

Dezvoltarea abilităților de marketing pentru persoanele cu funcții de conducere în sistemul educațional

Conf.dr. Ioana Chițu



Universitatea
Transilvania
din Brașov

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR





Conceperea strategiei:

- organizarea eforturilor de marketing
- identificarea resurselor
- Identificarea riscurilor

Context – unde suntem acum?

Definirea obiectivelor





Cercetarea pieţei

Identificarea concurenţei

Identificarea segmentelor ţintă de consumatori

Identificarea "propunerii tale unice" - **Invaţă să fii în centru!**

Stabilirea mixului de marketing: produs, preţ, promovare, distribuţie

Identificarea canalelor şi a modalităţilor de comunicare



Strategia de marketing a Facultății de Științe economice și administrarea afacerilor - FSEAA



Universitatea
Transilvania
din Brașov

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR





Strategia de marketing a FSEAA:

- cuprinsă în Planul strategic 2016-2020 al facultăţii,
- subordonată obiectivelor generale ale Universităţii Transilvania din Braşov,
- în conformitate cu strategia de imagine a Universităţii Transilvania din Braşov.





Universitatea



Transilvania din Braşov



seaa

Facultatea de Ştiinţe Economice şi
Administrarea Afacerilor



**Universitatea
Transilvania
din Braşov**



**Transilvania
University
of Brasov**



**Universitatea
Transilvania
din Braşov**
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR



**Transilvania
University
of Brasov**
FACULTY OF ECONOMIC SCIENCES
AND BUSINESS ADMINISTRATION



CONTEXT:

- ❑ FSEAA 30 ani de activitate, înfiinţată în anul 1990,
- ❑ cea mai mare facultate din cadrul Universităţii Transilvania din Braşov după numărul de studenţi,
- ❑ concurenţa de pe piaţa serviciilor educaţionale:
 - ❑ **internă** – din partea facultăţilor de profil publice şi private,
 - ❑ **externă** – din partea facultăţilor din străinătate,
- ❑ scăderea populaţiei şcolare, a numărului de absolvenţi de liceu,
- ❑ frecvenţele schimbări care au avut şi au loc în învăţământul superior românesc.





OBJECTIVE:

- ❑ promovarea imaginii FSEAA ca jucător important pe piaţa serviciilor educaţionale din România;
- ❑ promovarea ofertei educaţionale a FSEAA;
- ❑ creşterea numărului de candidaţi la admiterea la licenţă, masterat şi doctorat;





OBIECTIVE:

- ❑ creşterea numărului de colaboratori de pe piaţa forţei de muncă;
- ❑ creşterea numărului de absolvenţi înscrişi în comunitatea ALUMNI a FSEAA – vectori esenţiali în promovarea imaginii FSEAA;
- ❑ creşterea numărului de colaborări cu instituţii de învăţământ superior din străinătate;
- ❑ crearea unui climat de încredere şi colaborare cu studenţii, masteranzii, doctoranzii şi cu cadrele didactice.





Piața țintă:

1. absolvenții de liceu din clasele a XII-a și a XI-a din județul Brașov și din alte județe ale țării;
2. absolvenții de licență atât din facultatea noastră cât și din alte facultăți, atât de profil economic și nu numai;
3. absolvenții de masterat;
4. mediul economic, comunitatea brașoveană;





Piaţa ţintă:

5. absolvenţii facultăţii noastre (pentru dezvoltarea comunităţii ALUMNI);
6. alte instituţii de învăţământ superior din străinătate;
7. cadrele didactice din facultate, studenţii, masteranzii şi doctoranzii.
8. comunitatea internaţională.





Universitatea
Transilvania
din Braşov

FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR

PRODUSUL - Oferta educaţională a FSEAA - studii integrate – o ofertă inovativă şi flexibilă



DOCTORAT

2 programe de studii
Marketing şi Finanţe



MASTERAT

8 programe de studii



LICENŢĂ

13 programe de studii





LICENŢĂ (IF ŞI ID)

Programe de studii:

- Marketing (IF ŞI ID)
- Economia comerţului, turismului şi serviciilor (IF ŞI ID)
- Management (IF ŞI ID)
- Afaceri internaţionale (IF ŞI ID)
- Finanţe şi bănci (IF)
- Contabilitate şi informatică de gestiune (IF ŞI ID)
- Informatică economică (IF)
- Administrarea afacerilor (în limba engleza) (IF)





MASTERAT (IF)

Programe de studii:

- Politici şi strategii de marketing
- Administrarea afacerilor în turism
- Management şi strategii de afaceri
- Relaţii economice interna ionale
- Management financiar bancar
- Politici contabile, audit şi control de gestiune
- Sisteme informatice integrate pentru afaceri
- Audit intern





- ❑ **oferta de servicii educaţionale** (inclusiv posibilităţile de obţinere a unor burse de studiu în străinătate în cadrul facultăţilor partenere),
- ❑ **oferta de servicii complementare** (de exemplu, practica studentească, serviciile de cazare etc),
- ❑ **oferta de servicii pentru timpul liber al studenţilor** (de tip “loisir”, baza materială din campusul studentesc),
- ❑ **politica de tarife a facultăţii** (inclusiv oferta de burse),
- ❑ **distribuţia pe piaţa forţei de muncă**,
- ❑ **comunicarea cu piaţa educaţională (AFER)**,
- ❑ **poziţionarea** în cadrul acesteia.





Activităţi concrete de promovare a FSEAA

1. Piaţa ţintă - elevii de liceu din clasele a XII-a şi a XI-a

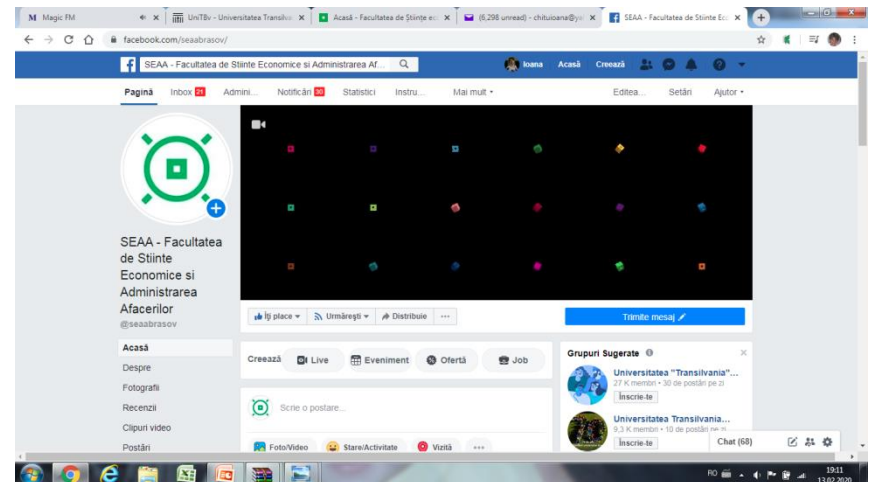
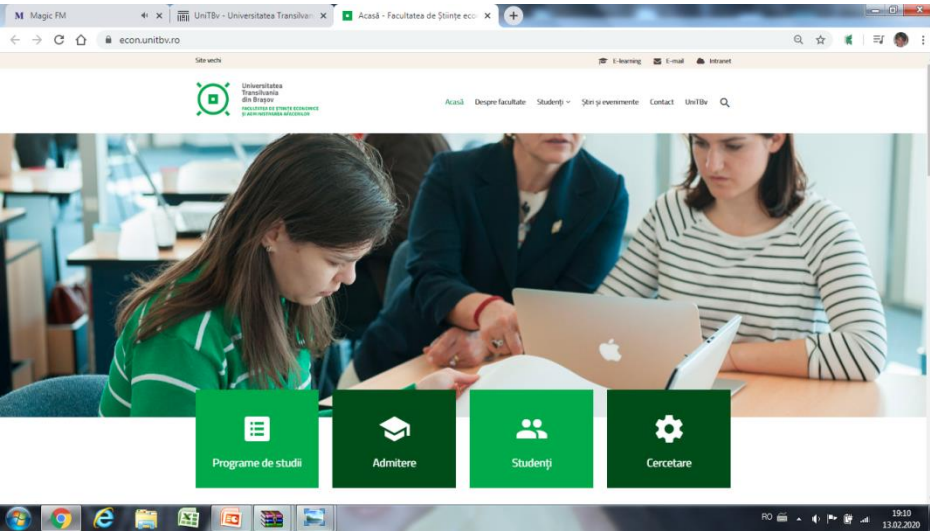
- colaborarea cu Inspectoratele şcolare judeţene;
- realizarea de scrisori şi pliante de prezentare a facultăţii;
- realizarea unor întâlniri între profesorii facultăţii şi potenţialii candidaţi;
- implicarea studenţilor în activităţile de promovare pentru o dispersie mai bună în teritoriu a informaţiilor despre facultate;
- organizarea de către facultate a "*Zilelor porţilor deschise*";
- promovarea ofertei educaţionale prin **mass-media**;
- actualizarea continuă a **site-ului** şi a **paginii de Facebook a facultăţii**





Universitatea
Transilvania
din Braşov
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR

Activităţi concrete de promovare a FSEAA





De ce să studiezi la noi?

- Stagii de practică la companii ca BCR, BRD, Hotel Alpin, ANA Hotels etc.
- Posibilitatea de a studia un semestru în străinătate la universități partenere din Italia, Finlanda, Germania, Marea Britanie, Spania etc.
- Studenții se pot implica în diverse activități extracurriculare,
- Se oferă mai multe tipuri de burse studenților, de exemplu "Bursa de excelență a Universității Transilvania din Braşov",





Universitatea
Transilvania
din Braşov

FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR

- Sunt premiaţi şi stimulaţi şefii de promoţie al liceelor care devin studenţii noştri,
- Sunt premiaţi şefii de promoţie ai programelor de licenţă,
- Sunt susţinuţi şi încurajaţi studenţii cu dificultăţi materiale,
- Universitatea Transilvania are 2 mari complexuri studenteşti – 13 cămine, 4200 locuri de cazare, fiecare complex dispune de o cantină,
- Baza sportivă a universităţii are un teren de fotbal cu nocturnă,
- 4 săli de sport, club de biliard şi ping-pong.





2. Piaţa ţintă – absolvenţii de licenţă şi masterat

- prezentări ale programelor de studii de masterat realizate de coordonatorii acestora;
- realizarea unor întâlniri între profesorii facultăţii şi potenţialii candidaţi;
- promovarea ofertei educaţionale prin **mass-media**;
- promovarea prin intermediul Şcolii Interdisciplinare Doctorală a Universtăţii Transilvania din Braşov;
- actualizarea continuă a **site-ului** şi a **paginii de Facebook a facultăţii**





3. Piaţa ţintă – mediul economic, absolvenţii facultăţii noastre (pentru dezvoltarea comunităţii ALUMNI), comunitatea.

- ❑ contactarea celor mai reprezentative firme din mediul economic braşovean pentru a încheia contracte de colaborare;
- ❑ invitarea reprezentanţilor din mediul economic braşovean la diverse manifestări organizate fie de universitate (AFCO) fie de facultate (jubilee, deschiderea anului universitar)





4. Piaţa ţintă – mediul economic, absolvenţii facultăţii noastre (pentru dezvoltarea comunităţii ALUMNI), comunitatea.

- ❑ invitarea de personalităţi din mediul economic pentru a vorbi studenţilor despre activitatea lor (cadrele didactice invită reprezentanţi ai mediului economic, eventual absolvenţi, la cursuri sau în cadrul unor evenimente speciale);
- ❑ comunicate de presă (cu ocazia unor manifestări organizate de facultate, concursuri, activităţi caritabile etc.)





4. Piaţa ţintă – mediul economic, absolvenţii facultăţii noastre (pentru dezvoltarea comunităţii ALUMNI), comunitatea.

- participarea facultăţii la târguri de profil (Transilvania Tourism Fair)





5. Piaţa ţintă – studenţii, masteranzii şi doctoranzii

- Întâlniri periodice ale conducerii FSEAA cu studenţii, masteranzii şi doctoranzii;
- Orientation days





5. Piaţa ţintă – studenţii, masteranzii şi doctoranzii

□ organizarea de excursii de studii (Vizitarea Târgului de turism al României, Vizitarea Băncii Naţionale a României etc);





5. Piaţa ţintă – studenţii, masteranzii şi doctoranzii

- organizarea unor concursuri cu premii ("O zi din viaţa de student la FSEAA")
- Organizarea unor activităţi caritabile ("Moş Crăciun există....în reclame")

Universitatea
Transilvania
din Braşov
FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR

**Moş Crăciun
EXISTĂ...
ÎN RECLAME**

**MIERCURI, 12 DECEMBRIE
ORA: 17:30, SALA CP2**

*Hai veniţi cu mic cu mare,
La mica noastră sărbătoare,
Pe Moşul voi îl ştiţi
În reclame-l întâlniţi.*

**PARTICIPĂ ŞI TU LA EVENIMENTUL CARITABIL ORGANIZAT DE COLEGII ŢĂI ŞI NU UITA...
DE CRĂCIUN FII MAI BUN, DONEAZĂ ACUM!
HAI SĂ AJUTĂM FUNDAŢIA "BUCURIA DARULUI" DONÂND ALIMENTE DE BAZĂ NEPERISABILE**





5. Piaţa ţintă – studenţii, masteranzii şi doctoranzii

- ❑ Implicarea studenţilor în proiecte de cercetare ("Universitatea sustenabilă")
- ❑ Acţiuni de prevenire a abandonului şcolar (activităţi remediale, consiliere şi orientare în carieră – proiect SUCCES)

5. Piaţa ţintă – cadrele didactice din facultate

- ❑ transparenţă în luarea deciziilor la nivelul conducerii FSEAA
- ❑ Întâlniri periodice – Consiliul Facultăţii lărgit





6. Piaţa ţintă – comunitatea internaţională

- deplasări în cadrul ERASMUS
- deplasări în cadrul strategiei de internaţionalizare a universităţii/facultăţii
 - film de prezentare al universităţii
 - prezentare ppt
 - cadouri personalizate





Universitatea
Transilvania
din Braşov

FACULTATEA DE ŞTIINŢE ECONOMICE
ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR

Vă mulţumesc!

