


UNIVERSITATEA DE STAT „ALECU RUSSO” DIN BĂLȚI
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI, PSIHLOGIE ȘI ARTE
CATEDRA DE ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI

CURRICULUM
la unitatea de curs
MARKETING EDUCAȚIONAL

Ciclul II – studii superioare de master

Domeniul general de studiu: 011 Științe ale educației
Denumirea programului de master: Managementul educației timpurii

Autor:
conf. univ., dr. Tatiana ȘOVA




(semnătura)

Bălți, 2018

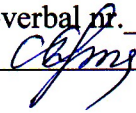
Discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe ale educației

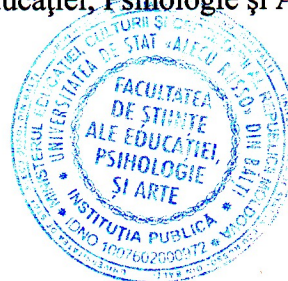
Proces-verbal nr. 1 din 01.09.2016

Șeful Catedrei de științe ale educației  conf. univ., dr., Tatiana ȘOVA

Discutat și aprobat la ședința Consiliului Facultății de Științe ale Educației, Psihologie și Arte

Proces-verbal nr. 1 din 06.10.2016

Decan  conf. univ., dr. Lora CIOBANU




Revizuit:

conf. univ., dr., Tatiana ȘOVA

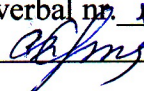
Discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe ale educației

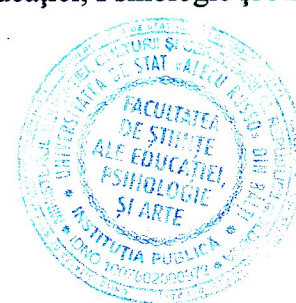
Proces-verbal nr. 2 din 09.09.2018

Șeful Catedrei de științe ale educației  conf. univ., dr., Tatiana ȘOVA

Discutat și aprobat la ședința Consiliului Facultății de Științe ale Educației, Psihologie și Arte

Proces-verbal nr. 1 din 05.09.2018

Decan  conf. univ., dr. Lora CIOBANU



INFORMAȚII DE IDENTIFICARE A CURSULUI

Facultatea: Știința ale educației, Psihologie și Arte

Catedra: Știința ale educației

Domeniul general de studii: 011 Științe ale educației

Domeniul de formare profesională la ciclul II: master de profesionalizare

Denumirea programului de master: Managementul educației timpurii

Administrarea unității de curs: Marketing educațional

Codul unității de curs	Credite ECTS	Total ore	Repartizarea orelor				Forma de evaluare	Limba de predare
			Prel.	Sem.	Lab.	Lucr .ind.		
S.03.A.119	5	150	120	120	-	110	Examen	Română

Anul de studii și semestrul în care se studiază: anul II, semestrul Iii

Statutul: la liberă alegere.

INFORMAȚII REFERITOARE LA CADRUL DIDACTIC (CADRE DIDACTICE)

Numele, prenumele: Tatiana Șova

Titlul și gradul științific: conferențiar universitar, doctor

Studii:

- 2012 – 2014 Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” din Chișinău, studii de doctorat, specialitatea 13.00.01 – Pedagogie generală;
- 2011 – 2013, Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, Științe ale Educației și Arte, ciclul II, masterat, Specializarea Management educațional;
- 1992 – 1995, Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, Facultatea Pedagogie și Psihologie, profilul Pedagogie și Psihologie, specializarea Psihologie școlară, calificarea Psiholog, profesor de psihologie;
- 1998 – 1992, Școala Normală din or. Soroca, specializarea Predarea în clasele primare.

Competențe: Competențele manageriale și cele de specialitate necesare pentru predarea acestui curs au fost formate în timpul activității în calitate de director adjunct pentru activitatea didactică, profesor de Pedagogie, Colegiul Pedagogic „Ion Creangă” din Bălți, dar și în perioada activității în calitate de învățătoare la clasele primare în Liceul Teoretic „Lucian Blaga” din Bălți (1995 – 2009). Dețin titlul de formator în problematica Educației centrate pe cel ce învață, ceea ce asigură centrarea activității didactice pe necesitățile studentului și dezvoltarea calității de subiect al educației.

Informație de contact: blocul nr.6, aula 612, 079419811, sovataiana@mail.ru

Orele de consultații: Luni, 14.10 – 17.00

INTEGRAREA CURSULUI ÎN PROGRAMUL DE STUDII

Unitatea de curs contribuie la inițierea studenților cu tendințelor marketingului educațional contemporan. Activitățile de învățare propuse contribuie la dezvoltarea competențelor de planificare, organizare, executare și control a activităților de promovare imaginii instituționale. Studenții vor conștientiza importanța prospectării cerințelor sociale, investigării aspirațiilor și opțiunilor individuale, creșterii adaptabilității învățământului la cerințele societății, satisfacerii aspirațiilor individuale și educaționale, evaluării continue a sistemului de învățământ, care asigură organizarea eficientă a satisfacerii cererii pe baza descoperirii nevoilor și a decalării dinamicii acestora.

COMPETENȚE PREALABILE/PRE-RECHIZITE

Studentii trebuie să posede competențe de studiere critică a documentelor curriculare, analiză și discutare a realizărilor și tendințelor din învățământul contemporan; cunoaștere a standardelor profesionale ale cadrelor didactice și manageriale; explicare a și interpretare a ideilor, proceselor precum și conținuturilor teoretice și practice specifice pedagogiei, psihologie și didacticii generale. Pentru a se înscrie la cursul „Marketing educațional” studentul trebuie să posede cunoștințe dobândite în cadrul cursurilor Psihologia. Practica de inițiere, Pedagogia. Practica de inițiere, Didactica generală, Managementul educațional.

COMPETENȚELE DEZVOLTATE ÎN CADRUL CURSULUI

CP1.4. Utilizarea adecvată a criteriilor și metodelor standard de evaluare a strategiei de dezvoltare instituțională

CP2.3. Rezolvarea problemelor cu referire la gestionarea și dezvoltarea resurselor educaționale

CP3.4. Utilizarea criteriilor și metodelor de proiectare, realizare și evaluare a procesului educațional în instituția de învățământ preșcolar

CP4.3. Aplicarea metodologiei privind promovarea culturii calității educației în instituția de învățământ

CP5.4. Formularea judecăților de valoare cu referire la eficiența comunicării organizaționale

CP6.3. Rezolvarea unor probleme complexe privind parteneriatul educațional

CT1. Respectarea eticii profesionale în cadrul managementului instituțional și în cadrul propriei strategii de muncă

CT2. Relaționarea eficientă în cadrul proceselor interumane

CT3. Dezvoltarea carierei profesionale în concordanță cu aspirațiile personale și cu specificul instituției.

FINALITĂȚILE CURSULUI

La finalizarea studierii unității decurs studentul va fi capabil:

- să distingă caracteristicile marketingului în domeniul educației;
- să proiecteze acțiunii de promovare a imaginii instituționale;
- să aplice mixul de marketing la nivel de organizație școlară;
- să elaboreze instrumente de colectare și interpretare a datelor cu privire la nevoile beneficiarilor;
- să elaboreze materiale informative: pliante, anunțuri, comunicate de presă etc.

CONȚINUTURI

Nr.	Tema	C	S
1.	Marketingul educațional: delimitări conceptuale. Evoluția marketingului educațional. Funcțiile și principiile. Abordări contemporane ale marketingului educațional. Mixul de marketing. Marketingul intern și extern.	4	4
2.	Imaginea instituțională. Tipuri de imagini instituționale. Factorii de construire a imaginii: efectul haloului, răsturnarea imagologică, multiplicatorii de imagine, diferențierea imaginii etc. Strategii de schimbare a imaginii. Relații dintre imaginea instituțională, imaginea managerului și imaginea cadrului didactic.	4	8
3.	Dezvoltarea strategică a imaginii instituționale. Metode de identificare a necesităților beneficiarului. Metode de analiză a gradului de satisfacție a părinților, elevilor, cadrelor didactice. Programul de dezvoltare a imaginii instituționale. Evaluarea activităților de promovare a imaginii.	4	4

4.	Metode și tehnici de promovare a imaginii instituționale: Filmul de prezentare a instituției; Grup de discuții cu părinții; Pagina web a instituției; Blogul cadrului didactic; Rețelele de socializare; Cartea de vizită a instituției/cadrului didactic; Pliante, broșuri etc.; Activitățile extracurriculare; Articole în ziare și reviste.	4	8
	Total	16	24

STRATEGII DIDACTICE

Metodele didactice utilizate în predarea unității de curs sunt centrate pe student (prelegerea interactivă, conversația euristică, explicația, dezbateră, studiul de caz, problematizarea, modelarea, metode de lucru în grup (pălăriile gânditoare, cubul, mozaic, bulgărele de zăpadă, proiectul de grup etc.), metode de stimulare a metacogniției (pagina de jurnal, eseul, jurnal dublu, eseu de 5 minute, scrierea reflexivă, 3-2-1 etc.), de evaluare.

ACTIVITĂȚI DE STUDIU INDIVIDUAL

Nr.	Tipul, forma activității	Nr. de ore	Criterii de evaluare
1.	Studiul notițelor de curs, suportului de curs, manualelor, ghidurilor, articolelor din reviste și culegeri.	30	- însușirea principalelor noțiuni, idei, teorii - cunoașterea problemelor de bază din domeniu;
2.	Documentarea suplimentară în bibliotecă, pe internet, pe teren etc. în baza bibliografiei recomandate.	20	- dezvoltarea listei bibliografice. - mod personal de abordare și interpretare. - lecturarea critică, profund argumentată
3.	Elaborarea unui plan personal de dezvoltare a imaginii de cadru didactic/manager	20	- Structurarea informației - Sarcina realizată integral - originalitate și creativitate
4.	Vizionarea filmulețelor de prezentare a instituțiilor de învățământ. Elaborarea structurii unui film de prezentare a instituției.	10	- sarcina realizată integral - studierea experienței avansate - originalitate și creativitate
5.	Elaborarea, aplicarea și interpretarea datelor chestionarului de identificare a gradului de satisfacție a elevilor/părinților/cadrelor didactice cu privire la activitatea instituției de învățământ.	10	- sarcina realizată integral - studierea literaturii suplimentare - originalitate și creativitate
6.	Elaborarea designului unei activități de promovare a imaginii instituționale	10	- elaborarea PPT și a demersului didactic prin cadrul de predare ERRE - structură logică (introducere, tratare structurată, concluzii) - utilizarea metodelor interactive de grup
7.	Elaborarea eseului „Eu – promotor al imaginii instituției în care activez”	10	- prezentarea relației dintre imaginea cadrului didactic și imaginea instituției - structurarea informației
Total		110	

EVALUARE

În procesul de evaluare a studenților se aplică *Regulamentul cu privire la evaluarea rezultatelor academice ale studenților în Universitatea de Stat „Alecă Russo” din Bălți* aprobat prin Hotărârea Senatului, procesul-verbal nr. 9 din 16.03.2011.

În cadrul unității de curs sunt planificate și realizate activități de evaluare inițială, curentă și finală, ținând cont de necesitățile studenților și prin negocierea cu aceștia a formei, a metodelor și a instrumentelor de evaluare.

Evaluare inițială poate fi realizată prin discuție, chestionare, testare, probă de evaluare, interviu etc. Notele obținute la evaluarea inițială nu se înscriu în registrul grupei academice și nu influențează nota finală la unitatea de curs, ci servesc drept punct de reper în proiectarea și realizarea activităților din cadrul unității de curs.

Evaluarea curentă se realizează pe parcursul procesului educațional și se efectuează în cadrul orelor de curs și a orelor de seminar prin diverse modalități: testări, referate, realizarea sarcinilor de lucru individual, lucrări individuale (în cazul absențelor motivate), portofolii, studii de caz etc. Pot fi propuse probe scrise, orale și combinate. Formele concrete de evaluare sunt stabilite de Catedra de științe ale educației la începutul fiecărui an de studii.

Numărul notelor obținute la probele de control pe parcursul semestrului va fi egal cu numărul de credite, prevăzute la unitatea de curs în planul de învățământ, dar nu mai mic de 3 (trei). Una dintre note va fi rezultatul evaluării obligatorii în cadrul orelor de curs. Dacă studentul nu a obținut minimul stabilit din punctajul evaluărilor curente pentru activitățile din timpul semestrului, repetarea unității de curs și a tuturor activităților aferente este obligatorie. Evaluarea curentă reflectă rezultatele formării profesionale în timpul activităților auditoriale și cele ale lucrului individual.

Media curentă include notele cumulate în cadrul probelor de evaluare (curs, seminar) și notele pentru activitatea individuală.

Prezența la curs este obligatorie în proporție de minim 70% și ea condiționează prezentarea studentului la examen. Studenții devin responsabili de studierea conținutului, realizarea sarcinilor și lucrărilor de laborator în cazul absențelor motivate și nemotivate.

Studentul este admis la evaluarea finală în cazul în care a realizat prevederile curriculare

Evaluarea finală se realizează prin examen (oral, scris, combinat). Forma de examinare este negociată cu fiecare grupă academică și aprobată de Catedra de științe ale educației

Nota finală la disciplină însumează rezultatul evaluării curente (activitatea în cadrul cursului, seminarelor, rezultatul lucrului individual) și nota obținută la examen.

Rezultatul evaluării curente, în cadrul studiilor de masterat, constituie 50 % din nota finală, nota de la examen – 50 %. Nu este admis la evaluarea finală studentul care:

- nu a realizat finalitățile curriculare;
- nu a obținut o notă medie de promovare în cadrul evaluării curente (curs, seminar, lucru individual);
- a absentat nemotivat la mai mult de 30% din activitățile auditoriale;
- nu a realizat sarcinile ce presupun activitatea de învățare individuală (pentru studenții care au absentat motivat).

SUBIECTE PENTRU EVALUAREA FINALĂ

1. Prezența schematic evoluția marketingului educațional.
2. Caracterizați funcțiile și principiile marketingului educațional.
3. Specificați abordări contemporane ale marketingului educațional.
4. Caracterizați mixul de marketing.
5. Caracterizați factorii de construire a imaginii.
6. Argumentați relația dintre imaginea instituțională, imaginea managerului și imaginea cadrului didactic.
7. Caracterizați succint metodele de identificare a necesităților beneficiarului.

8. Prezentați elementele structurale și activitățile de bază a programul de dezvoltare a imaginii instituționale.
9. Argumentați structura filmului de prezentare a instituției.
10. Argumentați structura paginei web a instituției.
11. Argumentați structura blogului cadrului didactic.
12. Identificați regulile de utilizare a rețelelor de socializare în demersul de promovare a imaginii instituționale.
13. Argumentați structura cărții de vizită a instituției/cadrului didactic.
14. Argumentați structura pliantelor, broșurilor de promovare a imaginii instituționale.

PRINCIPII DE LUCRU ÎN CADRUL CURSULUI

În scopul unei pregătiri profesionale temeinice, studenții trebuie să participe activ la toate formele de organizare a procesului de predare-învățare-evaluare, să realizeze exigent și la timp sarcinile de învățare, să depună eforturi personale pentru a dobândi finalitățile de studiu preconizate: a acumula cunoștințe, a-și dezvolta capacități și a-și forma competențe, să evite plagiatul, să frecventeze toate orele, să susțină toate formele de evaluare curentă și finală.

BIBLIOGRAFIA

Obligatorie

1. BUCUN, Nicolae. ș. a. *Marketingul în învățământ*. Chișinău: Institutul de Stat de Instruire Continuă, 2004. 153 p
2. GHERGUȚ, Alois, *Management general și strategic în educație*. Ghid practic. Editura Polirom, Iași, 2007, 229 p., ISBN 978-973-46-0586-6
3. HOPKINS, David, AINSCOW Mel, WEST Mel, *Perfecționarea școlii într-o eră a schimbării*, Editura Prut Internațional, Chișinău, 1998, 256 p., ISBN 9975-69-058-0
4. IOSIFESCU Șerban, *Manual de management educațional*. Pentru directorii de unități școlare, Editura Copyright, Pro Gnosis, 2000. 160 p. ISBN 973-99707-0-2
5. ȚOCA, Ioan. *Management educațional*, Ediția a 2-a, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2007, 199 p., ISBN (13) 978-973-30-1650-2
6. ȘOVA, T., RUSOV, V., COTOS, L. Factorii determinanți ai transferului inovațional în educație. Studiu. Bălți: Tipografia din Bălți, 2018. 50 p.

Suplimentară

7. BOBOC, Ion, *Psihosociologia organizațiilor școlare și management educațional*, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2002, 278 p., ISBN 973-30-2678-6
8. CANCEA, Petru, *Managementul strategic în cadrul educațional*, CE P USM, Chișinău, 2004.
9. CARABET, Natalia, *Accente la managementul resurselor umane*, Editura UPS Ion Creangă, Chișinău, 2004, 104 p., ISBN 9975-921-69-8
10. COJOCARIU, Venera-Mihaela, *Introducere în managementul educației*, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2004. ISBN 973-30-913-5
11. COJOCARU, Vasile Gh., *Calitatea în educație. Managementul calității.*, Chișinău, 2007, 268 p. ISBN 978-9975-78-524-2
12. CRISTEA, Sorin, *Dicționar de pedagogie*, Grupul editorial Litera Litera International Chișinău, București, 2000, 398 p., ISBN 973-9355-51-x
13. CRISTEA, Sorin, *Managementul organizației școlare*, Editura Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2003, ISBN 973-30-2763-4
14. EȚCO, Constantin, CĂRĂRUȘ Margareta, DAVIDESCU-CREANGĂ Elena, *Psihologie managerială*, Editura Bons Offices, Chișinău 2006, , 280 p., ISBN 978-9975-80-005-1