

Metode pentru dobândirea de competențe viitoare de marketing și educație TIC (FuseIT)



A3: Linii directoare pentru integrarea de competențe în domeniul Marketing-ului Digital în discipline asociate TIC

REZUMAT

Durata proiectului: Octombrie 2019 – Septembrie 2021

Nr. Proiect: 2019-1-LT01-KA203-060730



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Acest mesaj public [comunicat] reflectă exclusiv opiniile autorului, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru modul în care sunt întrebuințate informațiile din cuprinsul acestuia.



Control Document			
Nr. revizuire	Data revizuire	Descriere	Prenume și Nume
1	27 aprilie 2020	Proiect original	Giedrius Romeika
2	14 mai 2020	Proiect actualizat	Teodora Chiciooreanu
3	21 mai 2020	Versiune finală	Teodora Chiciooreanu



Cuprins

CUPRINS	3
INTRODUCERE	4
OBIECTIVELE CERCETĂRII ȘI ACTIVITĂȚILE IO1	5
RECOMANDĂRI PENTRU DEZVOLTAREA ȘI LOCALIZAREA PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT	6



INTRODUCERE

„Uniunea Europeană trebuie să se asigure că nivelul de cunoștințe, aptitudini, competențe și creativitate al forței de muncă din Europa - mai ales al practicienilor din domeniul TIC - este conform celui mai înalt standard profesional la nivel mondial și că acesta este actualizat constant în cadrul unui proces de învățare eficientă pe întreg parcursul vieții.” - Michel Catinat, Șef de Unitate, TIC pentru Concurență și Inovație în Industrie, DG Întreprinderi și Industrie, Comisia Europeană, 2015.

Având în vedere că penuria semnificativă de profesioniști în domeniul tehnologiei informației și a comunicațiilor (TIC) de la nivelul Uniunii Europene (UE) creează un impas în calea dezvoltării economice, cetățenii europeni nu dispun de competențe digitale de bază, Comisia Europeană (CE) pune în aplicare inițiative, precum: agenda pentru noi competențe, Coaliția pentru locuri de muncă și competențe digitale, campanii de conștientizare etc. Scopul acestor inițiative este acela de a atrage și a păstra talentele digitale, a promova și moderniza educația și formarea pentru a le asigura tuturor studenților și cadrelor didactice șansa de a utiliza instrumente și materiale digitale, a dezvolta și îmbunătăți competențele digitale deja existente, a spori nivelul de conștientizare referitor la importanța competențelor digitale pentru capacitatea de inserție profesională, concurență și altele. Agenda pentru noi competențe pentru statele europene „Educația formală și formarea ar trebui să le asigure tuturor o gamă largă de competențe care să le deschidă calea către împlinirea și dezvoltarea personală, incluziune socială, cetățenie activă și angajare. Acestea includ: alfabetizare, competențe numerice, științe și limbi străine, precum și competențe transversale și competențe cheie cum ar fi: competențe digitale, antreprenoriat, gândire critică, soluționarea de probleme sau învățarea procesului de învățare și cultura financiară.” Marketingul este o disciplină deschisă care nu trebuie să se întemeieze exclusiv pe o singură disciplină. Natura marketing-ului le permite studenților să dezvolte competențe de marketing în contextul altor discipline, cum ar fi: comportamentul consumatorilor, microeconomie, drepturile de autor, analiza datelor de mari dimensiuni, dezvoltarea WEB etc. Acest curs va fi pus în practică de universitățile participante la diferite programe de studii. Versatilitatea competențelor dobândite ca urmare a studierii marketing-ului determină o gamă vastă de oportunități pentru cariera profesională: aceasta deschide calea pentru angajarea în numeroase domenii și șansa de a alege între cariere diverse. Deținerea de competențe de marketing oferă șansa de a lucra pentru un an în industrie, ceea ce asigură o experiență prețioasă în derularea de activități de marketing în viața reală și facilitează activități personale de învățare pe întreg parcursul vieții. Având în vedere că domeniul de marketing atrage cei mai numeroși studenți străini către universități (numărul acestora este de peste două ori mai mare al celor care studiază ingineria & tehnologia, care este următorul grup de studiu pe discipline ca volum al numărului de studenți potrivit Complete University Guide Ltd. 2007–17), acesta ar putea reprezenta o bună platformă pentru sporirea atractivității studiilor în domeniul TIC.

Proiectul Fuse IT (Metode pentru dobândirea de competențe viitoare de marketing și educație TIC) se adresează nevoilor de educație și de pe piața de muncă în ceea ce privește competențele profesionale și cunoștințele de care să dispună studenții și absolvenții de universități (inclusiv activitățile de învățare pe întreg parcursul vieții). Proiectul va analiza, concepe, dezvolta și pune în aplicare o programă actualizată, materiale e-learning, mediu de învățare mixtă, evaluarea cunoștințelor și competențelor TIC și simulări cu sisteme de evaluare a cunoștințelor. Principalele rezultate intelectuale sunt legate de marketing și competențele pentru viitor și vor include:

1. Linii directoare și analiză de studii în învățământul superior;
2. Dezvoltarea și localizarea planului de învățământ;
3. Materiale pentru e-learning în părți separate pentru diferite discipline;
4. Simulări pentru educație;
5. Sistem de auto-evaluare și evaluare a cunoștințelor;
6. Ghiduri metodologice

Acest proiect va avea impact asupra a 2 niveluri de beneficiari. Grupul țintă primar include:

1. Studenți la universitate;
2. Cadre didactice, personal din cadrul universităților, centre de educație pentru adulți etc.
3. Sectorul de afaceri

Membrii acestui grup țintă vor beneficia de proiect prin participarea la formare și evaluarea cunoștințelor, care le va îmbunătăți nivelul de cunoștințe și competențele pe piața muncii. Cadrele didactice și personalul din cadrul universităților sunt responsabili pentru ameliorarea competențelor și creșterea gradului de calificare. Grupul țintă secundar este reprezentat de universități, care ar putea întrebuința rezultatele proiectului și ar putea pune în aplicare programe de studii actualizate în domeniul marketing-ului și/sau ar putea implementa părți separate de marketing în studii în domeniul TIC. Maniera de punere în aplicare a rezultatelor proiectului și a altor informații utile va fi descrisă în Ghidurile metodologice pentru punerea în aplicare a modulului de marketing.



1. OBIECTIVELE CERCETĂRII ȘI ACTIVITĂȚILE IO1

Principalele obiective de IO1 constau în dezvoltarea cerințelor majore pentru crearea programului Fuse IT utilizând rezultatele IO1 pentru nevoile de CMD (Competențe de Marketing Digital - DMC / Digital Marketing Competence) ale grupurilor țintă pe baza pieței muncii din UE, a experienței actuale a bunelor practici la nivelul partenerilor în domeniile de marketing și TIC. TIC reprezintă competențe esențiale pentru viitoarele locuri de muncă (Utilizarea TIC a sporit semnificativ pe parcursul ultimilor cinci ani în peste 90% din locurile de muncă), însă utilizatorilor avansați cum sunt: tehnicienii, profesioniștii (ambele grupuri 50%) și personalul de conducere (30%) li se impune să dispună de competențe digitale specializate, mai ales în locurile de muncă mai mari. Acest studiu va identifica, de asemenea, lacunele în ceea ce privește competențele în domeniul Marketing-ului Digital în Lituania, Letonia, Portugalia și România. Astfel, nevoile de formare se vor profila și vor deveni fundamentul pentru crearea de soluții de învățare și certificare în următoarele activități ale proiectului.

În acest scop, s-a conturat următorul plan:

- **Formularea de recomandări** referitoare la competențele care are impun pentru ca membrii grupului țintă să fie bine pregătiți, încrezători și competitivi pe piața digitală. Aceasta se va realiza ulterior analizării programelor și planurilor de învățământ existente în CMD (Competențele de Marketing Digital - DMC / Competențe de marketing digital) vizate de proiect, disponibile la organizații partenere din UE și ulterior comparării cu Cadrele privind Competențele Digitale cum ar fi: Cadrul privind Competențele Digitale pentru Consumatori și Cadrul privind Competențele Digitale pentru Cetățeni 2.1 (1.1);
- **Pregătirea analizei de studiu** a competențelor de marketing digital pentru viitor. Aceasta va fi realizată prin derularea de anchete și interviuri: interviuarea unui număr de, cel puțin, 50 de studenți la și TIC în fiecare instituție de învățământ superior, interviuarea de specialiști în marketing, cel puțin, 10 pentru fiecare instituție de învățământ superior; interviuarea unor reprezentanți ai centrelor de formare în CD, minimum 5 per țară participantă.
- **Redactarea unor linii directoare** cu privire la maniera în care s-ar putea integra competențele de Marketing Digital în discipline asociate domeniului de TIC. Aceasta se va realiza folosind rezultatele anchetelor și interviurilor la nivelul grupului țintă.

Rezultatele activității de IO1 vor fi întrebuințate pentru construirea unui modul eficient de formare CMD pe baza îndrumărilor privind nevoile de CMD. Toți partenerii de proiect se implică activ în livrarea acestor rezultate. În calitate de partener principal, VU are responsabilitatea asigurării unui management armonios și eficient al activităților IO1 și selectării instituțiilor partenere cu rol de conducere în derularea sarcinii speciale IO1.

Obiectivul IO1 A3 - formularea de recomandări referitoare la competențele care se impun pentru ca nevoile de competențe ale consumatorilor să le permită să funcționeze activ, în siguranță și ferm în piața digitală.

Rezultatele IO1 vor fi disponibile gratuit și vor putea fi ușor integrate la nivelul universităților sau organizațiilor care derulează formări în alte state.



2. RECOMANDĂRI PENTRU DEZVOLTAREA ȘI LOCALIZAREA PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Marketingul este o disciplină deschisă care nu trebuie să se întemeieze exclusiv pe o singură disciplină. Natura marketing-ului le permite studenților să dezvolte competențe de marketing în contextul altor discipline, cum ar fi: comportamentul consumatorilor, microeconomie, drepturile de autor, analiza datelor de mari dimensiuni, dezvoltarea WEB etc. Cursul conceput va fi pus în practică de universitățile participante la diferite programe de studii. Versatilitatea competențelor dobândite ca urmare a studierii marketing-ului determină o gamă vastă de oportunități pentru cariera profesională: aceasta deschide calea pentru angajarea în numeroase domenii și șansa de a alege între cariere diverse. Deținerea de competențe de marketing oferă șansa de a lucra pentru un an în industrie, ceea ce asigură o experiență prețioasă în derularea de activități de marketing în viața reală și facilitează activități personale de învățare pe întreg parcursul vieții.

Ulterior colectării informațiilor și datelor necesare, Echipa de Proiect pentru Dezvoltarea și localizarea planului de învățământ și dezvoltarea de materiale pentru e-learning va recomanda:

- Volum de lucru constând în crearea modulelor 4-5 ECTS;
- Limba modulului - engleză (limba națională - ca opțiune adăugată);
- Nivelul de competențe dezvoltate: Avansat - Foarte specializat (nivelurile 5-8 referitor la Cadrul privind Competențele Digitale pentru Cetățeni 2.1);
- **Concentrarea pe competențele curente** necesare pentru specialiștii în marketing digital, care este posibil să se împartă în 2 grupuri principale (competențe de marketing de bază; competențe de marketing digital):

Tabelul 5. Competențe recomandate de dezvoltat necesare pentru specialiștii în marketing digital

Competențe de dezvoltat necesare specialiștilor în marketing digital	Grup de competențe
Înțelegerea personalităților clienților și a nevoilor acestora	Competențe de marketing de bază
Comunicare optimă	
Creativitate strategică	
Conceperea și punerea în execuție a campaniilor de fidelizare, păstrare și privind satisfacția clienților	
Fidelizarea clienților	
Strategie digitală	Competențe de marketing digital
Managementul experienței on-line	
Analiză economică și suport decizional (Business Intelligence)	
Vizare & Optimizare	
Utilizabilitate / Design	

- **Concentrarea pe competențele profesionale actuale** necesare specialiștilor în marketing digital care, în mod condiționat, se pot împărți în două grupuri: competențe profesionale adaptate nevoilor marketing-ului digital și competențe profesionale create pentru nevoile marketing-ului digital (a se consulta Tabelul 6)

Tabelul 6. Competențe profesionale recomandate de dezvoltat necesare specialiștilor în marketing digital

Competențe profesionale de dezvoltat necesare specialiștilor în marketing digital	Grup de competențe profesionale
Excel	Competențe profesionale adaptate nevoilor marketing-ului digital
CRM	
Crearea și gestionarea de echipe care se ocupă de calitatea serviciilor oferite clienților	
Marketing prin mediile sociale	Competențe profesionale create pentru nevoile marketing-ului digital
Digital Analytics	
Marketing Mobil	
Marketing folosind motoarele de căutare (Search Engine Marketing - SEM)	



Competențe profesionale de dezvoltat necesare specialiștilor în marketing digital	Grup de competențe profesionale
Optimizarea motoarelor de căutare (Search Engine Optimization - SEO)	
Video-Marketing	
E-mail-Marketing	

- **Grupuri țintă recomandate pentru punerea în aplicare a materialelor de învățare** care este posibil să trebuiască să fie împărțite în trei grupuri în funcție de tipurile de activități profesionale: specialiști, directori, date analitice (Tabelul 7).

Tabelul 7. Grupuri țintă recomandate pentru punerea în aplicare a materialelor de învățare

Funcții profesionale	Tip de activitate (funcții)
Specialist în mijloacele de socializare	Specialist în domeniu
Specialist informații e-marketing	
Specialist în cercetare on-line	
Designer web e-marketing	
Administrator dezvoltare mijloace de socializare	Management
Director conținut de marketing on-line	
Director de proiect e-marketing	
Director Indici de cuantificare de marketing	
Expert în analiza web /analiză date	Analiză date
Expert în Analiză economică și suport decizional (Business Intelligence)	
Analiză piață	

- **Tipurile recomandate părților interesate pentru dezvoltarea și implementarea materialelor de învățare** este posibil să trebuiască să se împartă în două grupuri: activități tradiționale de afaceri care adaptează soluțiile de marketing digital; afaceri bazate pe marketing digital (Tabelul 8)

Tabelul 8. Grupuri țintă recomandate pentru implementarea de materiale de învățare

Părți interesate	Tipuri de părți interesare
Departamentul vânzări on-line și marketing (în societăți de afaceri)	Activități tradiționale de afaceri care adaptează soluțiile de marketing digital
Agenții de publicitate	
Societăți de servicii de analiză de piață	
Societăți de comunicare e-marketing și prin internet	Afaceri bazate pe marketing digital
Societăți media și tehnologie	
Organizații care se ocupă de conținutul pe internet la nivel internațional	

Recomandările oferite vor fi utilizare pentru conceperea de materiale de învățare (crearea unui modul de formare DMC), activități de proiect asociate IO2.