



**ROMÂNIA**  
**MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE**  
**UNIVERSITATEA DIN PITEȘTI**

Str. Târgu din Vale, nr. 1, Cod poștal 110040-Pitești, Romania  
Tel.: +40 348 453 100; <http://www.upit.ro>  
**FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI DREPT**



## **STRATEGIE PRIVIND COMUNICAREA CU STUDENȚII**

2016-2020

### ***1. Cadrul general***

Comunicarea cu studenții reprezintă nucleul practic și pragmatic al comunicării educaționale, constituind esența însăși și vehiculul secvențelor procesului de învățământ. Acest tip de comunicare presupune o perpetuă interacțiune între profesor și studenți, indiferent că este vorba de predare, învățare, evaluare și chiar proiectare didactică.

Strategia Facultății de Științe Economice și Drept privind comunicarea cu studenții a fost formulată având în vedere:

1. interesul strategic propriu și misiunea Facultății - promovarea unei instituții de învățământ superior centrată pe student;
2. necesitatea și oportunitatea promovării unei imagini corecte a Facultății pe baza principiului transparenței informațiilor de interes public și a informațiilor utile publicului țintă;
3. accentul deosebit de important pe care Legea nr. 1/2011 a educației naționale îl pune pe transparență și pe asigurarea vizibilității totale a deciziei și a rezultatelor instituțiilor de învățământ din Romania, prin comunicarea periodică și adecvată a acestora;
4. paradigma evaluării de către organisme de evaluare a calității din țară și din străinătate în vederea clasificării instituționale și a ierarhizării programelor de studii și a departamentelor, paradigmă bazată pe accesul direct și de la distanță la informațiile privind realizarea misiunii acestora.

### ***2. Obiective strategice:***

- crearea condițiilor pentru realizarea unui feed-back permanent și eficient din partea studenților;
- creșterea numărului de studenți din țară și din străinătate prin folosirea intensivă a mijloacelor specifice și diseminarea informațiilor utile publicului țintă;
- diversificarea instrumentelor de lucru pentru a se putea realiza o politică de promovare a imaginii pozitive și comunicare permanentă.

### ***3. Instrumente și mijloace specifice:***

#### ➤ Instrumente de lucru:

- a) Pagina web a Facultății este instrumentul principal de comunicare a informațiilor de interes public și a informațiilor utile publicului țintă; Informațiile afișate pe site trebuie să fie corecte, necontradictorii, complete și bine organizate.
- b) Pentru realizarea feed-back-ului se va utiliza o pagină de socializare, de exemplu Facebook;
- c) Platforma de e-learning facilitează comunicarea dintre presonalul didactic cu studenții. Accesul în acest sistem informatic se face securizat, pe bază de nume de utilizator și parolă. Sistemul permite depozitarea de suporturi de curs și seminar în format electronic, contruirea de chestionare cu corectare automată etc

#### ➤ Materialele informative:

- a) Afise, postere si bannere;
- b) Brosuri de prezentare;
- c) Ghiduri ale programelor de studii;
- d) Pliante de prezentare si fluturasi de popularizare a ofertei academice;
- e) Videoclipuri;
- f) Galerii foto;
- g) CD sau DVD de prezentare.

#### ➤ Mijloace de informare:

- a) Organizarea anuală a unei zile a porților deschise;
- b) Întâlniri periodice între îndrumătorii de an și studenți;
- c) Interacțiunea permanentă dintre șefii de grupă și directorii de departament prin intermediul unor grupuri pe discuții pe Internet.

#### ➤ Mijloace de colectare, înregistrare, acțiune și generare a feedback-ului cu privire la activitatea didactică și condițiile de viață oferite în spațiul universitar:

- a) Chestionar de evaluare a satisfacției studenților - activitatea didactică;
- b) Chestionar de evaluare a unei discipline;
- c) Chestionar de evaluare a satisfacției studenților - activitatea de secretariat;
- d) Chestionar de evaluare a satisfacției studenților - activitatea de îndrumare.

Prezenta strategie a fost analizată și aprobată în ședința Consiliului FSED, din data de 12.06.2017.

**Decan,**

**prof. univ. dr. Chelaru Eugen**