


UNIVERSITATEA DIN PITEȘTI  CENTRUL DE MARKETING UNIVERSITAR	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD:REG-CMU-01	Ediția 1
		Revizia 1
		Nr. de ex. 2
		Nr. pagini: 9
		Exemplar nr. 2

AVIZAT,
În ședința Consiliului de Administrație
din data 30.01.2019

APROBAT,
În ședința Senatului
din data de 25.03.2019

RECTOR,


PREȘEDINTE,

Conf. univ. dr. ing. Dumitru CHIRLEAN

Prof. univ. dr. Mihaela DIACONU

**Regulament de organizare și funcționare a
Centrului de Marketing Universitar**

COD:REG-CMU-01


	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD: REG-CMU-01	Ediția 1
		Revizia 1

**LISTA RESPONSABILILOR CU ELABORAREA, VERIFICAREA ȘI APROBAREA
EDIȚIEI/REVIZIEI**

Elemente privind responsabilități/operațiuni	Numele și prenumele	Funcția	Data	Semnătura
1	2	3	4	5
Elaborat	Conf.univ.dr. Amalia DUȚU	Director CMU	28.01.2019	
Verificat	Conf.univ.dr. Adrian S M rescu	Prorector pentru relația cu studenții, absolvenții și mediul socio-economic	28.01.2019	
Aviz juridic	Elena MATEESCU	Consilier Juridic	29.01.2019	

**SITUAȚIA EDIȚIILOR ȘI REVIZIILOR ÎN CADRUL EDIȚIILOR
REGULAMENTULUI/METODOLOGIEI**

Nr.crt.	Revizia / Data aplicării	Numărul capitolului și paginilor revizuite	Conținutul modificării	Numele și prenumele			
				Elaborat	Verificat	Avizat	Aprobat
1	28.01.2019	Capitolul II/ Articolul 6/ pagina 3	Completare Art.6 un post de Responsabil implementare programe de marketing.....	Conf.univ.dr. Amalia DUȚU	Conf.univ.dr. Adrian S M RESCU	În ședința CA din data de 30.01.2019	În ședința Senatului din data de 25.03.2019
2	28.01.2019	Capitolul III / Articolul 10/ pagina 6	Introducere Art. 10.	Conf.univ.dr. Amalia DUȚU	Conf.univ.dr. Adrian S M RESCU		
3	28.01.2019	Anexa nr.1/ pagina 9	Modificare organigram	Conf.univ.dr. Amalia DUȚU	Conf.univ.dr. Adrian S M RESCU		

	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD: REG-CMU-01	Ediția 1
		Revizia 1

DOCUMENTE DE REFERINȚĂ

Art. 1 Asigurarea activităților desfășurate de către Centrul de Marketing Universitar (CMU) este reglementată prin:

- 1) Legea educației naționale nr. 1/2011.
- 2) Carta Universității din Pitești.
- 3) Planul strategic al Universității din Pitești 2016-2020.

CAPITOLUL I

DISPOZIȚII GENERALE

Art. 2 - Prezentul document reglementează organizarea și desfășurarea activităților Centrului de Marketing Universitar (CMU).

Art. 3 – Centrul de Marketing Universitar este o structură suport specializată cu misiunea de a asigura dezvoltarea și coordonarea activităților și proceselor din cadrul Sistemului Informațional de Marketing (SIM) al Universității din Pitești, reprezentând interfața dintre Universitatea din Pitești și mediul socio-economic, prin crearea unui cadru corespunzător dezvoltării colaborării dintre cele două componente.

CAPITOLUL II

ORGANIZAREA ȘI CONDUCEREA CENTRULUI DE MARKETING UNIVERSITAR (CMU)


Art. 4 – Centrul de Marketing Universitar funcționează pe baza aprobării Senatului, la propunerea Consiliului de Administrație. Centrul este organizat și desfășoară activitatea în temeiul Cartei Universității din Pitești, al regulamentelor universității și al propriilor regulamente.

Art. 5 - (1) Centrul de Marketing Universitar (CMU) este subordonat Prorectorului pentru relații cu studenții, absolvenții și mediul socio-economic.

(2) CMU are relații de tip funcțional și de colaborare cu toate structurile organizatorice ale universității – facultăți, departamente academice, structuri administrative și suport etc.

Art. 6 - CMU este condus de un director, propus de Rector și aprobat de Senatul universitar și are în componența sa un post de Responsabil implementare programe de marketing, un Grup de lucru permanent alcătuit din câte un reprezentant al fiecărui departament academic și un Consiliu Consultativ alcătuit din câte un reprezentant al fiecărei facultăți din cadrul UPIT. Atât grupul de lucru permanent, cât și Consiliul Consultativ desfășoară activitatea conform unui plan de activitate elaborat la începutul fiecărui an universitar.

Art. 7 - Organigrama CMU este propusă de directorul său, avizată de Prorectorul pentru relația cu studenții, absolvenții și mediul socio-economic și aprobată de Senatul universitar.


	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD: REG-CMU-01	Edi ia 1
		Revizia 1

Capitolul III

TRIBUȚII

Art. 8 - Centrul de Marketing Universitar (CMU) are următoarele atribuții principale:


- (1) Efectuează analize și studii de marketing cu scopul de a identifica: (1) potențialii parteneri din mediul socio-economic, (2) cerințele de competențe și abilități ale angajatorilor, (3) cererea de noi programe de formare, (4) imaginea universității din Pitești în rândul grupurilor interesate (elevi, studenți, absolvenți, reprezentanți ai mediului socio-economic), cererea elevilor pe programe de studii etc.;
- (2) Dezvoltă și coordonează implementarea strategiei de marketing a Universității din Pitești, respectiv a programelor de marketing universitar;
- (3) Dezvoltă și coordonează implementarea strategiei de comunicare și imaginea a Universității din Pitești;
- (4) Dezvoltă și coordonează aplicarea strategiei și programelor cu privire la informarea, atragerea, recrutarea și admiterea studenților la programele de studii din oferta educațională a Universității din Pitești;
- (5) Contribuie la îmbunătățirea continuă a identității vizuale a Universității din Pitești;
- (6) Dezvoltă și întreține sistemul de relații al Universității cu toate grupurile externe interesate: instituții școlare, companii, instituții ale administrației publice, organizații non-guvernamentale, alte structuri naționale, personalități din diverse medii socio-profesionale, care pot susține interesele și imaginea Universității din Pitești;
- (7) Atragerea grupurilor interesate, interne și externe în structuri organizate, proiecte și activități care susțin interesele și imaginea Universității;
- (8) Organizează și desfășoară evenimente care să sprijine inserția studenților și absolvenților Universității pe piața muncii – târguri de job-uri și internship-uri, workshop-uri, prezentări etc.;
- (9) Monitorizează activitățile de promovare a imaginii Universității / Facultății / Programului de studii și de asigurare consultanță de marketing educațional;
- (10) Desfășoară campanii de marketing on-line pentru promovarea ofertei de consultanță și servicii de transfer tehnologic către reprezentanții mediului socio-economic;
- (11) Întreprinde demersuri pentru a corela oferta educațională cu cerințele existente pe piața forței de muncă și tendințele acesteia;
- (12) Asigură cadrul necesar pentru elaborarea, accesarea și implementarea în parteneriat cu reprezentanții mediului socio-economic de proiecte finanțate din fonduri europene care să contribuie la dezvoltarea Universității din Pitești;
- (13) Organizează și facilitează întâlnirile dintre partenerii mediului socio-economic și facultățile/departamentele academice/reprezentanții programelor de studii;
- (14) Asigură dezvoltarea de parteneriate între Universitatea din Pitești/facultăți/departamente academice/programe de studii și partenerii mediului socio-economic;
- (15) Contribuie la dezvoltarea și implementarea Planului de Cooperare Regional pentru Învățământ și formare Profesională ;

	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD: REG-CMU-01	Ediția 1
		Revizia 1

- (16) Asigur dezvoltarea și menținerea de relații pe termen lung cu Inspectoratul colar Județean Argeș;
- (17) Întreprinde acțiuni care să contribuie la identificarea și dezvoltarea de relații de colaborare cu departamente similare ca misiune, obiective și atribuții din cadrul altor universități din țară și din străinătate;
- (18) Contribuie la dezvoltarea și implementarea proiectelor privind incubarea de afaceri.

Art. 9 - Directorul Centrului de Marketing Universitar are următoarele atribuții:

- (1) Coordonează activitatea Sistemului Informațional de Marketing (SIM) din cadrul Universității din Pitești;
- (2) Elaborează strategia de marketing a Universității și coordonează implementarea acesteia;
- (3) Dezvoltă programe de marketing și coordonează implementarea acestora pentru promovarea imaginii Universității din Pitești;
- (4) Coordonează procesul de planificare și raportarea în Sistemul Informațional de Marketing (SIM) al Universității din Pitești;
- (5) Administrează și actualizează permanent baza de date a Universității din Pitești cu partenerii din mediul socio-economic;
- (6) Efectuează studii și analize de imagine, respectiv cu scopul identificării potențialilor parteneri ai Universității din Pitești;
- (7) Realizează analize cu privire la diferitele aspecte ale mediului socio-economic, la cerințele de competențe ale absolvenților solicitate de angajatori, gradul de corespondență între competențele formate de Universitatea din Pitești și cerințele existente pe piața forței de muncă.
- (8) Dezvoltă campanii de e-mail marketing cu scopul stabilirii de relații și dezvoltării de parteneriate cu mediul socio-economic;
- (9) Organizează și desfășoară evenimente/ workshop-uri/ateliere de lucru/mese rotunde cu reprezentanții mediului socio-economic pe teme de interes comun;
- (10) Dezvoltă și coordonează implementarea proiectelor de voluntariat în colaborare cu reprezentanții mediului socio-economic, pentru asumarea rolului de responsabilitate socială ce revine fiecărui partener;
- (11) Organizează și facilitează întâlnirile dintre partenerii mediului socio-economic și facultățile/departamentele academice/reprezentanții programelor de studii din cadrul Universității din Pitești;
- (12) Organizează evenimente (târguri de joburi, caravane etc.) cu scopul de a facilita întâlnirea dintre angajatori și studenții/absolvenții Universității din Pitești;
- (13) Intermediază relația dintre Universitatea din Pitești/facultăți/departamente academice/programe de studii și reprezentanții mediului socio-economic în vederea colaborării în diferite direcții: desfășurarea de stagii de practică și internship-uri, facilitare între cererea și oferta de forță de muncă calificată, cercetare, transfer tehnologic etc.;

	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD: REG-CMU-01	Ediția 1
		Revizia 1

(14) Asigură constituirea unor comunități de practică la nivelul programelor de studii pentru efectuarea stagiilor de practică și de internship de către studenții/absolvenții Universității din Pitești;

(15) Organizează evenimente și acțiuni comune la nivelul Universității din Pitești - Inspectoratul Școlar Județean Argeș - liceele din jud. Argeș cu scopul de a relua și menține relațiile cu sistemul de învățământ preuniversitar și, facilitează organizarea unor astfel de acțiuni la nivelul departamentelor academice;

(16) Monitorizează relațiile dezvoltate între departamentele academice și reprezentanții mediului socio-economic;

(17) Coordonează desfășurarea activităților atât de marketing tradițional: publicitate prin mass media (aparitii TV, comunicate de presă etc.), relații publice (evenimente, târguri etc.), cât și de marketing modern: marketing direct (campanii de e-mail marketing), marketing online cu scopul de a poziționa Universitatea din Pitești între actorii de top ai regiunii.


Art. 10. Responsabilul de implementare programe de marketing are următoarele atribuții principale:

- (1) Participă la implementarea programelor de marketing pentru promovarea imaginii universității;
- (2) Participă la implementarea programelor de marketing care vizează relația cu mediul preuniversitar;
- (3) Participă la implementarea programelor de marketing care vizează relația cu mediul socio-economic;
- (4) Inițiază și implementează proiecte educaționale dedicate elevilor din liceele argeșene și din județele limitrofe;
- (5) Inițiază și implementează proiecte educaționale dedicate studenților universității din Pitești;
- (6) Participă la organizarea și desfășurarea evenimentelor / acțiunilor de marketing;
- (7) Organizează și implementează proiecte de voluntariat în parteneriat cu instituțiile din mediul preuniversitar și reprezentanții mediului socio-economic;
- (8) Realizează baze de date și rapoarte de activitate aferente activităților specifice;
- (9) Participă la colectarea datelor și informațiilor necesare fundamentării programelor și strategiilor de marketing.

Art. 11 - Atribuțiile Grupului de lucru permanent, respectiv ale responsabililor desemnați de către fiecare departament academic sunt următoarele:

(1) Elaborează la începutul fiecărui an universitar planul de acțiune în ceea ce privește inițiativele de colaborare cu mediul socio-economic: stagii de practică, internship-uri, facilitarea între cererea și oferta de forță de muncă calificată, cercetare etc.

(2) Dezvoltă și actualizează permanent baza de date a fiecărui departament academic cu partenerii din mediul socio-economic.

	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD: REG-CMU-01	Ediția 1
		Revizia 1

- (3) Transmite semestrial baza de date reactualizat cu partenerii din mediul socio-economic catre CMU.
- (4) Organizează și desfășoară workshop-uri/ateliere de lucru/mese rotunde cu partenerii din mediul socio-economic pe teme de interes comun.
- (5) Organizează evenimente (târguri de joburi, caravane etc.) cu scopul de a facilita întâlnirea dintre angajatori și studenți/absolvenți.
- (6) Asigură constituirea unor comunități de practică la nivelul programelor de studii pentru efectuarea stagiilor de practică și de internship de către studenți/absolvenți.
- (7) Monitorizează convențiile cadru și contractele de colaborare încheiate la nivelul fiecărui departament academic cu partenerii din mediul socio-economic.
- (8) Monitorizează activitățile de colaborare desfășurate între fiecare departament academic și partenerii din mediul socio-economic.
- (9) Elaborează și transmite rapoarte semestriale către Directorul CMU. În cadrul acestora vor fi prezentate activitățile desfășurate de către fiecare departament academic în colaborare cu partenerii din mediul socio-economic, precum și principalii indicatori de performanță.


Art. 12 - Atribuțiile Consiliului Consultativ, respectiv ale responsabililor pentru relația Universității din Pitești cu Inspectoratul Școlar Județean Argeș desemnați de către fiecare facultate sunt următoarele:

- (1) Dezvoltă și actualizează permanent o bază de date cu toate liceele din jud. Argeș.
- (2) Efectuează campanii de e-mail marketing cu scopul informării, respectiv promovării acțiunilor întreprinse de către fiecare facultate.
- (3) Organizează evenimente și acțiuni comune la nivelul Universității din Pitești - Inspectoratul Școlar Județean Argeș - liceele din jud. Argeș cu scopul de a relua și menține relațiile cu sistemul de învățământ preuniversitar.
- (4) Elaborează și transmite rapoarte anuale către Directorul CMU. În cadrul acestora vor fi prezentate activitățile desfășurate de către fiecare facultate în colaborare cu Inspectoratul Școlar Județean Argeș/liceele din jud. Argeș, precum și principalii indicatori de performanță.

DISPOZIȚII FINALE


Art. 13 - Prezentul Regulament intră în vigoare de la data aprobării lui în Senatul Universității din Pitești.

Art. 14 - Modificările prezentului regulament se efectuează cu acordul Senatului la propunerea CMU sau a altor structuri cu responsabilități privind relațiile de colaborare cu mediul socio-economic.

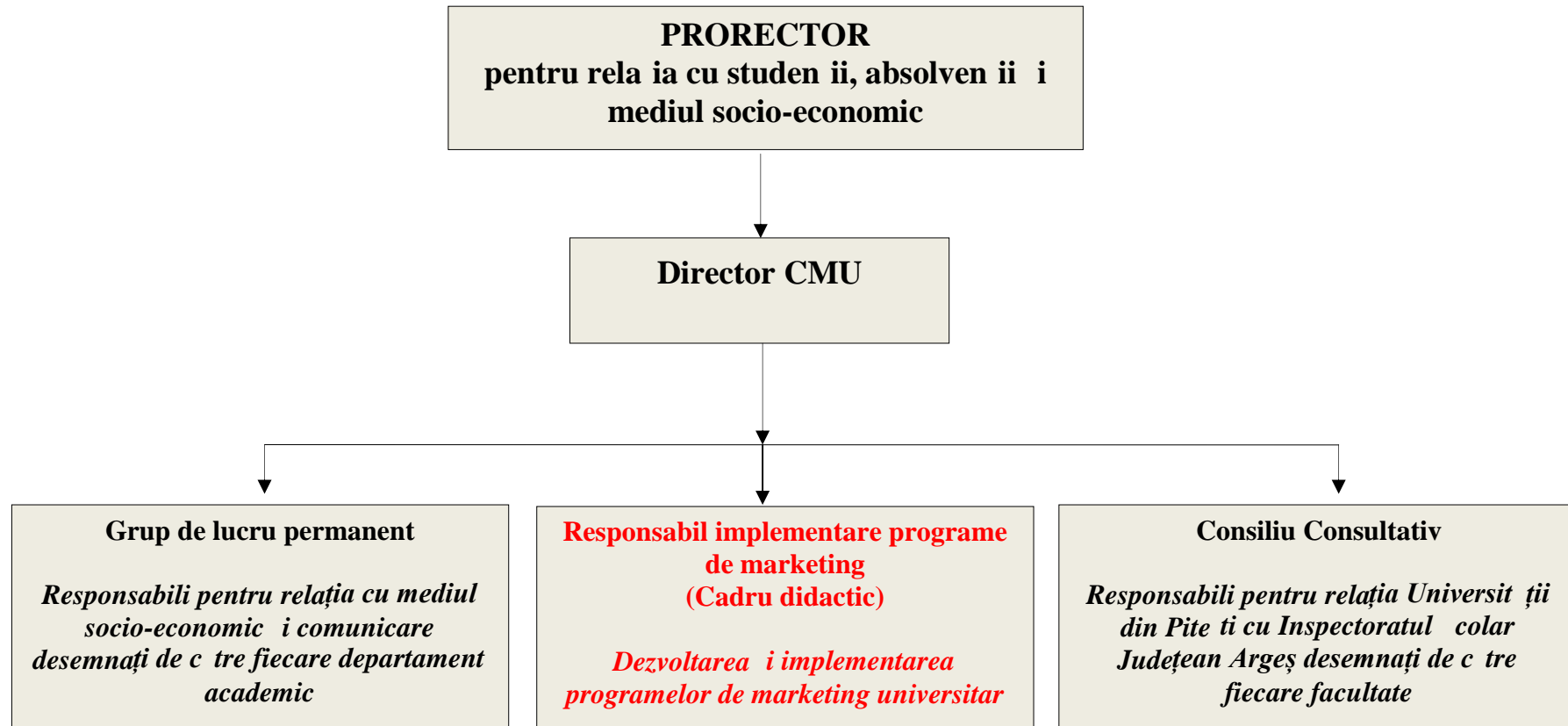
	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar COD: REG-CMU-01	Ediția 1
		Revizia 1

LISTA DE DIFUZARE A REGULAMENTULUI

Nr.	Facultate/ Compartiment	Nume și prenume	Data primirii	Semn tur	Data retragerii	Semn tur
1.	Senatul universității					
2.	CMCPU					
3.	Facultatea de Științe, Educație Fizică și Informatică					
4.	Facultatea de Mecanică și Tehnologie					
5.	Facultatea de Electronică, Comunicații și Calculatoare					
6.	Facultatea de Științe Economice și Drept					
7.	Facultatea de Științe ale Educației, Științe Sociale și Psihologie					
8.	Facultatea de Teologie, Litere, Istorie și Arte					
9.	Centrul pentru Învățământ cu Frecvență Redus					
10.	Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic					

	Regulament de organizare și funcționare a Centrului de Marketing Universitar	Ediția 1
	COD: REG-CMU-01	Revizia 1

Anexa nr. 1 – Organigrama Centrului de Marketing Universitar



****Cadru didactic desfășoară pe bază de voluntariat activitățile aferente postului de **Responsabil implementare programe marketing.***

