



PROMO MODUL MARKETING UNIVERSITAR

DURATA ȘI MODALITATEA DE DESFĂȘURARE -TOTAL:	30 ore
✓ Module face-to-face – 2 întâlniri în weekend (sâmbătă)	12 ore
a. prima întâlnire: prezentare curs* și mod de desfășurare	6 ore
b. ultima întâlnire: evaluarea cursului (teme de cercetare)	6 ore
✓ Activitate platformă e-learning – 6 întâlniri** (on line)	18 ore
a. cursuri on line: 6 întâlniri (on line) – teme din curs	6 ore
b. teste, întrebări și evaluari (tematică): 6 întâlniri (on line)	6 ore
c. teme de cercetare și studii (tematică): 6 întâlniri (on line)	6 ore

Legendă: * șapte module de prezentare (suport de curs);
** suportul este pe platforma virtuala (teste, întrebări de control și studii).

GRUP ȚINTĂ

Acest curs se adresează șefilor de catedră, cancelarilor, prodecanilor, decanilor, membrilor Consiliilor Științifice și prorectorilor, responsabililor de centre sau institute de cercetare, responsabililor centrelor de transfer tehnologic din universități.

MODALITĂȚI DE EVALUARE :

- teste, întrebări și evaluari la fiecare întâlnire – 6 evaluari (on line);
- teme de cercetare și studii de caz - 6 evaluari (on line);
- tema de cercetare finală

DESCRIERE SINTETICĂ

Marketingul universitar se adresează atât factorilor de decizie din universitate, cât și managementului operațional. Modulul răspunde nevoii de dezvoltare de competențe specifice domeniului, apelând și la competențe suport din domeniul micro și macroeconomie, comunicare și management.

Metodologia de formare a acestor competențe include întâlniri față-în-față, urmate de sesiuni de mentorat (mediat de platforma e-learning). Evaluarea este centrată pe analiza temelor de cercetare și a studiilor de caz dezvoltate de participanți.

