interviurilor și focus-grupurilor;
5. Obținerea informațiilor din analiza surselor de date existente.

5.7. Marketingul prin evenimente și relațiile publice – Conf. univ. dr. Sorin PRADA

1. Tipologia evenimentelor. Marketingul experiențial;
2. Etapele planificării unei evenimente;
3. Instrumente de comunicare utilizate în cadrul evenimentelor;
4. Stabilirea bugetului unui eveniment;
5. Tehnici și instrumente de relații publice.

5.8. Marketing online și social media - Lector univ. dr. Ciprian ADAM

1. Marketingul prin motoare de căutare (SEM) și publicitatea pe motoare de căutare (SEA);
2. Campaniile Pay per Click (PPC);
3. Marketingul prin email;
4. Social media marketing (rețele sociale și bloguri). Marketingul viral;
5. Parteneriatele online și marketingul prin afiliere;
6. Măsurarea performanțelor în marketingul online (Web analytics).

5.9. Marketing relațional – Conf. univ. dr. Cristin DUȚU

1. Satisfacția clienților și impactul asupra loialității clienților;
2. Modalități de creare a legăturilor cu clienții;
3. Instrumente de creare și menținere a loialității clienților;
4. Managementul reclamațiilor clienților;
5. Programe de loializare a clienților.

6. STATUL DE FUNCȚIUNI

Statul de funcțiuni al programului postuniversitar este prezentat în *Anexa 2*.

7. BAZA MATERIALĂ

Activitățile didactice se vor desfășura în spațiile de învățământ ale FEAA, precum și în spațiile puse la dispoziție de către Departamentul de Educație Continuă, Învățământ la Distanță și Frecvență Redusă al UVT.

Mijloacele didactice utilizate sunt:

- a. retroproiector;
- b. computer portabil + videoproiector;
- c. suporturi de curs în format electronic și tipărit pentru fiecare student și fiecare disciplină;
- d. PC-uri din laboratoarele FEAA, conectate la Internet;
- e. sistem de videoconferință.

8. FIȘA DE ÎNSCRIERE (model)

Modelul „Fișei de înscriere” este prezentat în *Anexa 1*.

9. PRECIZĂRI PRIVIND FINALIZAREA PROGRAMULUI

Programul postuniversitar de formare și dezvoltare profesională continuă, **„COMUNICARE ȘI NEGOCIERE ÎN AFACERI”**, se finalizează cu un **examen de certificare a competențelor profesionale asimilate**.

Examenul de certificare a competențelor trebuie să verifice capacitatea de a aplica practic competențele dobândite prin program.

Absolvenților care promovează examenul de certificare a competențelor li se eliberează de către UVT un **CERTIFICAT DE ATESTARE A COMPETENȚELOR PROFESIONALE** specifice programului, sub egida Ministerului Educației Naționale și Cercetării Științifice.

CERTIFICATUL DE ATESTARE A COMPETENTELOR PROFESIONALE este însoțit obligatoriu de un **Supliment descriptiv**.

Decan FEAA,
Prof. univ. dr. Petru ȘTEFEA

Director DECIDFR UVT,
Conf. univ. dr. Viorel NEGRUȚ

Director Departament
Marketing și Relații Internaționale FEAA,
Conf. univ. dr. Renata NIȚU-ANTONIE

Coordonator CECID FEAA,
Conf. univ. dr. Gabriel BÎZOI

Director program,
Conf. univ. dr. Renata NIȚU-ANTONIE