



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 @ promarket@spiruharet.ro

☎ 021.455.1722

🌐 www.promarket.spiruharet.ro

PRO-MARKET
POSDRU/161/2.1/G/140947

Orientarea în carieră prin intermediul stagiilor de practică a studenților din domeniul Marketing

Conceptul de marketing sugerează un anumit mod de gândire, dar și unul de acțiune, ambele laturi aflându-se într-o simbioză aproape perfectă. Desigur, înainte de toate, marketingul este un produs al practicii, dobândind însă un loc tot mai pregnant și un rol important în gândirea și în doctrina economică.

Definirea marketingului și recunoașterea faptului că acesta este o disciplină integratoare, ce plasează consumatorul în centrul activităților desfășurate, a afacerii, au condus la dezvoltarea conceptului ca atare, acesta subliniind importanța a trei trăsături cheie, ce trebuie să stea la baza activității oricărui agent economic care se dorește a fi viabil:

- a. orientarea spre client,
- b. cunoașterea nevoilor acestuia înainte de a decide ce să producă,
- c. focalizarea obiectivelor, a scopurilor organizației.

Orientarea de marketing a activității firmelor moderne va scoate în evidență trăsăturile caracteristice ale acestuia, respectiv:

- receptivitate față de cerințele pieței, ale societății, în general, orientarea întregii activități către nevoile de consum;
- cunoașterea riguroasă a acestor cerințe, urmărirea lor sistematică și, pe cât posibil, anticiparea acestora, un asemenea demers presupunând o abordare științifică a mediului entităților economice, prin utilizarea unui instrumentar adecvat de lucru;
- o înaltă capacitate de adaptare a activității desfășurate, la evoluția cerințelor de consum, la dinamica pieței, asigurarea unui nivel corespunzător de flexibilitate în funcționarea firmelor;



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 @ promarket@spiruharet.ro

☎ 021.455.1722

🌐 www.promarket.spiruharet.ro

PRO-MARKET
POSDRU/161/2.1/G/140947

- inventivitate, spirit creator, preocupări pentru înnoire și modernizare, asemenea preocupări urmând să aibă în vedere atât produsele și serviciile, cât și formele de distribuție, metodele de promovare, relațiile cu piața etc.;
- viziune largă, unitară, asupra șirului de activități care alcătuiesc ciclul de viață complet al bunurilor și serviciilor, din momentul conceperii și până în momentul intrării lor efective în consum;
- eficiență maximă, eficiență privită în toată complexitatea sa, și având în vedere toate laturile acesteia: economică, socială și ecologică, eficiență obținută ca rezultat al orientării efective a activității desfășurate către nevoile reale de consum, către cerințele pieței.

Deoarece domeniul de aplicare al marketingului presupune crearea valorii pe piață în cadrul activității concrete a organizațiilor fie ele profit sau nonprofit, disciplina practică de specialitate trebuie să aibă dețină locul ei foarte important în planul de învățământ și în pregătirea studenților din cadrul programelor de studii marketing.

Stagiile organizate prin intermediul proiectelor POSDRU oferă șansa orientării studenților în direcția carierei care li se potrivește. Din vastul domeniu de activitate al marketingului studenții trebuie să știe să aleagă nișa profesională care li se potrivește cel mai bine (ex: marketing în domeniul turistic, activitatea de cercetări de marketing, publicitate, relații publice etc). Deși în facultate se crează o imagine de ansamblu asupra întregului domeniu, implicarea în activitatea practică direcționează studentul/masterandul în direcția în care are cele mai multe afinități.

Practica de specialitate reprezintă un prim pas în direcția dezvoltării abilităților practice, capacității de a face conexiuni între activitățile dintr-o organizație, de a lucra în echipă și a comunica, de a se încadra cu o sarcină într-un interval de timp dat.

Studenții care au realizat stagii de practică prin intermediul proiectului POSDRU PRO-MARKET au fost sfătuiți să se implice mai mult în selecția și căutarea firmelor care oferă intership fie plătit, fie chiar și neplătit. Sunt și firme



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 @ promarket@spiruharet.ro

☎ 021.455.1722

🌐 www.promarket.spiruharet.ro

PRO-MARKET

POSDRU/161/2.1/G/140947

care caută să facă rost de forță de muncă pentru o scurtă perioadă fără remunerare, dar firmele serioase, atunci când oferă internship-uri vor cauta de obicei oameni care s-ar potrivi mediului lor de lucru, multe dintre aceste internship-uri fiind plătite. La finalul perioadei de internship studenții pot obține un loc de muncă sau o recomandare bună pentru a fi adăugată la CV, dacă își fac activitățile cum trebuie. Un internship în domeniul marketingului poate ajuta foarte mult pe studenți să vadă mai bine cum anume decurge activitatea într-o firmă.

De asemenea, prin intermediul proiectului POSDRU PRO-MARKET studenții au fost îndrumați în ceea ce privește modul de prezentare la interviu, modul de concepere al CV-urilor și modalitățile de selecție a locurilor de muncă care să aibă legătură cu abilitățile concrete pe care studenții deja le dețin.

În urma studierii pieței forței de muncă, în cadrul proiectului POSDRU PRO-MARKET, studenților le-au fost prezentate principalele cerințe pentru cei care doresc să se angajeze în domeniul Marketing după absolvirea facultății:

- capacitate de a utiliza în mod eficient conceptele și noțiunile specifice de marketing
- capacitate sporită de analiză a informațiilor
- capacitate de a interacționa cu oamenii și de a identifica nevoi
- competențe lingvistice în cel puțin o limbă stăină uzuală (cel puțin cunoașterea limbii engleze)
- capacitatea de organizare a evenimentelor
- abilități de negociere
- capacitatea de a relaționa cu colegii și cu alte persoane în ceea ce privește cerințele profesionale curente
- cunoștințe foarte bune în ceea ce privește operarea cu aplicațiile Microsoft Office
- abilitatea de a organiza și sintetiza informațiile și de a redacta rapoarte.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU



Universitatea Spiru Haret
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 @ promarket@spiruharet.ro

☎ 021.455.1722

🌐 www.promarket.spiruharet.ro

PRO-MARKET
POSDRU/161/2.1/G/140947

Participarea la mai multe stagii de practică sau intership oferă posibilitatea studenților de la programul de studii Marketing, pe de o parte să dobândească mai bine aceste competențe, iar pe de altă parte să-și construiască un portofoliu personal și să beneficieze de mai multe recomandări de la profesioniști în domeniu obținute pe parcursul acestor stagii.