



FACULTATEA de

**FILOSOFIE ȘI ȘTIINȚE SOCIAL-POLITICE**

## **PROGRAM MANAGERIAL**

**pentru funcția de director al Departamentului de Științe ale Comunicării  
și Relații Publice, Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice,  
Universitatea «Alexandru Ioan Cuza» din Iași**

**2024-2029**

**Conf.univ. dr. Gerard-Leonid STAN**

**UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” din IAȘI**

## Cuprins

<b>1.Valori fundamentale</b>	<b>3</b>
<b>2.Obiective strategice</b>	<b>4</b>
<b>3.Obiective specifice</b>	<b>5</b>
<b>3.1.Ofertă educațională și obiective didactice</b>	<b>5</b>
<b>3.2.Studentii și creșterea gradului de <i>engagement</i> instituțional</b>	<b>8</b>
<b>3.3.Cercetarea științifică</b>	<b>11</b>
<b>3.4.Baza materială a departamentului</b>	<b>12</b>
<b>3.5.Imaginea publică a departamentului: brandul de departament și strategii de comunicare</b>	<b>13</b>
<b>6.Concluzii</b>	<b>14</b>

Candidatura pentru funcția de director al Departamentului de Științe ale Comunicării și Relații Publice mi-o depun după 34 de ani de activitate în Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice (cinci ani în calitate de student și douăzeci și nouă de ani în calitate de cadru didactic), după un parcurs administrativ de 4 ani în care mi-am asumat funcția de director al Departamentului (2012-2016), și este ghidată de patru valori fundamentale – *libertate academică, transparență decizională, consens, cooperare* - și de o serie de obiective strategice – *consolidarea Departamentului de Științe ale Comunicării, climat decizional echilibrat, engagement sporit, consolidarea performanței științifice a membrilor departamentului*.

## **1.Valori fundamentale**

**1.1. Libertatea academică.** Fiecare membru al departamentului este liber să-și cultive așa cum crede de cuviință propriile valori și interese de cunoaștere, atâta timp cât sunt în concordanță cu valorile și misiunea Universității și Facultății, este liber să-și stabilească propriile direcții de cercetare și să-și publice în ce format crede de cuviință rezultatele cercetărilor, fără a putea fi constrâns în vreun fel sau altul, fără a fi ghidat prin indicații sau sugestii prețioase, fără a fi condiționat în vreun fel de „interesele superioare” ale departamentului sau facultății. În plus, fiecare membru al departamentului are libertatea, garantată de lege, de a candida pentru orice fel de funcție în cadrul departamentului, facultății sau universității, fără a primi vreun fel de acord sau binecuvântare din partea conducerii departamentului. Mai mult, sunt convins că libertatea academică devine o stare de fapt atunci când există respect reciproc între membrii comunității academice și respect pentru opțiunile didactico-epistemice ale fiecărui coleg (atâta timp cât sunt în acord cu legislația existentă, *Codul de etică și deontologie universitară și Carta Universității*).

**1.2. Transparența deciziilor.** Orice decizie privind problemele administrative, didactice sau pe linie științifică ale departamentului va fi luată pe baza unor informații accesibile tuturor membrilor departamentului, pe baza unei analize comune a implicațiilor și consecințelor actului decizional. Pe lângă obligația *legală* privind transparența decizională (art. 3, alin 1, litera o) din legea 199/2023), cred că *transparența decizională*

este și o obligație de ordin *moral*, reprezentând și sursa încrederii și respectului între membrii oricărui grup sau colectiv.

**1.3. Consensul în problemele fundamentale.** Orice decizie privind problemele fundamentale ale departamentului (înființarea unor noi programe de învățământ, oportunitatea scoaterii la concurs a unor posturi didactice, etc.) va fi luată doar prin acordul tuturor membrilor departamentului. Aceasta înseamnă că, în luarea deciziilor fundamentale, voi ține cont de opiniile fiecărui membru al departamentului și voi negocia cu fiecare membru al Departamentului până când soluția finală a problemei discutate va fi agreată de toți membrii Departamentului.

**1.4. Cooperare cu celelalte departamente din FSSP și din Universitate.** Departamentul nostru are, în mod tradițional, relații bune, de colaborare didactică și științifică, cu celelalte departamente din facultate și cu unele departamente din Universitate. Mă voi strădui să aduc un plus de transparență acestor relații și să dezvolt unele noi, negociind cu directorii de departament noi oportunități de colaborare didactică și științifică.

## **2. Obiective strategice**

**2.1. Consolidarea colectivului Departamentului de Științe ale Comunicării** prin creșterea numărului de angajați și diversificarea ofertei educaționale, sprijin total acordat fiecărui membru al departamentului în dezvoltarea sa personală și profesională, îmbunătățirea și eficientizarea relațiilor de colaborare pe linie didactică și științifică între membrii departamentului, creșterea gradului de colaborare cu colegi din departamente similare din țară, creșterea gradului de *engagement* față de valorile și principiile agreate de toți membrii departamentului, o mai bună conturare a relațiilor cu celelalte departamente din facultate și universitate.

**2.2. Asigurarea unui climat decizional echilibrat și transparent** prin expunerea clară a tuturor informațiilor privind problemele aflate în discuție, prin participarea tuturor membrilor Departamentului la discuțiile preliminare luării deciziilor, prin excluderea oricăror rațiuni exterioare sferei de interese ale departamentului în luarea deciziilor, prin excluderea oricăror rațiuni strict personale sau de mini-grup în luarea

deciziilor. *Deciziile care vizează aspecte fundamentale ale funcționării și dezvoltării departamentului vor fi luate totdeauna prin unanimitate.* Prin transparență și participarea tuturor membrilor departamentului la procesul deliberativ și decizional se poate elimina orice sursă de arbitrar decizional. În același timp, prin **distribuirea clară a sarcinilor** în interiorul departamentului, susțin **un sistem distribuit al deciziei** în chestiuni tehnice, precise, punctuale.

**2.3. Creșterea gradului de *engagement* al studenților** față de departament, facultate și valorile pe care acestea le îmbrățișează și promovează. Prin creșterea gradului de *engagement* al studenților se poate asigura: continuitatea și ritmul susținut al activităților lor școlare, implicarea acestora în activități extrașcolare, de voluntariat și științifice, scăderea ratei de abandon școlar și creșterea procentului celor care vor continua studiile de master prin programele propuse de departamentul nostru.

**2.4. Consolidarea și creșterea performanței științifice a departamentului** la nivel local, național și internațional prin inițierea și sprijinirea unor proiecte de cercetare științifică, prin participare la conferințe și prin publicații în reviste de specialitate, volume colective sau volume de autor. Cred că performanța științifică înseamnă mai degrabă interese reale de cunoaștere urmărite pe termen lung, decât rezultate care pot fi rapid consemnate și raportate, dar cele două atitudini cu privire la finalitatea activității de cercetare științifică (care, deseori, se regăsesc simultan în unul și același cercetător) sunt mai degrabă complementare, decât antagoniste.

### **3.Obiective specifice**

Îndeplinirea efectivă a obiectivelor strategice enumerate mai sus o văd posibilă prin urmărirea și îndeplinirea efectivă a următoarelor obiective specifice:

#### **3.1.Ofertă educațională și obiective didactice**

**3.1.1. Ofertă educațională diversificată pentru ciclul de licență.** Diversificarea ofertei educaționale la nivelul ciclului de licență și, implicit, creșterea numărului de

studenți, prin înființarea unui nou program de studii cu specializarea *Publicitate* (sau a unei alte specializări, convenită de toți membrii Departamentului).

**3.1.2. Ofertă educațională diversificată pentru ciclul de master.** Diversificarea ofertei educaționale la nivelul ciclului de masterat și, implicit, creșterea numărului de masteranzi, prin înființarea unui nou program de studii cu specializarea *Comunicare digitală* (sau a unei alte specializări, agreate de toți membrii departamentului).

**3.1.3. Planuri de învățământ.** Actualizarea planurilor de învățământ în conformitate cu patru serii de constrângeri: preocupările științifice ale membrilor departamentului, cerințele mediului de afaceri, opțiunile studenților/masteranzilor și constrângerile ARACIS.

**3.1.4. Resurse umane.** Atragerea unor noi tineri cercetători, doctori în științele comunicării sau doctoranzi, pentru ocuparea unor posturi vacante din Departamentul de Științe ale Comunicării. Asigurarea continuității și a dezvoltării departamentului nostru este strâns legată de asigurarea unei resurse umane de calitate, suficientă și sub raport numeric.

**3.1.5. Colaborarea cu profesioniști din domeniul comunicării.** Atragerea unor noi profesioniști din mediul de afaceri ieșean (evident, dintre cei cu preocupări academice) pentru realizarea unor întâlniri periodice cu studenții și membrii departamentului, dar și pentru externalizarea unor cursuri și seminare (cele preponderent aplicative, care presupun cunoștințe și abilități practice). Este de înțeles, totdeauna vor avea prioritate membrii departamentului în acoperirea disciplinelor din planul de învățământ, dar cred că o serie de noi discipline aplicative (un curs de Google Ads, de pildă) nu pot fi realizate la standarde ridicate decât de practicieni din domeniu.

**3.1.6. Manuale pentru studenți.** Elaborarea unor manuale, centrate pe anumite teme fundamentale aparținând disciplinelor de bază (Relații Publice, Publicitate, Propagandă, Sistemul media și New Media, Comunicare interpersonală, Semiotică, etc.) pentru a oferi studenților care se pregătesc pentru examene, dar în special pentru proba teoretică a examenului de licență, un suport pentru învățare actual, coerent și avizat.

**3.1.7. Tematică examenului de licență.** Actualizarea tematicii și bibliografiei pentru proba teoretică a examenului de licență, astfel încât să fie cuprinse o serie de

subiecte esențiale pentru bagajul de cunoștințe ale unui absolvent de Științele ale Comunicării, dar care nu se regăsesc în actuala tematică, construită pe criterii disciplinare.

**3.1.8. Fișele disciplinelor.** Analiza în cadrul ședințelor de departament a fișelor disciplinelor pentru cursurile nou introduse astfel încât, printr-un efort comun, să poată fi identificate obiectivele potrivite, conținutul optim și bibliografia esențială necesară.

**3.1.9. Practica studenților.** Acordarea în continuare unei atenții deosebite activității de practică a studenților în vederea formării unor bune deprinderi și abilități profesionale; împreună cu profesorul responsabil de practică, voi depune eforturi pentru extinderea și diversificarea portofoliului partenerilor de practică.

**3.1.10. Tutoriat.** Creșterea calitativă și cantitativă a activităților de *tutoriat* pentru prevenirea dificultăților ce se ivesc odată cu schimbarea mediului social aferentă începutului studiilor universitare, a abandonului școlar și a problemelor de comunicare și relaționare dintre studenți sau dintre studenți și cadrele didactice.

**3.1.11. Activitate didactică online.** Creșterea atractivității programelor de *masterat* (în viitorul apropiat, sper să existe cel puțin două!) prin realizarea efectivă a cursurilor și seminarelor permise de normele ARACIS în format online.

**3.1.12. Baza materială pentru activități didactice specifice.** Lărgirea bazei materiale a departamentului nostru prin achiziționarea de camere foto, video și a softurilor necesare procesării materialelor jurnalistice, de relații publice și publicitate; crearea unei **biblioteci electronice de uz intern**, astfel încât cărțile și articolele utilizate în procesul didactic să fie imediat accesibile studenților și masteranzilor.

**3.3.13. Managementul calității.** Urmărirea îmbunătățirii permanente a calității actului educațional prin luarea în calcul a feedback-ului primit de la studenți cu privire la disciplinele studiate, prin colaborarea cu mediul de afaceri, prin actualizarea permanentă a conținuturilor predate și discutate la cursuri și seminare, prin corelarea permanentă a activităților noastre cu standardele ARACIS, etc.

**3.1.14. Colaborare cu alte departamente și facultăți.** Creșterea gradului de colaborare între Departamentul de Științe ale Comunicării și alte departamente sau facultăți din cadrul Universității. Acest lucru s-ar putea concretiza în includerea suplimentară în planul de învățământ a unor discipline care ar putea fi realizate colegi de la alte departament și facultăți, dar și prin includerea în planurile de învățământ ale altor

departamente a unor cursuri oferite de departamentul nostru. Acest proces de colaborare se derulează deja, dar poate fi dezvoltat și mai bine administrat.

### **3.2. Studenții și creșterea gradului de *engagement* instituțional**

**3.2.1. Orientare și integrare:** organizarea de evenimente de orientare și integrare, în special la începutul anului universitar, poate ajuta studenții să se simtă bineveniți și să se familiarizeze cu campusul și resursele instituționale disponibile.

**3.2.2. Comunicare continuă și transparentă; crearea unei atmosfere deschise și prietenoase:** inițierea și menținerea unui proces de comunicare direct și regulat cu studenții în mediul online (e-mail, anunțuri pe site-ul facultății și pe conturile departamentului de pe rețelele de socializare), cât și prin întâlniri periodice *față în față*, cu privire la evenimente științifice, proiecte de cercetare, stagii în universități partenere din străinătate; unele aspecte ale activităților didactice, oportunități de voluntariat și alte activități relevante.

**3.2.3. Implicarea studenților în activitățile departamentului:** implicarea mai consistentă a studenților în planificarea și organizarea de evenimente științifice și profesionale organizate de Departament, în revizuirea planurilor de învățământ, în realizarea unor proiecte de cercetare științifică; implicarea studenților în proiecte de cercetare care au impact real în industrie sau comunitate poate crește motivația și gradul lor de *engagement* instituțional.

**3.2.4. Dezvoltarea activității de mentorat și consiliere:** acordarea de sprijin academic și profesional studenților și masteranzilor, încurajarea lor să participe la proiecte de cercetare, ghidarea în dezvoltarea lor personală, științifică și profesională, facilitarea rezolvării unor posibile divergențe între studenți sau între unii studenți și unele cadre didactice.

**3.2.5. Evenimente sociale, culturale și de networking:** inițierea și organizarea de evenimente socio-profesionale, precum serile devoratorilor de publicitate, conferințe sau întâlniri cu profesioniști din domeniul Comunicării, la care să participe studenți și masteranzi **din toți anii**. Asemenea evenimente pot fi o bună ocazie pentru ca studenții și



masteranzii din ani diferiți să se cunoască, să interacționeze și să-și identifice afinități culturale și profesionale.

**3.2.6. Colaborarea cu mediul de afaceri și promovarea oportunităților de voluntariat, practică și joburi:** în calitate de director de departament, printr-un contact permanent cu mediul de afaceri ieșean (în special, cu foștii absolvenți, care activează deja în industria comunicării), mă voi strădui să facilitez accesul studenților la activități de voluntariat, la stagii de practică cu standarde de calitate ridicate, la activități de internship și colaborări cu organizații relevante din industrie, la joburi vacante din domeniu.

**3.2.7. Feedback și evaluare constantă:** în calitate de director de departament, voi solicita în mod constant de la studenți și masteranzifedback cu privire la cursuri, profesori și alte aspecte ale experienței lor universitare. Mă voi strădui ca feedback-ul astfel obținut să fie luat în considerare în procesul de proiectare a activităților didactice, de elaborare a documentelor interne și de organizare a activităților Departamentului.

**3.2.8. Stagii Erasmus+:** Informarea, încurajarea și sprijinirea studenților și masteranzilor de a efectua stagii de practică și învățare în Universitățile partenere prin programele UE Erasmus+.

**3.2.9. Recunoașterea și recompensarea excelenței:** inițierea unor mecanisme de recunoaștere și recompensare a excelenței academice, a implicării în activități extracurriculare și a contribuției la întărirea sentimentului comunitar la nivelul specializărilor noastre și la nivelul facultății. Acest mecanism poate fi format și implementat prin intermediul acordării unor premii, a unor recompense profesionale (facilitarea unui internship la o firmă valoroasă, de pildă) sau alte forme de apreciere. Acest lucru poate stimula competiția sănătoasă și îi poate motiva pe studenți să se implice mai mult în activitățile academice și profesionale.

**3.2.10. Program de mentorat între studenți:** cu acordul studenților, voi iniția și sprijini un program de mentorat, în care studenții mai avansați sau absolvenți ai ciclului de licență să îi sprijine pe cei aflați la început, sau inițierea unor grupuri de învățare și de realizare a proiectelor (pentru diferite materii); acest tip de interacțiune între studenți poate crea o legătură puternică între aceștia și îi poate ajuta să se simtă parte a comunității studenților de la Comunicare,

**3.2.11. Bibliotecă de științe ale comunicării la care studenții să poată avea acces direct.** Identificarea unor instrumente financiare cu ajutorul cărora să mărim numărul și calitatea cărților existente în mica bibliotecă a Departamentului nostru astfel încât să putem oferi studenților noștri un acces imediat și neproblematic la acest fond de carte.

**3.2.12. Evenimente tematice și conferințe dedicate studenților și masteranzilor:** organizarea de evenimente tematice, întâlniri cu profesioniști, conferințe științifice, simpozioane sau workshop-uri, care să fie relevante pentru domeniul comunicării. Acestea pot atrage interesul studenților și îi pot motiva să participe, reușind astfel să-și cultive și dezvolte preocupările și interesele științifice și profesionale.

**3.2.13. Organizații studențești:** Sprijinirea și încurajarea studenților pentru a se integra și activa în organizațiile studențești existente, *PRIME* și *Liga Studenților*. Acordarea întregului sprijin necesar pentru ca organizațiile studențești să-și poată desfășura activitățile și să-și poată îndeplini obiectivele stabilite. Cred că acest lucru va spori coeziunea între studenți, fiind unul dintre motoarele care poate genera și întreține o reală comunitate a studenților de la CRP și care poate accentua sentimentul identității și apartenenței instituționale.

**3.2.14. Studenții cu nevoi speciale.** Identificarea și sprijinirea activă a studenților cu nevoi speciale astfel încât aceștia să se bucure de binefacerile unui mediu incluziv, tolerant, bazat pe principiile colegialității și sprijinului reciproc.

**3.2.15. Participarea la conferințe și evenimente externe:** Încurajarea și sprijinirea studenților/masteranzilor/doctoranzilor să participe la conferințe naționale, workshop-uri sau alte evenimente din domeniul Științelor Comunicării care ar putea să le extindă orizonturile științifice și profesionale, care ar putea să îi inspire.

**3.2.16. Publicarea de articole științifice în revistele departamentului.** Integrarea masteranzilor și doctoranzilor în grupuri și colective de cercetare, dar și în activitatea de cercetare și redactare a unor articole științifice, care să fie publicate în *Analele Universității* (Seria Comunicare) sau în revista *Argumentum* (evident, dacă articolele vor fi selectate).

**3.2.17. Alumi.** Crearea unui cadru organizatoric (o fundație, de pildă) care să faciliteze un contact permanent, colaborarea profesională și științifică cu absolvenții

programele noastre de licență și masterat, dar și urmărirea carierei profesionale a absolvenților noștri.

Sunt convins că aceste măsuri pot contribui decisiv la generarea unei experiențe academice complexe și autentice, la susținerea și dezvoltarea sentimentului de apartenență la Facultate.

### 3.3.Cercetarea științifică

Cred că cercetarea științifică este o rezultată a cultivării dezinteresate a anumitor interese reale de cunoaștere, o rezultată a căutării dezinteresate de soluții la probleme ale lumii complexe în care trăim; rezultatele cunoașterii se concretizează în realizări substanțiale privind fondul chestiunii, ce marchează o apropiere de adevăr, iar nu doar forma ei, având însă calitatea de a putea fi raportate. Înțeleg cercetarea științifică ca pe o rezultată a libertății academice și ca pe o apropiere naturală de analiza și clarificarea anumitor probleme, relevante pentru un cercetător sau pentru o anumită comunitate epistemică. În departamentul nostru există o tradiție sănătoasă a cercetării științifice, ca dovadă numeroasele cărți și articole științifice valoroase, publicate în reviste importante și la edituri de prestigiu. Printre obiectivele privind cercetarea științifică pe care mi le propun sunt următoarele:

**3.3.1.** Crearea unor echipe formate din 2-3 membri pentru editarea unor **tratate (manuale) științifice** pentru disciplinele de bază ale specializărilor noastre astfel încât să înlesnim pregătirea studenților pentru examenele din sesiune și pentru cele de la licență;

**3.3.2. Revigorarea Analelor.** Universității Al. I. Cuza, Seria de Științe ale Comunicării pentru a oferi studenților, masteranzilor și doctoranzilor, și nu numai lor, oportunitatea de a publica cercetările realizate; în paralel, voi susține demersurile necesare pentru indexarea *Analelor* în noi baze de date.

**3.3.3.** Organizarea anuală a unor **conferințe naționale** (și cu participare internațională) pe teme actuale din sfera Științelor Comunicării destinate cadrelor didactice, dar și a unor conferințe naționale anuale destinate studenților, masteranzilor și doctoranzilor, care să aibă drept finalitate publicarea unor volume ale conferințelor la

Editura Universității Al. I. Cuza sau a unor numere speciale ale **Analelor** Universității Al. I. Cuza, Seria de Științe ale Comunicării.

**3.3.4.** Susținerea formării unor echipe de cercetători (cercetători din Departament, în parteneriat, eventual, cu cercetători externi) care să aplice pentru obținerea de finanțări interne (propuse prin programul managerial al rectorului) și naționale (sau internaționale) pentru diferite proiecte de cercetare științifică.

**3.3.5.** Susținerea formării de echipe de cercetători (cercetători din departament, în parteneriat, eventual, cu cercetători externi) care să lucreze pentru realizarea unor cercetări științifice, care, în cele din urmă, să se soldeze cu publicarea unor articole științifice în reviste de specialitate prestigioase.

**3.3.6.** Promovarea rezultatelor științifice obținute de membrii departamentului pe site-ul propriu, pe site-ul Facultății, dar și pe conturile departamentului de pe diversele rețele de socializare.

#### **4.5. Baza materială a departamentului**

Din păcate, baza materială a Departamentului nostru este departe de a fi una mulțumitoare; la această stare de lucruri a condus, în mare măsură, faptul că Departamentul nu posedă un buget propriu, cu care să-și rezolve problemele interne care necesită investiții financiare. Voi negocia accesul neîngrădit la noul laborator mass-media (B251) astfel încât disciplinele care au nevoie de calculator și monitor pentru studenți să poată fi desfășurate în acest spațiu. Mai mult, voi verifica măsura în care mai vechile achiziții realizate de departamentul nostru (două camere video, o cameră foto, kit-ul de lumină) mai pot fi utilizate, dacă necesită reparații sau trebuie casate. În paralel, în urma consultării cu cadrele didactice care predau disciplinele aplicativ-practice, voi începe demersurile pentru achiziționarea a două noi camere video, a două camere foto performante, a unui kit lumină, a softurilor necesare pentru prelucrare foto-video. Sper să primim susținerea necesară din partea conducerii facultății.

În altă ordine de idei, voi solicita conducerii facultății alocarea unor spații de lucru suplimentare pentru membrii departamentului nostru astfel încât consultațiile și alte activități care presupun prezența studenților/masteranzilor/doctoranzilor să se poată

desfășura în aceste noi spații. În felul acesta, va fi evitată suprapunerea sau interferența cu alte activități pe care membrii departamentului nostru le desfășoară în spațiul actual.

#### **4.6. Imaginea publică a departamentului. Brandul de departament și strategii de comunicare publică**

**4.6.1.** Inițierea unor dezbateri privind **redenumirea departamentului nostru**. Actuala denumire a departamentului ne condamnă să legăm specializarea ciclului de licență doar Relațiile Publice. Înființarea unui nou ciclu de licență – de Publicitate, de pildă – sub actuala denumire a departamentului ar fi o imposibilitate, din perspectiva constrângerilor de naming.

**4.6.2.** Construcția unei **identități vizuale** (și nu numai) complete și coerente a Departamentului prin resurse interne (în special prin implicarea masteranzilor de la RPP).

**4.6.3.** Construcția unui site al departamentului, distinct de site-ul FSSP.\*

**4.6.4.** Menținerea aceleiași preocupări pentru conținutul de calitate al postărilor din conturile din *social media* ale departamentului nostru.

**4.6.5.** Utilizarea mai eficientă a rețelelor de socializare pentru comunicare.

**4.6.6.** Implicarea mai eficientă a studenților, masteranzilor și organizațiilor studențești în promovarea ofertelor educaționale ale departamentului nostru.

## 5.Concluzii

Pentru a ne realiza misiunea cuprinsă în principiile expuse la începutul acestui plan managerial, dar și a obiectivelor mai concrete prezentate, cred cu tărie că este necesar să lucrăm împreună, ca o veritabilă echipă, lăsând totuși fiecăruia dintre noi libertatea de a decide, după propriile principii și valori, în ce mod concret va acționa pentru atingerea obiectivelor comunității noastre academice. Cred cu tărie că **menținerea unei curiozități epistemice vii, libertatea academică, comunicarea continuă, un management echilibrat, bazat pe decizii transparente și deschiderea autentică față de nevoile colegilor** pot îmbunătăți simțitor activitatea noastră profesională, putând conduce la îmbunătățirea ofertei noastre educaționale și la îmbunătățirea rezultatelor științifice obținute de membrii departamentului nostru.

Iași, 14.06.2024

Conf.univ.dr. Gerard-Leonid Stan

