



## CHESTIONAR

Stimate Partener de practică, pentru a analiza corespunderea dintre conținutul stagiilor de practică și obiectivele programului de studii **Reclamă și Relații publice** 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>Notă stagiar</b>
1. Să demonstreze abilități cognitive (cunoaștere, înțelegere, aplicare, analiză, sinteză, evaluare) în următoarele domenii: Marketing, Management, Cercetări de marketing; Publicitate, Relații publice, Comunicare de marketing						
2. Să demonstreze capacități analitice privitoare la inovațiile din domeniul Marketing și Logistică; să însușească principiile de bază ale comunicării în marketing, 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 a fundamenta programele promoționale;						
4. Să proiecteze și să planifice programe promoționale și de relații publice;						
5. Să abordeze creativ problemele din domeniul comunicării și promovării (să elaboreze strategii creative)).						
6. Să fie buni negociatori și să posede principiile comunicării nonverbale;						
7. Să elaboreze mesaje promoționale și să fie buni oratori;						
8. Să elaboreze scenarii pentru realizarea activităților promoționale;						
9. Să inițieze o afacere (în domeniul comunicării și promovării);						
10. Să organizeze serviciul / departamentul de reclamă și relații publice din întreprindere;						
11. Să formuleze sarcini, să manifeste abilități de organizare a activităților și de verificare a acestora;						
12. Să elaboreze politica de promovare din întreprindere;						
13. Să proiecteze bugetul de marketing / publicitate / relații publice;						
14. 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;						
15. Să propună soluții, stabilite prin cercetare, la diverse probleme din mediul economic;						
16. 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)