



UNIVERSITATEA
BABEȘ-BOLYAI

FACULTATEA DE
BUSINESS
IN PARTNERSHIP

Facultatea de Business Universitatea Babeș-Bolyai

Filosofia educațională

Noiembrie 2025

Filosofia educațională

Sau cum ne gândim la... educație...

inspirați de principiile atent creionate de dragul nostru coleg și prieten, **Lect. univ. dr. Aurelian Sofică**, autorul *Filosofiei educaționale a Facultății de Business*.

Aurelian, îți suntem recunoscători și vei rămâne mereu în gândurile noastre.

Cuprins

Misiune, viziune, valori

busola noastră morală

Repere teoretice

abordări care ne inspiră

Metode de predare

principii și tehnici folosite pentru învățare

Strategia de predare

combinarea și aranjarea specifică a metodelor

Rolurile profesorilor

raportul dintre profesori și studenți

Microsoft Teams

aplicația care ne ajută online

Referințe

următorul pas... în dezvoltare

Obiectiv

Stimularea interacțiunii comunității de învățare (studenți, profesori, invitați) în timpul evenimentelor de învățare (cursuri, seminarii, sesiuni de instruire etc.), indiferent de mediul de învățare (față în față, hibrid sau online) în vederea co-creării viitorului.

Misiune, viziune, valori

Busola noastră

Valorile reprezintă busola morală care ne ghidează performanța educațională.

Misiune

Crearea, împreună cu partenerii noștri din mediul de business, sectorul public și ONG-uri, a cunoștințelor, atitudinilor și abilităților care sporesc cu adevărat impactul activităților educaționale, de cercetare și antreprenoriale.

Viziune

Promovarea independenței financiare și intelectuale pentru persoanele de orice vârstă, care au „ADN antreprenorial”. Avem această viziune, deoarece independența financiară valorează mai puțin fără independența intelectuală. Nu dorim să ne concentrăm doar pe componenta financiară; ne dorim ca oamenii să se concentreze și asupra semnificației activității lor. Aceste două dimensiuni conduc la o dezvoltare reală și durabilă, permițându-le oamenilor să capitalizeze oportunitățile ce se vor ivi în viitor.

Valori

Educație 360°: Educația este un construct social, în cadrul căruia partenerii implicați în procesul educațional (studenți, profesori, personal administrativ, comunitatea de afaceri, comunitatea locală, ONG-urile,

instituțiile de interes național și internațional..., iar lista rămâne deschisă) co-creează viitorul, acoperind frecvențe diverse ale realității. Ne dorim să integrăm cât mai multe aspirații... în parteneriat.

Antreprenoriat: Educația trebuie să fie utilă, să le ofere studenților instrumente pentru a deveni independenți. Curajul de a pune în aplicare ideile mici, dar care duc la realizări mărețe, provocarea rezolvării problemelor complexe, începutul timid, eșecul plin de semnificații, satisfacția succesului, toate acestea sunt... neprețuite.

Inovare: Treptat, urmărim să îmbunătățim tot ceea ce facem, zi de zi, articol cu articol și proiect cu proiect. Educația înseamnă să te joci cu „piese Lego”, iar în acest joc numărul de piese este important, exemplele sunt indispensabile, varietatea de combinații copleșitoare și diferențierea unică pe care o oferă este... vitală.

Diversitate și multiculturalitate:

Educația în domeniul afacerilor ar trebui să le ofere tuturor acces la diverse oportunități educaționale într-un mod transparent. În plus, învățarea trebuie să includă numeroase studii de caz, cărți, valori și perspective poziționate în cât mai multe contexte

culturale. Modul în care predăm/ învățăm este profund influențat de patrimoniul nostru cultural, iar noi ne dorim să ne dezvoltăm o... identitate etică și internațională.

Agilitate: Suntem puși în postura de a face față provocărilor determinate de dinamismul mediului, de frecvența, magnitudinea și viteza schimbării. Vrem ca educația să nu mai reacționeze și să înceapă să profite de oportunitățile pe care le oferă piața și mediul... proactiv.

Învățare pe tot parcursul vieții:

Educația nu se oprește după ce absolvim un program de licență, masterat sau chiar doctorat. Nu se oprește după primul loc de muncă sau chiar după un succes fulminant, ci continuă pentru totdeauna, ajutându-ne să oferim sens vieții noastre și să ridicăm continuu ștacheta... așteptărilor.

Comunitate a oportunităților:

Dezvoltarea unei culturi organizaționale de lungă durată creează oportunități pentru toți. Dezvoltarea unei rețele durabile, alcătuită din studenți și absolvenți, amplifică tranziția de la educație la practică și dă naștere unei comunități care înțelege importanța ajutorului reciproc, fiecare devenind, în ultimă instanță, căutători de talente.

Repere teoretice

„Teoriile sunt experiențele a mii de practicieni, rafinate și arhivate sub formă de text.”

Învățarea experiențială
Predarea inversată
Gamificarea
Andragogia
Storytellingul

Repere teoretice sau Abordări care ne inspiră

Din caleidoscopul de opțiuni teoretice care vizează predarea, am ales câteva pe care le considerăm interesante, utile și provocatoare. Acestea vor ghida dezvoltarea comunității didactice a Facultății de Business în următorii ani.

Învățarea experiențială, predarea inversată, gamificarea, andragogia etc. sunt mai mult decât teorii... sunt experiențele a mii de practicieni, rafinate și arhivate sub formă de text gata să fie folosite pentru a avea un impact real, sustenabil asupra dezvoltării studenților, profesorilor și comunității din care aceștia vor face parte.

Învățarea experiențială

sau cum să fii pragmatic

reprezintă o abordare holistică, integrativă, în patru etape, ce recunoaște rolul conștiinței și al experienței subiective în procesul de învățare.

Experiența concretă este etapa în care se urmărește ca participantul la învățare să experimenteze, să simtă o situație reală. Rolul profesorului este de animator, iar cel al participantului, de jucător. Metodele folosite includ studii de caz, simulări, jocuri de rol etc.

Observația și reflecția constituie etapa în care, pe baza etapei inițiale, participantul *percepe*, analizează, sortează, discută informația recepționată cu ceilalți participanți. Rolul profesorului

este de facilitator, iar cel al participantului de critic. Metodele folosite sunt discuțiile de grup, dezbaterile...

Abstractizarea și conceptualizarea reprezintă etapa în care, pe baza celei de-a doua etape, se încearcă *stimularea cogniției*, identificarea conceptelor principale, a unor principii sau legi. Rolul profesorului este de pedagog, iar al participantului cel de discipol. Metodele folosite sunt prelegerea (interactivă), lectura etc.

Testarea și implementarea constituie etapa în care, pe baza etapei anterioare, are loc *schimbarea comportamentului*, îmbunătățirea lui în vederea obținerii unui avantaj competitiv. Rolul profesorului este acela de mentor, iar cel al participantului acela de practician (Kolb, 1984; Kolb & Kolb, 2005).

Predarea inversată

sau cum să democratizezi

înseamnă că, înainte de a participa la întâlnire, studenții se angajează în transferul de cunoștințe sau într-un „prim contact” cu tema centrală prin activități precum lectura, ascultarea sau participarea la o prelegere. În acest fel, în clasă, timpul este utilizat pentru activități dinamice și participative.

Obiectivul acestei abordări este acela ca studenții să aibă suficiente informații la care să se raporteze în așa fel încât să poată

deveni participanți activi în procesul educațional. Pedagogia clasică face din student un actor pasiv, iar predarea inversată îi oferă posibilitatea să se exprime, având elementele de bază.

Calitatea materialului oferit spre studiu (blog, video etc.) este vitală. Fie este recomandată o colecție de resurse externe, fie profesorul înregistrează/ editează audio/ video explicațiile asociate principalelor concepte. Efortul restructurării materialelor este mare, dar recompensele modularității resurselor și oportunității studentului de a pune fundația conceptuală în propriul ritm/ bioritm este pe măsură (Meriaux, 2019; Roach, 2014).

Predarea inversată raportată la mediul online a evoluat în direcția predării hibride și încearcă să capitalizeze pe ceea ce este mai bun din învățarea față în față și învățarea online. Tehnologia facilitează anumite aspecte ale învățării online (șterge granițele globalizării, construiește un set de abilități unice și contribuie la cuantificabilitatea crescută a performanței), iar interacțiunea față în față, în clasă, alte aspecte (empatie, socializare etc.).

Gamificarea

sau cum să faci experiența

incitantă reprezintă folosirea

mecanismelor, esteticii și filosofiei jocurilor pentru a stimula implicarea, a motiva și a promova învățarea... pentru a

face experiența de învățare plăcută.

Gamificarea nu reprezintă folosirea unui joc sau a tehnologiei informatice ci, mai degrabă, integrarea elementelor de design, modelelor folosite în jocuri (obiective specifice, roluri, stadii, etape sau niveluri care trebuie trecute, recompense, toate cartografiate coerent) în contextul educațional. Abordarea vine în întâmpinarea generației Z pentru a cupla utilitatea cu amuzamentul și a răspunde nevoilor actuale. Încercarea, eroarea, eșecul, succesul, frustrarea, adrenalina, reflecția, toate au ca scop obținerea unor cicluri de feed-back rapid. Elementul de competiție este un puternic factor motivator, iar fiecare etapă completată permite avansarea la un alt nivel. Scorul este vizibil tot timpul, iar această ierarhizare, această „recunoaștere” publică instantă merge în aceeași direcție.

Motivarea este intrinsecă pentru cei interesați de ceea ce învață și de proces în sine, respectiv, extrinsecă pentru cei interesați de recompense (puncte, bonusuri, status); o situație win-win (Buckley & Doyle, 2016; Nah et al., 2014).

Andragogia

sau cum să construiești responsabilitate este continuarea procesului educațional clasic dedicat copiilor (pedagogia) la alt nivel, acela de adult și este fundamentată pe câteva prezumții.

Cunoașterea de sine ajută la *direcționarea procesului de*

învățare sau la alegerea conținutului învățării. În cazul pedagogiei, direcționarea și alegerea conținutului se realizează de către profesor pentru „integrarea în societate”.

Experiența personală este un rezervor suficient de bogat pentru a putea fi folosit ca resursă de învățare. În cazul pedagogiei, experiența celui care învață contează foarte puțin, pedagogul deținând „monopolul adevărului”.

Nevoile de învățare sunt strâns legate de schimbare, de rolurile sociale multiple, instabile, pe care le joacă o persoană adultă, pe când în cazul pedagogiei nevoile de învățare sunt legate de o versiune idealizată, mult mai stabilă.

Învățarea este focalizată pe rezolvarea problemelor și pe aplicabilitatea imediată a celor învățate, pe când în cazul pedagogiei scopul este dobândirea de informații legate de anumite subiecte.

Motivația de a învăța vine din factori interni (intrinseci – proces, dezvoltare personală) mai degrabă decât din factori externi (extrinseci – recunoașterea meritelor sau notele bune). În cazul pedagogiei, motivația este externă, beneficiul profund al învățării nefiind vizibil imediat.

Responsabilitatea învățării este distribuită egal între participanți (profesori și studenți), pe când, în cazul pedagogiei, responsabilitatea succesului sau eșecului îi revine pedagogului.

Ce înseamnă acest lucru pentru procesul educațional? Înseamnă conceperea unui climat în clasa reală sau virtuală în care toți participanții își asumă maturitatea fizică și psihologică. Înseamnă că un student adult se simte acceptat, respectat, sprijinit și există un raport democratic, mutual, de parteneriat între profesori și studenți. Înseamnă că independența și inițiativa în învățare sunt stimulate (Knowles et al., 2015; Merriam, 2001).

Storytellingul

sau cum să stârnești emoții ajută participanții să vadă imaginea de ansamblu, plasând tema într-un context social și cultural mai amplu, context care modelează diferit percepțiile noastre și felul în care îi atribuim semnificații procesului de învățare.

Storytellingul presupune, în primul rând, prezența autenticității naratorului, audienței, momentului și a misiunii, dar mai presupune și un umor autentic.

Autenticitatea față de **sine** vizează nivelul în care naratorul rezonază cu povestea sa, felul în care valorile acestuia se reflectă în poveste cu candoare și onestitate. Naratorul nu vinde doar povestea, vinde argumentele, personalitatea sa, emoțiile sale. Emoțiile înseamnă anxietate, nesiguranță, temeri, puncte slabe, înseamnă deschidere, catharsis pentru audiență. Deși mintea este parte din țintă, inima este călcâiul lui Ahile.

Autenticitatea față de **audiență** se referă la faptul că naratorul trebuie să înțeleagă ce știe ascultătorul, de ce îi pasă, ce este dispus să „audă”, ce este curios să audă, ce îl ține în suspans. Audiența îi oferă timpul său povestitorului, iar timpul este cea mai rară resursă. Participanții trebuie conduși prin poveste... managementul așteptărilor este important. Povestea nu este predictibilă complet la prima vedere, dar este predictibilă prin meta mesaje sau substrat. „Povestea” este o poveste cu care majoritatea se poate identifica (adolescență, rigori profesionale) și care generează răspuns fizic: explozii de râsete, grimase de groază sau de uimire, încruntare furioasă... și finalul duce la împlinire emoțională.

Autenticitatea față de **moment** conștientizează naratorul cu privire la faptul că aceeași poveste nu se spune la fel de două ori; ea trebuie adaptată situației. Contextul este parte din poveste. Poveștile bune sunt pregătite asiduu, sunt gândite, regândite, muncite, rafinate și fiecare poveste este mai bună decât cea anterioară.

Autenticitatea **misiunii** ține de dedicarea față de o cauză; ea încapsulează valorile și credințele care se doresc a fi adoptate de către alții. Misiunea poate fi națională, internațională, regională sau globală... tot ce se spune trebuie să servească misiunii. Chiar dacă misiunea intră în conflict cu audiența, misiunea trebuie să triumfe, cauza fiind mai puternică decât audiența. Întrebările retorice ajută la focalizarea audienței... De ce?

Umore autentic ajută la evitarea depersonalizării și crește senzația de securitate, performanța, încrederea în sine a participanților și nivelul de acceptare a opiniilor celorlalți. Un mediu perceput ca unul sigur, în care deschiderea spre nou este mare, creează o senzație jucăușă și crește colaborarea creativă spre un scop comun. Umorele evită situațiile tensionate și conflictuale... ne amuzăm cu studenții, nu pe seama studenților! Umorele ajută la transformarea spațiului din unul competitiv în unul colaborativ, atenuează informațiile ascuțite și funcționează ca mecanism defensiv. Și apoi, cine nu savurează puțin umor depreciativ... (Freeman & Burkette, 2019; Gold & Holman, 2001; Guber, 2007).

Metode de predare

Unelte...

Metode de predare

Unelte...

Metodele de predare sunt tehnicile de implementare a elementelor punctate în cadrul teoretic sau conturate prin strategia de predare. Acesta este doar vârful aisbergului în termeni de metode de predare inovative aflate la dispoziția profesorilor.

Dezbateri

Concurs structurat de argumentare între două echipe care au perspective opuse. Se pune accent pe dezvoltarea a șase abilități: analiză, argumentare, dovezi, organizare, respingere, livrare. Participanții folosesc cunoștințele pe care le au ca să gândească critic și să răspundă strategic oponentilor.

Puzzle

Conceptele principale sunt amestecate, iar sarcina participanților este de a rearanja conceptele în ordinea logică a succesiunii lor și a argumenta deciziile luate.

Hartă mentală și hartă conceptuală

Harta mentală pornește din centrul paginii cu ideea centrală și apoi se continuă radial înspre exterior, în toate direcțiile, dezvoltându-se o structură „logică” din cuvinte și imagini-cheie. Aspectele-cheie ale hărții mentale sunt: organizare, cuvinte-cheie, asocieri, grupări, ancore mentale, unicitate și implicare conștientă. Diferențele dintre harta mentală și harta conceptuală sunt: a) harta mentală are o structură radială, iar harta conceptuală o structură

arborescentă; b) harta mentală se concentrează pe un aspect, iar harta conceptuală conectează concepte multiple.

Studiu de caz

Etnografii ale unor cazuri relevante pentru subiectul discutat în care se pune accent pe identificarea problemei centrale, a actorilor, a elementelor teoretice relevante și identificarea unor soluții. Studiile de caz sunt puntea dintre teorie și practică.

Specialiști invitați

Persoane invitate să prezinte experiența pe care o au în legătură cu subiecte specifice pentru a îmbogăți experiența de învățare. Valoarea unei astfel de metode vine din complementaritatea pe care o aduce profesorului, din credibilitatea transferată cursului, din pasiunea pe care o arată și din caracterul pragmatic pe care o astfel de metodă îl poate proiecta. Mai mult, specialiștii invitați sunt potențiali angajatori, parteneri de afaceri, călăuze, mentori, brokeri de informații, fiind utili dezvoltării rețelelor profesionale.

Vizite de lucru

Vizitele de lucru permit conectarea cu subiectul discutat în mediul real, observația participativă, artefactele și dinamica organizațională care altfel nu îi sunt accesibile studentului. Studentul este pregătit pentru vizită pentru a înțelege scopul, ce urmează să

observe și care sunt obiectivele de învățare.

Experimente

Experimentele sunt metode de predare care au ca scop principal verificarea, validarea sau invalidarea unei ipoteze. Mai simplu, experimentele au rolul de a convinge studentul de utilitatea conținutului educațional, de a persuadea, de a schimba atitudini. Experimentele pot fi controlate într-un mediu artificial (în clasă) sau pe teren (în mediul real).

Joc de rol

Studentii au posibilitatea de juca un rol fictiv, de a reacționa spontan, fără niciun risc, la o situație ipotetică. Scopul vizează înțelegerea temelor centrale, a valorilor, a comportamentelor ce apar și pot vizualiza problema din perspectiva altor participanți.

Simulare

Simularea este metoda care îi răspunde învățării experiențiale în cel mai bun mod. Sunt concepute scenarii de învățare, iar studentul este plasat într-o „lume” trasată de profesor cu care acesta trebuie să interacționeze. Parametrii acestei lumi sunt controlați de către profesori pentru a se obține obiectivele didactice urmărite (Branco, 2016; Sottolare et al., 2014).

Cu cât numărul de metode folosite este mai mare, iar înțelegerea lor este mai profundă, cu atât rezultatele vor fi mai bune.



Actori implicați

Ne-am gândit, am discutat și am fost inspirați
de câțiva actori sociali...

Actori sociali implicați

Cine are ceva de spus?

in Partnership

Actorii implicați, partenerii noștri, sunt vitali pentru dezvoltarea ofertei educaționale. Curricula programelor de studii este trecută periodic (o dată la trei ani) prin filtrul cadrelor didactice, al mediului de business, al studenților, al absolvenților și al altor parteneri cu care se organizează întâlniri consultative în vederea operării de modificări în sensul modernizării, actualizării și optimizării ofertei academice.

Universitatea Babeș-Bolyai

Facultatea de Business a marcat recent împlinirea a trei decenii de existență sub egida celei mai prestigioase și comprehensive universități românești. În atingerea unuia dintre obiectivele ei cheie, educația de calitate, Facultatea de Business se raportează permanent la politicile universității și apelează la diversele ei structuri (Consiliul Didactic, Centrul Qualitas, Centrul de Carieră, Orientare Profesională și Alumni, Direcția Tehnologiei Informației și Comunicațiilor).

Studenții

Studenții Facultății de Business sunt chintesența procesului de predare-învățare. Prin spiritul lor inovativ, prin curiozitatea nativă, prin aspirațiile lor antreprenoriale sau de a performa la locul de muncă, prin dorința de a învăța, studenții noștri stimulează profesorii facultății să își actualizeze în permanență materialele didactice și să fie la curent cu cele mai noi tendințe din piață. Feedback-ul oferit de către studenți este valoros, conducând

la implementarea a diverse schimbări de curriculum, de proces educațional etc.

Alumni

Privim spre absolvenții noștri cu mândrie și cu încredere, încredere într-un parteneriat solid cu implicații și contribuții în sfera curriculară, a parteneriatelor de practică, a proiectelor educaționale și de cercetare, precum și a energizării comunității...

MEC, ARACIS, CNATDCU, CNFIS și ANC

Ministerul Educației și Cercetării și organismele sale consultative, precum Consiliul Național pentru Finanțarea Învățământului Superior și Comisia Națională de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare, sau Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior și Autoritatea Națională pentru Calificări sunt instituțiile ce setează vectorii de direcție, care certifică și garantează ancorarea ofertei educaționale a Facultății de Business în nevoile reale ale pieței și pregătirea de absolvenți competenți, capabili să se adapteze și să performeze în mediul de afaceri.

Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)

Facultatea de Business a depus eforturi considerabile în vederea obținerii uneia dintre cele mai prestigioase acreditări internaționale, acreditarea AACSB. Pe parcursul anilor, s-au operaționalizat numeroase demersuri în vederea alinierii la

standardele internaționale de calitate în domeniul educației de business, facultatea străduindu-se să armonizeze particularitățile cadrului național de acreditare cu standardele AACSB. Obținerea acreditării va plasa facultatea alături de școlile de top la nivel global, aflate în rândul celor 6% care sunt acreditate.

Mediul de afaceri și societatea civilă

Parteneriatele cu mediul de business și cu ONG-uri reprezintă puntea de legătură dintre procesul didactic, de formare profesională a studenților și absolvenților și mediul de business, prin intervenții în cadrul activităților didactice, prin contribuții la realizarea stagiilor de practică și a programelor de internship, respectiv prin ofertele de angajare. Cu sprijinul partenerilor din mediul de business și din sfera non-profit, studenții facultății beneficiază nu doar de servicii educaționale, ci și de expunerea la valoroase experiențe asociate programelor de responsabilitate socială corporativă (CSR).

UN SDGs – Asumarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă formulate de ONU

În contextul dezvoltării unui proiect de facultate, susținut de o comunitate academică conștientă de importanța dezvoltării durabile, la nivelul Facultății de Business ne-am asumat patru dintre cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă/ Sustainable Development Goals (SDGs) formulate de ONU, în vederea atingerii obiectivelor strategice.

Educație de calitate (SDG4)

Asumându-și rolul de furnizor de servicii de *educație de calitate*, Facultatea de Business contribuie la dezvoltarea mediului de afaceri autohton prin formarea tinerilor și adulților, actuali sau viitori, întreprinzători sau angajați de succes. Atât printr-un curriculum modern, permanent actualizat, cât și prin activitățile extracurriculare oferite, corpul profesoral contribuie direct la transmiterea de cunoștințe teoretice și practice, la dezvoltarea unor abilități-cheie, precum și a unor atitudini adecvate, care însumate se traduc prin competențele achiziționate de viitorii absolvenți, competențe menite să le faciliteze acestora angajarea, crearea de locuri de muncă decente și orientarea spre antreprenoriat, în condițiile adoptării și implementării principiilor dezvoltării durabile atât în plan profesional, cât și personal.

Muncă decentă și creștere economică (SDG8)

Crezând cu tărie că *munca decentă* contribuie la o *creștere economică* sustenabilă, Facultatea de Business furnizează servicii educaționale și de formare profesională menite să contribuie la stimularea orientării antreprenoriale a studenților și absolvenților, contribuind direct și indirect la dezvoltarea mediului de business prin înființarea de noi afaceri și prin creșterea celor deja existente. În dezvoltarea parteneriatelor sale, facultatea se orientează deopotrivă spre întreprinderile mici și mijlocii locale și regionale, respectiv spre organizații internaționale, chiar globale, concentrându-se asupra facilitării accesului studenților în companii în vederea efectuării

stagiilor de practică și de internship, respectiv pentru valorificarea oportunităților de angajare. Totodată, pe lângă accesul oferit potențialilor angajatori la resurse umane bine pregătite, colaborările cu mediul de business le oferă întreprinzătorilor și managerilor posibilitatea de a capitaliza potențialul de cercetare și de consultanță al mediului academic.

Consum și producție responsabilă (SDG12)

Obiectivul de dezvoltare durabilă axat pe dezvoltarea și implementarea unor obiceiuri de *consum și producție responsabilă* se traduce în cadrul Facultății de Business prin integrarea acestor principii în conținutul disciplinelor cuprinse în curricula programelor de studii de licență și masterat, respectiv în cadrul activităților extracurriculare oferite studenților, precum și în proiectele de cercetare în care sunt implicate cadrele didactice și înspre care sunt atrași studenții și masteranzii.

Parteneriate pentru obiective (SDG17)

În cazul Facultății de Business, parteneriatul este elementul definitoriu, prin urmare, *parteneriatele pentru obiective* este firesc să se regăsească între obiectivele asumate. În fond, *in Partnership* simbolizează și exprimă poziționarea Facultății de Business ca partener de încredere al tuturor părților interesate, studenți, întreprinzători, business-uri mici sau mari, locale sau internaționale, respectiv firme de consultanță, entități non-profit, companii internaționale, comunitatea academică, precum și

comunitatea locală. În accepțiunea noastră, menirea ideii de parteneriat este exact aceea de a contribui la bunăstarea comunității locale, a viitorilor întreprinzători și/sau angajați pe care îi formăm, respectiv a mediului de business local. Prin rețeaua de parteneri internaționali și prin proiectele derulate, ne asumăm construirea unor parteneriate solide și relevante în plan regional, facultatea dorindu-se a deveni un partener important la nivelul Europei de Sud-Est.

Facultatea de Business își asumă misiunea de a fi un *partener* de încredere în plan local, național și internațional, *oferind servicii educaționale centrate pe student, într-un context multicultural, punând accent pe dezvoltarea spiritului antreprenorial și a profesionalismului, prin stimularea dinamismului și inovării. Pentru asigurarea unui mediu în care studenții să acumuleze cunoștințe și să dezvolte atitudini și abilități esențiale pentru succesul lor în afaceri, în cadrul Facultății de Business s-au stabilit și dezvoltat parteneriate cu mediul de business, orientate atât spre procesul educațional, cât și spre cercetare. Prin activitățile didactice și extracurriculare desfășurate în cadrul facultății, Facultatea de Business își asumă rolul de a contribui la dezvoltarea mediului de business prin formarea de viitori întreprinzători și oameni de afaceri sensibili la nevoile de dezvoltare sustenabilă a societății și conștienți privind importanța și beneficiile responsabilității sociale.*

Privind spre viitor

Lumea nouă a învățământului online și hibrid

Încotro mergem de acum înainte?

Spre acces la educație pentru toți, 24/7, asincron, interactiv, adaptat strategiilor, dar și limitărilor fiecăruia. Deși abilitățile și componenta hardware nu sunt aceleași pentru toți, ele pot fi dezvoltate pentru a da speranță. Accesul de peste mări și țări, accesul din scaunul rulant, accesul indiferent de limitările de gen, vârstă, religie, sau date de un spațiu fizic, formal sunt depășite.

Ce trebuie să rezolvăm?

Accesul la Internet de mare viteză, administrarea interactivă a claselor mari, creșterea implicării și a transparenței, respectarea unui cod etic în etapa de evaluare, pierderea experienței imersive și a capacității de a reflecta, scăderea motivației de a învăța... și renunțarea la speranță...

Cât de luminos este viitorul?

Depinde de nivelul nostru de determinare. Ne bucură interesul crescut al absolvenților de studii liceale și, implicit, că intră în comunitatea noastră. Tocmai de aceea dezvoltăm soluții pentru a le facilita adaptarea și a asigura o retenție cât mai mare. Alte direcții: micro-învățare, flexibilizarea curriculumului pentru o mai bună personalizare, valorizarea interacțiunii față în față (nu știi să apreciezi ce ai până ce nu îl pierzi) (Timis & Kodjabachi, 2020).

Cine trebuie să se implice?

Toți actorii sociali interesați, cu resurse, putere și viziune, dornici să creeze un ecosistem de învățare

care să răspundă noilor provocări. Catalizarea celor interesați contribuie la conceperea noii paradigme. Conectare, reciprocitate, contribuție autentică.

Cum trebuie să arate educația online și hibridă?

Prezență cognitivă: schimb de informații, conexiunea de idei, descoperirea unor perspective noi, gândirea critică.

Prezență socială: comunicare, inteligență emoțională, oportunitatea de conectare, socializare, identificare și apartenență.

Prezență didactică: profesionalism, actualitate, aplicabilitate, pasiune, empatie, flexibilitate, inovare, deschidere.

Ce soluții IT adoptăm?

Folosind *platforma Microsoft Teams*, studenții pot avea acces de oriunde, de pe dispozitive diverse, cu sisteme de operare diferite, la întâlnirile programate în conformitate cu reglementările în vigoare (cursuri, seminarii și laboratoare), la materialele încărcate în clase, la conversații și teme. Pot regăsi toate informațiile într-un singur loc. Funcțiile oferite de Microsoft Teams pot fi extinse prin adăugarea unor aplicații (e.g., Kahoot!, Slido, Miro, Insights, Reflect, aplicații colaborative etc.) și prin activități individuale sau de grup, sincron și asincron.

Prin dotările de ultimă generație din *Laboratorul de Ospitalitate și Neurobusiness*, studenții au acces la programe de simulare, la instrumente de cercetare aplicată, toate asigurându-le expunerea la

un proces educațional modern, ancorat în realitate.

Prin utilizarea realității augmentate și a realității virtuale, *platforma EON-XR* permite crearea unor lecții interactive și adăugarea unei experiențe imersive procesului de învățare. Aceste lecții facilitează dezvoltarea de competențe practice permițând interacțiunea în mediul virtual cu elemente existente în mediul de business real. Totodată, susțin învățarea asincronă și permit realizarea unor simulări.

Provocările prezentului determină ambele părți implicate să conștientizeze necesitatea utilizării judicioase a *inteligenței artificiale (AI)*. În acest sens, studenții și profesorii Facultății de Business au la dispoziție un Ghid de utilizare a inteligenței artificiale în procesul didactic și de cercetare.

Referințe

- Timis, D., & Kodjabachi, A. (2020, 11 August) *Online Learning for a New Higher Education*. AACSB. <https://www.aacsb.edu/insights/articles/2020/08/online-learning-for-a-new-higher-education>
- Hurst, D., & Beckman, T. (2020, 15 mai) *Creating Quality Online Learning*. AACSB. <https://www.aacsb.edu/insights/articles/2020/05/creating-quality-online-learning>
- Govindarajan, V., & Srivastava, A. (2020, 31 martie) What the Shift to Virtual Learning Could Mean for the Future of Higher Ed. *Harvard Business Review*, 31(1), 3–8. <https://hbr.org/2020/03/what-the-shift-to-virtual-learning-could-mean-for-the-future-of-higher-ed>

Strategia de predare

Jocul cu metodele de predare

Strategie de predare

Abordare generală

Strategia de predare reprezintă combinația unică de metode și de abordări teoretice folosite în planificarea etapelor predării. Modelul alăturat (Figura nr. 1 Strategie de predare) este doar una dintre potențialele combinații.

Un element care poate fi luat în considerare este folosirea modulelor de aproximativ 30 minute, acestea permițând alternarea metodelor de învățare și menținerea atenției studentului, precum și distribuirea eficientă a efortului profesorului.

Activitatea este împărțită în trei etape: a) înainte de întâlnire (studentul citește sau vizionează materiale utile recomandate de profesor pentru a dobândi câteva puncte de reper); b) în timpul întâlnirii (profesorul stimulează interesul, reflecția și înțelegerea domeniului); c) după întâlnire (studentul și profesorul identifică modalități concrete, în timpul orelor de consultații sau tutorat, prin care studentul poate capitaliza cunoașterea dobândită în mediul profesional).

Activitatea se poate desfășura față în față, hibrid sau online. Indiferent de alegerea făcută, cadrul teoretic, colecția de metode și strategia unică în care acestea sunt combinate, dau formă și „gust” procesului de învățare și de predare.

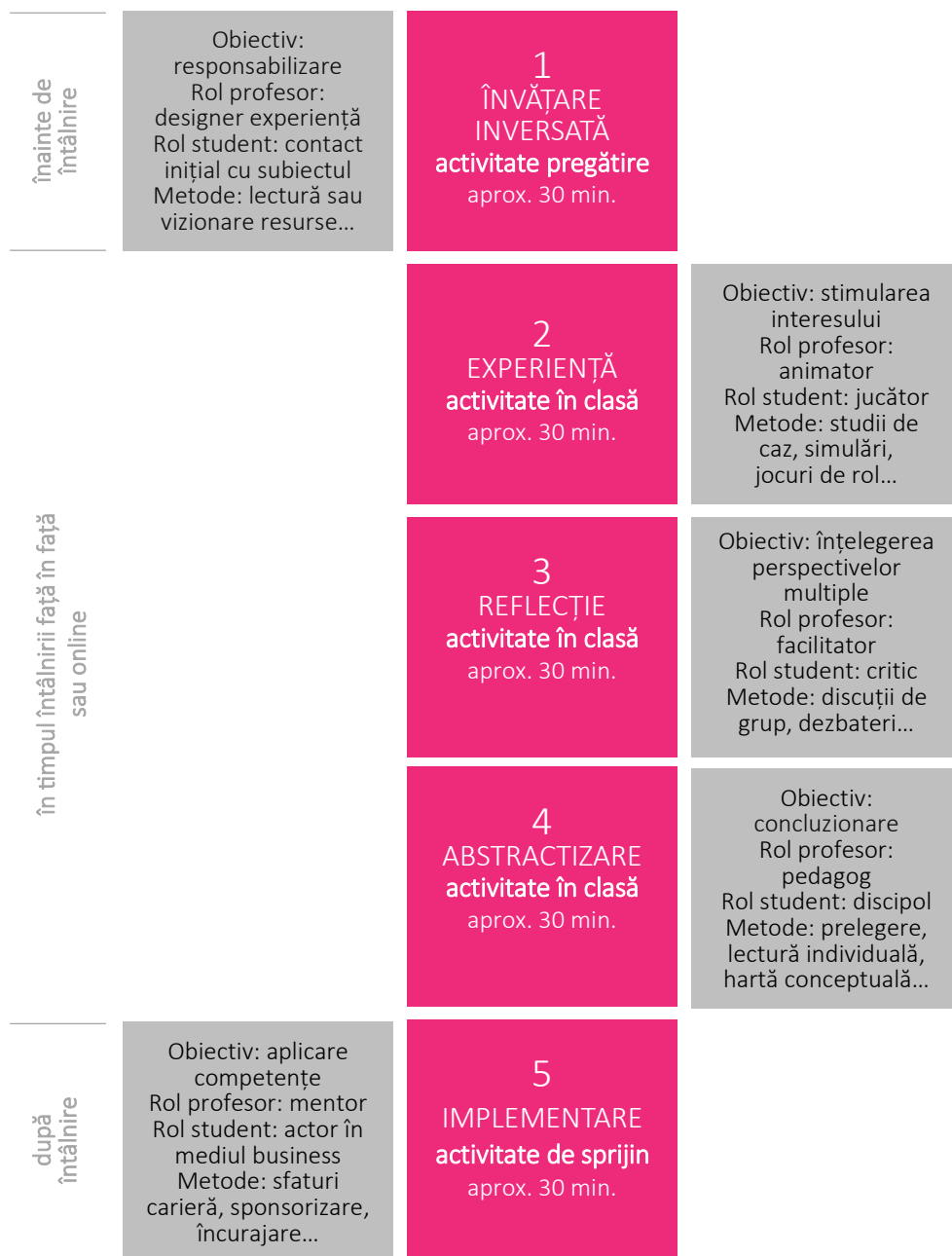


Figura nr. 1 Strategie de predare

Profesorul și studentul trebuie să se ajute reciproc prin feed-back și apreciere. Profesorul le oferă încurajări studenților pentru ca aceștia să se dezvolte, iar studenții oferă feed-back profesorului pentru ca acesta să poată face ajustările necesare în

strategia de predare. Feed-back-ul se poate oferi și la finalul semestrului prin evaluarea orelor de curs și seminar. Fără efortul onest, transparent și specific, șansele reciproce de a avea succes scad. Studenții nu primesc ceea ce au nevoie, iar profesorii nu înțeleg cum pot livra orele.

Strategie de predare

Exemplu specific

Disciplina – **Managementul resurselor umane**

(Lect. univ. dr. Aurelian Sofică)

Tema: Logica activităților de resurse umane

Detalii: nivel licență și masterat; 20-40 participanți; 2-4 ore; metode: puzzle, joc de rol, studiu de caz, dezbatere.

Sarcină echipe: Rearanjați 25 activități de resurse umane în ordinea logică a succesiunii lor. 1 = începutul, 25 = finalul.

Povestea de fundal: Sunteți parte din departamentul de HR al unei „MNC”, iar compania se pregătește pentru un „offshore”. Echipa voastră pregătește următorii pași și va face o prezentare în fața consiliului de administrație (juriul format din reprezentanții echipelor). Acesta va decide ce echipă va primi proiectul, finanțarea și... bonusul pentru cea mai bună echipă.

Obiective asociate procesului de învățare: Asigurați-vă că aveți în vedere: • logica temporală (nu vreți să risipiți timpul nimănui), • logica financiară (nu vreți să cheltuiți prea mulți bani), • logica legală vreți să fiți de partea legii), • logica etică (nu vreți ca angajații, clienții, comunitatea să facă lobby împotriva voastră), • logica culturală (nu vreți să încălcați obiceiurile locale) și • alte feluri de logică (vreți să vă diferențiați) de celelalte echipe...

Roluri: • *Prezentatorii* hotărâsc strategia prezentării, livrează prezentarea și au cel mai mare bonus (0,2 puncte). • *Membrii juriului* administrează procesul de

prezentare, pun întrebări și aleg echipa câștigătoare. Bonusul juraților este de 0,1. • *Membrii grupului* contribuie la succes, consiliind, identificând argumente, punând întrebări echipelor concurente. Bonusul pentru membrii grupului este de 0,05. • *Consultant/facilitator.* În timpul activității, profesorul poate oferi consultanță grupurilor doar pentru două activități (limitarea crește importanța profesorului). În timpul prezentărilor, profesorul facilitează discuția. Recompensa este energia studenților.

Etape: • Prezentare exercițiu (10 min.) • Activitate echipă: rezolvare puzzle activități de RU (40 min.) • Prezentare și dezbatere în fața juriului și a participanților (40 min.) • Alegerea echipei câștigătoare și feed-back (20 min.)

Materialele-resursă oferă soluții parțiale sau indicii pentru puzzle.

Volumul este intenționat unul mare pentru supra-stimulare.

Exemple de materiale: • Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2017) *Fundamentals of Human Resource Management* (Ediția a 7-a). McGraw-Hill. • Groysberg, B., Nohria, N. & Fernández-Aráoz, C. (2009, 31 martie) The Definitive Guide to Recruiting in Good Times and Bad. *Harvard Business Review*, 87(5), 74–84.

<https://hbr.org/2009/05/the-definitive-guide-to-recruiting-in-good-times-and-bad>

Teorii utilizate: Învățarea experiențială (Kolb, 1984; Kolb & Kolb, 2005), Gamification (Buckley & Doyle, 2014; Nah et al., 2014), Stimulare creativitate (Robinson, 2015).

Rezultate: Nivel de implicare ridicat, realism, interdependență, volum mare de informații procesate, argumente creative, mai multe straturi de învățare... co-creație învățare.

Strategia de predare a fost testată atât în mediul academic (studenți licență/ masterat din România, Franța, Marea Britanie, Olanda), cât și în mediul profesional (practicieni MBA din

Realizare profil generic expatriat	Consiliere în perioada de ajustare a expatriatilor			
Construire sistem de învățare organiz.	Verificări de fond sau antecedente	Prezentarea realistă a postului	Design mesaj de recrutare	Gestionarea șocului cultural
Planificarea nevoii de personal	Interviu de repatriere (debriefing)	Identificarea metodelor de recrutare	Interviul de selecție	Managementul carierei expatriatului
Instruire – competențe interculturale	Managementul așteptărilor repatriatului	Analiza pieței muncii din țara de expatriere	Analiza posturilor disponibile pentru expatriati	Suport familie și logistic pentru expatriat
Evaluarea performanței expatriatului	Identificarea surselor de recrutare	Testare candidați expatriere în centre de testare	Negocierea contractului de muncă	Design și dezvoltare „angajator de top”
		Analiza contextului juridic al țării de expatriere	Consiliere – șoc cultural invers	Audit diversitate RU

Puzzle de activități de RU.

Aranjați activitățile în ordinea succesiunii logice, de la 1 la 25...

România, Marea Britanie,
Bahrain).

Strategie de predare

Exemplu specific

**Disciplina – Economie și politici
în turismul internațional**

(Conf. univ. dr. Valentin
Toader)

Afirmație: Turismul de masă
poate fi sustenabil

Detalii: nivel masterat; 20-50
de participanți; 1-2 ore;
metode: dezbateri și joc de rol

Sarcini ale echipelor: Sunt alese
două echipe care vor dezbate
afirmația: *Turismul de masă
poate fi sustenabil.*

Roluri: • *Echipa afirmativă (AFF)*
(3-6 participanți) are rolul de a
oferi argumente în sprijinul
afirmației. Bonus implicare (0,2
puncte) • *Echipa negativă (NEG)*
are rolul de a oferi argumente
care se opun afirmației. Bonus
implicare (0,2 puncte) • *Audiența*
are rolul de a se documenta și a
pregăti întrebări pentru echipe
pentru a augmenta procesul.
Bonus pentru cele mai bune
întrebări (0,05 puncte)
• *Moderatorul* este profesorul și
are un rol critic în a organiza
cadrul, a forma echipele, a ghida
discuția pentru a nu devia de la
tema centrală, a administra
timpul prezentărilor, gestionează
întrebările, menține energia
evenimentului. Accentul este pus
pe neutralitate.

Etape: • Prezentare de
instrucțiuni și organizare pe
canale MS Teams (20 min.) •
Pregătire argumente de către
echipe pe canalele MS Teams în
cadrul unei sesiuni video (20

min.) (poate avea loc și anticipat,
înaintea întâlnirii)

• Dezbateri în canalul general
conform unor pași prestabiliți:

Pasul 1. Se prezintă, pe rând,
argumentele de către echipele
AFF și NEG (2-4 min./ echipă)

Pasul 2. Echipele au timp de
analiză a argumentelor
oponenților (2 min.)

Pasul 3. Se răspunde
argumentelor prezentate de
cealaltă echipă (2-4 min./ echipă)

Pasul 4. Echipele au timp de
analiză a argumentelor
oponenților (2 min.)

Pasul 5. Concluzii – De ce
audiența le-ar da dreptate?
(2-4 min./ echipă).

Pasul 6. Întrebări din partea
audienței și răspunsuri din
partea echipelor (2-4 min.)

Pasul 7. Audiența deliberază
și votează echipa câștigătoare
(2-4 min.)

Pași dezbaterii

Augmentare de strategie: Pentru
a amplifica experiența, se pot
adăuga straturi suplimentare de
complexitate.

Jocurile de rol pot fi integrate în
dezbateri. Fiecare membru al
celor două echipe îndeplinește un
rol (e.g., turist, rezident,
reprezentant al tour operatorului,
reprezentant al administrației
locale etc.). După prezentarea
argumentelor, audiența
adrează întrebări și
deliberează.

Asumarea unei poziții. Fiecare
student are 5 minute să își asume
una dintre următoarele poziții:
acord total – acord – dezacord –

dezacord total. Fiecare poziție
asumată va avea un canal distinct
în MS Teams, unde cei care și-au
asumat-o se vor întâlni pentru a
formula argumentele prin care își
susțin poziția. Prezentarea
argumentelor în clasa sau în
canalul General. Studenții își
mențin sau reconsideră poziția, și
merg în canalele corespunzătoare
pentru a identifica „X” argumente
finale, care să le susțină poziția.

Cadrul teoretic: Formatul Karl
Popper (filosof), inițiatorul ideii
de „falsificare” în care
cunoașterea ia naștere prin
construirea dialectică a
consensului în cadrul comunității
științifice. Opiniile argumentate
(în urma investigației) a două
tabere (afirmativă și negativă)
care vizează o problemă
controversată (afirmația
dezbatută), ajută la sedimentarea
înțelegerii și la alegerea unei
direcții.

Rezultate: Dezvoltarea abilităților
de exprimare verbală și
nonverbală, creșterea capacității
de decizie rapidă, multiplicarea
numărului de idei, testarea
publică a viabilității ideilor,
dezvoltarea gândirii critice,
clarificarea subiectului de
dezbateri.

Strategie de predare

Exemplu specific

Disciplina – Control și audit financiar

(Conf. univ. dr. Sorin Romulus Berinde)

Temă: Costurile variabile și decizia de a produce/achiziționa pentru maximizare profit la vânzare

Detalii: nivel licență; 20-40 de participanți; 1-2 ore; metode: studiu de caz, dezbateri, joc de rol

Sarcină individuală: Fundamentați o decizie cu privire la cantitatea optimă care ar trebui fabricată, respectiv achiziționată din fiecare produs finit fabricat de o societate pentru maximizarea profitului la momentul vânzării, pornind de la particularitățile costurilor variabile.

Povestea de fundal: O societate are oferta de produse finite diversificată pentru a atrage interesul clienților, fiind formată din patru sortimente. Cererile venite din partea clienților ating niveluri record. Departamentul financiar-contabil, personalul care gestionează nivelul costurilor deține date estimative cu privire la personalul disponibil, costurile/prețurile relevante: costurile de producție variabile unitare, costul potențial pentru alternativa achiziției, prețul de vânzare,

fondul de timp alocat obținerii unei unități, fondul de timp disponibil în acord cu personalul productiv angajat. Care este recomandarea transmisă guvernantei corporative cu privire la decizia de asumat în condițiile în care se dorește obținerea unui profit maxim din aceste circumstanțe favorabile în care se regăsește societatea?

Obiective: Sunteți parte din departamentul financiar-contabil al societății care dorește să verifice dacă are suficient personal pentru a produce întreaga cantitate solicitată de clienți. În caz contrar, este solicitată o recomandare cu privire la produsele finite care trebuie fabricate prioritar, respectiv la cele la care ar trebui să se renunțe pentru a obține un profit maxim în condițiile penuriei forței de muncă. Complementar, se poate lua în considerare în mod justificat, o decizie de a achiziționa unele produse și cantități de la furnizori atunci când acest aspect ar susține acumularea unui surplus de profit pentru societate.

Etape: • Prezentare studiu de caz (10 min.) • Activitate individuală: rezolvare studiu de caz (60 min.)
• Discuții și dezbateri

comparativă alternativă deciziei eronate (40 min.)

Roluri: • Prezentatorii sunt studenții care stabilesc nivelul minim al costurilor care susțin maximizarea profitului. Se va testa complementar ipoteza deciziei eronate, se cuantifică/compară efectul asupra profitului
• Consultant/facilitator. În timpul activității, profesorul inițiază ipoteze alternative pentru a stimula și testa raționamentul studenților (aspecte negative, disponibilitate suficientă personal, perspective restrângere activitate, importanță diversitate produse, potențiale avantaje achiziție și revânzare în pierdere etc).

Rezultate: Interactivitate, studenții realizează utilitatea și impactul informației financiar-contabile asupra profitului, asupra capitalurilor proprii, conștientizează efectul unei decizii corecte și consecințele unei decizii eronate, cuantifică efectele utilizării eficiente a angajaților, deprind tehnici de gândire alternativă pentru a se adapta unei diversități de circumstanțe din mediul de business.

O societate fabrică patru produse finite. Compartimentul de control și gestiune a costurilor a estimat bugetul anual:

	Produsul A	Produsul B	Produsul C	Produsul D
Costul variabil unitar (lei)	20	15	8	15
Ore necesare pentru fabricarea unei unități de produs	3 ore	2 ore	1 oră	1.5 ore
Costul achiziționării unei unități de la un furnizor (lei)	60	46	24	48
Cantitate de vânzare bugetată (unități)	4.000	3.000	6.000	2.000

Numărul maxim de ore care poate fi prestat într-un an de angajați este de 24.000 ore. Ca alternativă la producție, oricare dintre cele patru tipuri de produse finite se poate achiziționa de la un terț (furnizor-subcontractor).

Strategie predare

Exemplu specific

Disciplina – **Statistică**

(Conf. univ. dr. Gabriela
Reghina Petrușel)

Temă: Calcularea variației și
reprezentarea grafică a
drepte de regresie

Detalii: nivel licență; 20-30
de participanți; 1-2 ore;
metode: studiu de caz,
dezbateri, joc de rol

Povestea de fundal: Un grup de
studenți vor studia relația
dintre indicele de inteligență (IQ)
și rezultatul final obținut în urma
unui examen (măsurat pe o scală
cu 100 de puncte).

Datele obținute de la un număr
de subiecți sunt:

Student	IQ	Scor
1	110	42,5
2	112	53
3	118	46
4	119	61,75
5	122	70,5
6	125	56,5

7	127	70,5
8	130	60
9	132	81
10	134	70,5
11	136	77,5
12	138	88

Sarcini/ obiective echipă: • Să se
studieze asocierea celor două
variabile – IQ și scor. • Cât din
varianța scorurilor poate fi
atribuită variabilei IQ? • Să se
estimeze dreapta de regresie care
aproximează IQ ca o funcție de
scor, pe baza utilizării formulei:

$$IQ = a \times \text{scor} + b$$

• Să se estimeze dreapta de
regresie care aproximează scorul
ca o funcție de IQ, $\text{scor} = a' \times IQ + b'$.

Etape: • Prezentarea sarcinii de
lucru (10 min.) • Activitate în
echipă (4 echipe): identificarea
răspunsurilor pentru sarcini/
obiective (50 min.) • Prezentare
rezultate (5 min./ echipă) •
Feedback profesor (15 min.) •

Inițiere dezbateri având ca punct
central întrebarea „*Se poate
renunța la examen și obține nota
din ultima ecuație estimată știind
IQ-ul studentului?*” (25 min.)

Roluri: • Prezentatorii fiecărei
echipe vor intermedia
interacțiunea dintre grup și clasă.
• Consultant/ animator este
profesorul coordonator al fiecărui
grup, oferindu-le instrumentele
teoretice necesare analizei
statistice pentru fiecare sarcină în
parte.

Rezultate: Interactivitate
studenți–studenți, studenți–
cadru didactic; realizarea utilității
aplicative a informațiilor și
indicatorilor din sfera statisticii
economice; creșterea capacității
de muncă individuală în timp
limitat; deprinderea unor tehnici
de gândire și tehnici de
argumentare; problematizare,
dezvoltarea abilităților analitice.

Strategie de predare

Exemplu specific

Disciplina – Tehnici de analiză și previziune financiară

(Lect. univ. dr. George Cordoș)

Temă: Previziunea bilanțului și contului de profit și pierdere

Detalii: nivel licență; 20-40 participanți; 1-2 ore; metode: studiu de caz, dezbateri

Sarcină individuală: Previzionați Bilanțul și Contul de Profit și Pierdere (CPP) pentru compania XYZ pentru anul N+1, în condițiile unei creșteri a cifrei de afaceri, conform informațiilor de pe piață. Determinați nivelul de finanțare suplimentară necesară și prezentați/ argumentați/ motivați de ce o instituție financiară ar fi interesată să ofere această finanțare.

Povestea de fundal: O societate își construiește/ previzionează situațiile financiare pentru anul viitor, pornind de la ipoteza unei creșteri a cifrei de afaceri, cu 20% față de anul anterior. Creșterea este bazată pe informațiile din piață, conform cărora cererea pentru produsele/ serviciile oferite va crește în anul următor. Compania are resursele necesare pentru îmbunătățirea capacității de producție, însă, având în vedere că majoritatea

elementelor din Bilanț și CPP variază proporțional și în mod direct în raport cu Cifra de Afaceri (Vânzări), va trebui determinat noul Bilanț previzionat, respectând principiile de egalitate bilanțieră (Activ = Pasiv). De asemenea, previziunea Contului CPP trebuie să țină seama de obținerea unui profit.

Obiective: Studiul de caz pornește de la Bilanțul și CPP din anul inițial și urmărește folosirea noțiunilor financiar-contabile acumulate pentru previziunea situațiilor financiare și argumentarea atractivității companiei pentru obținerea unei finanțări de la o instituție financiară. Informațiile suplimentare oferite se referă la diferiți indicatori financiari și/ sau elemente de Bilanț sau CPP pentru care se oferă noi valori sau variații procentuale între N+1 și N. După realizarea previziunii Bilanțului și CPP, va trebui determinat necesarul suplimentar de finanțare pentru atingerea obiectivelor (creștere de 20% a Cifrei de Afaceri). Fundamentarea și motivarea se vor realiza pe baza informațiilor din Bilanț și CPP, anul N și N+1.

Etape:

Pasul 1. Prezentarea studiului de caz (10 min.)

Pasul 2. Activitate individuală: rezolvarea studiului de caz (60 min.)

Pasul 3. Discuții și dezbateri decizii/ motivații eronate (40 min.)

Roluri: • Prezentatorii sunt studenții care stabilesc necesarul de finanțare și motivează atractivitatea companiei (din perspectiva performanței) pentru o instituție financiară. Se vor testa calculele și/ sau motivațiile eronate. • Consultant/ facilitator. În timpul activității, profesorul inițiază ipoteze alternative pentru a stimula și testa raționamentul studenților (motivații și argumente, importanța acestora etc.).

Rezultate: Interactivitate studenți–studenți, studenți–cadru didactic; realizarea utilității aplicative a informațiilor și a indicatorilor din sfera financiar-contabilă; creșterea capacității de muncă individuală în timp limitat; deprinderea unor tehnici de gândire și tehnici de argumentare; dezvoltarea abilităților de comunicare și exprimare verbală.

Anul N		Anul N		Informații suplimentare pentru anul N+1
Imobilizări	574	Cifra de afaceri	41226	• CA crește cu 20% față de anul N • Durata de încasare a creanțelor se menține la nivelul anului N • Ponderea stocurilor în CA scade cu 1% • Imobilizările devin 618, cheltuielile în avans se elimină • Creditele bancare pe TS se mențin la același nivel • Durata de plată a furnizorilor este de 58,6 zile • Datoriile salariale se majorează cu 3 u.m. • % Cheltuielilor CA în CA se menține constant • % Cheltuielilor generale în CA crește cu 1% • Cheltuiala cu dobânda rămâne constantă • Se menține lichiditatea imediată din anul N
Stocuri	4534	Cheltuieli CA	35454	
Creanțe	5772	Cheltuieli generale	4534	
Chelt. în avans	36	Dobânzi	180	
Disponibilități	824	Cota impozit profit	16%	
Capital social	300			
Rezerve	3158			
DTML	1520			
Furnizori	6424			
Salarii	238			
Credite TS	100			
		<u>CERINȚĂ: Previzionați bilanțul și</u>		
		<u>contul de profit și pierdere a</u>		
		<u>companiei XYZ pentru anul N+1.</u>		
		<u>Stabiliți necesarul suplimentar de</u>		
		<u>finanțare.</u>		

Strategie de predare

Exemplu specific

Disciplina – **Analiză economică și financiară**

(Prof. univ. dr. Larissa Bătrâncea)

Temă: Utilizarea tehnologiei eye tracking pentru evidențierea rolului analizei poziției financiare în luarea deciziilor investiționale

Detalii: nivel licență; 15-30 participanți; 4 ore; metode: experiment de eye tracking, studiu de caz, comparație, dezbateri, joc de rol

Sarcină individuală: Analizați poziția financiară a două companii din aceeași industrie și identificați compania cu poziția financiară mai solidă și în care ar fi mai oportun să se investească. Argumentați recomandarea făcută.

Povestea de fundal: Sunteți analist financiar într-un departament de profil al unei companii specializate în servicii de consultanță financiară. Ați fost angajat de un grup de patru investitori români de tip angel investors interesați în sprijinirea unei afaceri cu potențial de creștere pe termen lung în schimbul unui procent din capitalul social al respectivei companii. Studiind piața, angel investors au identificat două companii în care ar fi dispuși să investească pornind de la analiza pe care o veți efectua: Compania A și Compania B (principalul competitor). Dacă cel puțin doi dintre angel investors decid să sprijine financiar compania pe care o veți recomanda, sarcina

este considerată ca fiind îndeplinită cu succes.

Obiective:

- Analizați vizual poziția financiară a două companii din aceeași industrie.
- Identificați elementele definitorii care facilitează analiza comparativă a pozițiilor financiare.
- Identificați compania cu o poziție financiară mai solidă.
- Prezentați cel puțin trei argumente raționale potrivit cărora angel investors ar trebui să aleagă o companie comparativ cu cealaltă companie.

Roluri:

- Fiecare *analist financiar* are la dispoziție un anumit timp pentru a inspecta vizual bilanțurile companiilor și a-și forma o opinie privind poziția lor financiară. Ulterior, analistul financiar face o recomandare investitorilor.
- *Cei patru angel investors* cântăresc argumentele oferite de către analist, pun întrebări și decid dacă investesc sau nu în compania recomandată.
- *Consultant/facilitator.* În timpul desfășurării sarcinii, profesorul nu intervine, deoarece fiecare analist financiar trebuie să își formeze propria opinie. În timpul prezentării argumentelor de către analist în fața angel investors, profesorul facilitează discuția, păstrând un ton neutru.

Etape: Strategia de predare presupune trei etape:

- Realizarea sarcinii *fără instruire prealabilă privind poziția financiară* (70 min.). Prezentarea sarcinii de către profesor (10 min.). Activitate individuală: analiza bilanțurilor a două companii, prezentate în paralel pe ecran (10 min.). Formularea unei recomandări de investiții (10

min.). Prezentarea argumentelor în fața angel investors (5 min./ prezentare x 4 analiști financiari). Deliberarea din partea angel investors (5 min./ prezentare x 4 analiști).

- Profesorul instruește studenții privind poziția financiară a unei companii și elementele definitorii care facilitează o analiză comparativă a acestora (60 min.).
- Realizarea sarcinii *după instruirea privind poziția financiară* (70 min.): sarcina se repetă identic utilizându-se alte două bilanțuri.

Tehnologie utilizată: Capacitatea studenților de a „citi” și interpreta bilanțurile va fi măsurată cu ajutorul tehnologiei eye tracking și a indicatorilor specifici (e.g., harta termografică, traiectoria privirii). Se anticipează faptul că înainte de instruire privirea studenților va acoperi haotic suprafața bilanțurilor. După instruire, privirea se va concentra din primele momente pe elementele care facilitează analiza poziției financiare.

Rezultate: Deprinderea abilității de a „citi” un bilanț la prima vedere și de a diagnostica poziția financiară a unei companii, dezvoltarea atenției și a gândirii critice, dezvoltarea capacității de a formula o opinie pertinentă și de a o susține prin argumente logice. Strategia de predare a fost testată în cadrul activităților cercului studențesc *Financial Analysts in Business (FAB)* al Facultății de Business, precum și la universități din Brazilia, Pakistan și Turcia.

Roluri ale profesorilor

Sau cum contribuim la dezvoltare



Roluri ale profesorilor

Fiecare profesor își asumă o identitate profesională, o sumă a punctelor forte, un rol sau set de roluri care sunt unice lui și care îl fac valoros în domeniul său de cunoaștere. Această diversitate de roluri vine să răspundă, în parteneriat, diversității de stiluri de învățare care există în rândul studenților.

Rolurile asociate profesorilor

de la care am ales să plecăm sunt: designer, antrenor, facilitator, pedagog și mentor. Aceste roluri se diferențiază pe o serie de dimensiuni: scop, apropiere, participare, competențe necesare, obiectiv, direcție de învățare, ajutând la construirea unei identități profesionale pentru fiecare profesor.

Aceste roluri sunt dependente de context, dar și de personalitatea și de zona de confort a fiecăruia. Dezideratul nostru este ca aceste roluri să poată fi acoperite flexibil într-o măsură cât mai mare, pentru a răspunde stilurilor de învățare diferite pe care le au studenții.

Stilurile de învățare

și diversitatea lor reprezintă o provocare pe care o acceptăm cu plăcere. Unii studenți învață implicându-se fără rețineri în activitatea din clasă (activ); alți studenți preferă să observe, să culeagă informații și opinii de la colegi, iar apoi să se angajeze în dezbateri (reflexiv); alți studenți preferă să citească materialele împreună cu o cană mare de cafea (teoretic), iar alții se activează doar când procesul de învățare arată la ce anume se pot folosi informația, atitudinile și competențele din clasă pentru a obține, practic, un avantaj competitiv (pragmatic).





	DESIGNER	ANIMATOR	FACILITATOR	PEDAGOG	MENTOR
Scop	Identifică sau creează materiale relevante, utile, interesante	Generează energie și motivează	Ajută la crearea unor idei noi și la reflecție	Instruiește participanții	Ghidează, inspiră oamenii și ajută protejării să crească
Apropiere	Nu există contact direct cu participanții	Deschis, jovial, apropiat de grup	Apropiat de grupul cu care lucrează	Formal cu grupuri mari	Apropiat doar de unii participanți care devin protejați
Participare	Studentii descoperă în ritm propriu	Persoanele sunt atrase în procesul de învățare	Implicarea în procesul de învățare este voluntară	Participarea este rezultatul unui proces formal	Participarea este negociată și doar câțiva sunt acceptați
Competențe	Redactor, designer, copywriter	Capacitatea de a motiva, de a implica oamenii	Relaționare, sintetizare, empatie	Prezentare, persuasiune	Consiliere și comunicare față în față
Obiectiv	Inițierea unui prim contact cu tema și conceptele	Implicare, modificarea atitudinilor, cointerese	Conectează teoria, practica și experiența participanților	Transmiterea de informații, schimbarea atitudinii	Evoluția în carieră este primordială
Direcție învățare	Rigidă, stabilită de către designer	Flexibilă, stabilită prin interacțiune	Stabilită de către participant	Stabilită de către pedagog	Stabilită de mentor și protejat

Tabelul nr. 1. Roluri ale profesorilor

Referințe

Învățarea experiențială

- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2005). Learning Styles and Learning Spaces: Enhancing Experiential Learning in Higher Education. *Academy of Management Learning & Education*, 4(2), 193–212.
<https://doi.org/10.5465/amle.2005.17268566>

Învățarea răsturnată

- Roach, T. (2014). Student perceptions toward flipped learning: New methods to increase interaction and active learning in economics. *International Review of Economics Education*, 17, 74–84.
<https://doi.org/10.1016/j.iree.2014.08.003>
- Meriaux, C. (2019, 3 iulie). A Successful Flipped Classroom Experiment. HEC Paris.
<https://www.hec.edu/en/knownledge/articles/successful-flipped-classroom-experiment>

Învățarea hibridă

- Leonard, D. A., & DeLacey, B. J. (2002). Designing hybrid online/in-class learning programs for adults. Harvard Business School. *Journal of Educational Technology & Society*, 5(2): 13–28.
https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/03-036_0c87c451-86c2-48b3-8072-c13f853ac957.pdf [Draft]

Gamification

- Nah, F. F.-H., Zeng, Q., Telaprolu, V. R., Ayyappa, A. P., & Eschenbrenner, B. (2014). Gamification of Education: A Review of Literature. In F. F.-H., Nah (Ed.), *Lecture notes in computer science: Vol. 8527. HCI in Business* (pp. 401–409). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-07293-7_39
- Buckley, P. & Doyle, E. (2016). Gamification and student motivation. *Interactive Learning Environments*, 24(6), 1162–1175.
<https://doi.org/10.1080/10494820.2014.964263>

Andragogie

- Merriam, S. B. (2001). Andragogy and Self-Directed Learning: Pillars of Adult Learning Theory. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 2001(89): 3–14.
<https://doi.org/10.1002/ace.3>
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The adult learning: The definitive classic in adult education and human resource development* (ed. a 8-a). Routledge.

Storytelling

- Freeman, M. S., & Burkette, G. (2019). Storytelling in the Accounting Classroom. *The Accounting Educators' Journal*, 29(1), 29–39.
<https://www.aejournal.com/ojs/index.php/aej/article/view/414/204>

- Gold, J., & Holman, D. (2001). 'Let me tell you a story': an evaluation of the use of storytelling and argument analysis in management education. *Career Development International*, 6(7), 384–395.
<https://doi.org/10.1108/EUM00000006054>

- Guber, P. (2007, 1 decembrie) The Four Truths of the Storytelling. *Harvard Business Review*, 85(12), 55–56.
<https://hbr.org/2007/12/the-four-truths-of-the-storyteller>

Metode predare

- Branco, C. W. (2016). 100 Instructional Strategies, Kean University College of Education.
<https://www.kean.edu/~tpc/Instructional%20Strategies.pdf>
- Sottolare, R., DeFalco, J. A. M., & Connor, J. (2014). A Guide to Instructional Techniques, Strategies and Tactics to Manage Learner Affect, Engagement, and Grit. În R. A. Sottolare, A. Graesser, X. Hu, & B. Goldberg (Editori), *Design Recommendations for Intelligent Tutoring Systems* (pp. 7–33). US Army Research Laboratory.

- University of Central Florida (f.d.) *Teaching Methods Overview*.
<https://fctl.ucf.edu/teaching-resources/teaching-strategies/teaching-methods-overview/>

Creativitate

- Robinson, K. (2015). *O lume ieșită din minți. Revoluția creativă a educației* (D. M. Brăgaru, Trad.). Editura Publica. (Lucrare originală publicată în 2011)

Coordonator:

Lect. univ. dr. Aurelian Sofică

Colaboratori:

Lect. univ. dr. Andreea-Angela Șeulean

Conf. univ. dr. Monica Maria Coroș

Profesori:

Conf. univ. dr. Valentin Toader

Conf. univ. dr. Sorin Romulus Berinde

Conf. univ. dr. Gabriela Reghina Petrușel

Prof. univ. dr. Larissa Margareta Bătrâncea

Lect. univ. dr. George Cordoș

**Facultatea de Business
Universitatea Babeș-Bolyai**

Strada Horea nr. 7
Cod 400174
Cluj-Napoca, Cluj
România

