



## CHESTIONAR

Stimate Partener de practică, pentru a analiza corespunderea dintre conținutul stagiilor de practică și obiectivele programului de studii **Managementul Marketingului** prin prisma centrării pe student și formării de competențe, Vă rugăm să completați acest chestionar. Rezultatele obținute vor fi luate în considerație la elaborarea programelor de studii oferite de A.S.E.M.

Vă mulțumim anticipat și Vă dorim mult, mult succes!

Mai jos sunt prezentate **competențele profesionale** pe care le propunem de a le forma studenților în **ciclul Masterat** pentru a fi competitivi. Vă rugăm să apreciați pe o scală de la 1 la 5 puncte competențele propuse (*cu 5 puncte cele mai importante și 1 punct cele mai puțin importante*). Se vor însemna cu **X** căsuța corespunzătoare punctajului considerat potrivit pentru fiecare competență. În ultima rubrică Vă rugăm să evaluați cu notă de la 1 la 10 competențele masterandului stagiar.

<b>Descrierea competențelor profesionale</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Nota stagiar</b>
1.Să demonstreze abilități cognitive (cunoaștere, înțelegere, aplicare, analiză, sinteză, evaluare) în următoarele domenii: Marketing, Management, Logistică, Comunicare de marketing, Cercetări de marketing;						
2. Să demonstreze capacități analitice privitoare la inovațiile din domeniul Marketing și Logistică; să analizeze critic teoriile, concepțiile și principiile care stau la baza unei economii și a unui management modern;						
3.Să organizeze cercetări de marketing pentru fundamentarea programelor de marketing și planurilor organizației;						
4.Să proiecteze și planifice afacerile în funcție de priorități (de a elabora strategii, obiective, de a anticipa activitatea și rezultatele)						
5.Să fie buni negociatori, să stabilească relații benefice cu publicul organizației (furnizorii, transportatorii, distribuitorii și clienții întreprinderii);						
6.Să inițieze o afacere;						
7.Să formuleze sarcini, să manifeste abilități de organizare a activităților și de verificare a acestora;						
8.Să organizeze activitățile de marketing și logistică;						
9.Să organizeze selecția și angajarea personalului din sfera marketingului; să motiveze angajații						
10.Să elaboreze și să fundamenteze politica de marketing a întreprinderii;						
11.Să proiecteze bugetul de marketing						
12.Să posede și să promoveze etică profesională, valori de integritate morală și socială; să răspundă problematicilor sociale, științifice și etice care apar în procesul de studiu și comunicare;						
13.Să propună soluții, stabilite prin cercetare, la diverse probleme din mediul economic;						
14.Să elaboreze judecăți bazate pe cunoașterea problematicii sociale și etice care apar în muncă sau studiu.						

Coordonatorul de la baza practicii \_\_\_\_\_

(semnătura)

Conducătorul practicii de la ASEM \_\_\_\_\_

(semnătura)