



Nr. 35 /15.07. 2010

## **Prima reuniune a Consiliului de Dezvoltare Instituțională (CDI) la USAMV Cluj-Napoca**

Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară (USAMV) Cluj-Napoca a găzduit săptămâna aceasta prima reuniune a Consiliul de Dezvoltare Instituțională (CDI). Alături de conducerea USAMV Cluj-Napoca reprezentată de către Rectorul universității, Dl. Prof. dr. Doru Pamfil și Președintele acesteia, Dl. Prof. dr. Liviu Al. Mărghitaș, au participat la discuții personalități clujene și manageri ai unor mari companii și profesori de elită din străinătate:

Prof.dr. D.H.C. André Théwis – Fost rector Universitatea Liège-Gembloux, Belgia

Prof.dr. Sorin Apostu – Primarul Municipiului Cluj-Napoca

Dr.ing. Ioan Popa – Director General S.C. TRANSAVIA S.A, Alba Iulia

Prof. H.C. Karl-Heinz Knoop – Firma RIELA, Germania

Claudiu Coșier – Director General Agenția de Dezvoltare Regională Nord-Vest, Cluj

Dan Păucean – Director General S.C. URSUS Breweries S.A, Cluj-Napoca

CDI și-a propus să găsească cele mai eficiente căi de abordare și soluționare a noilor provocări cu care se confruntă învățământul superior în general, respectiv cel agricol în special.



CDI s-a întrunit cu scopul de a dezbate strategiile de dezvoltare ale USAMV pe termen scurt, mediu și lung, strategii care se impun în contextul economic, social și politic actual.

Cele mai importante aspecte dezbătute în cadrul ședinței au fost:

- Importanța și necesitatea practicii studenților ca element esențial în pregătirea profesională a acestora. În acest context, USAMV beneficiază de condiții de excepție (Departamentul de practică înființat recent, Sistemul de practică permanentă în cadrul Fermei Cojocna, centre de practică în cadrul unor companii mari)
- Necesitatea examenului de admitere în universitate.
- Valoarea noțiunii de „competitivitate” în cadrul universității
- Universitatea trebuie să ia în considerare cerințele mediului de afaceri din România
- Dezbateri privind schimbarea numelui universității în „Universitate pentru Științele Vieții” ca strategie de marketing și din dorința de a realiza o schimbare a filosofiei, posibilă variantă de strategie de viitor. Dezbateri privind modul în care angajatorii ar reacționa la această schimbare (păreri pro și contra) - Schimbarea numelui universității din Gembloux, de exemplu, a avut un efect pozitiv din punct de vedere al atractivității pentru studenți
- Importanța convingerii managerilor firmelor multinaționale asupra avantajelor pe care le-ar putea obține dacă ar apela la universități din România, realizarea unei colaborări între firmele multinaționale și centrele de cercetare din cadrul universităților. Necesitatea



dobândirii unei recunoașteri internaționale a calității universității, această recunoaștere fiind cerută de către firmele multinaționale

- Importanța păstrării caracterului ingineresc, creșterea numărului de brevete, crearea de societăți comerciale
- Însemnătatea pregătirii specialiștilor, necesitatea realizării unor cursuri de management, din dorința de a forma manageri care să știe „să conducă oameni”, să relaționeze eficient cu subalternii. Cursurile de management trebuie să se regăsească și în universitățile tehnice.
- Performanța studenților - problemă centrală; posibilitatea de a măsura calitatea studenților, importanța calității
- Problema finanțării în funcție de numărul de studenți. Finanțarea ar trebui să se realizeze în funcție de performanță nu după numărul de studenți.
- Deschiderea înspre țările din Sud
- Importanța măsurării satisfacției studenților
- În România ar trebui să se acorde o importanță mai mare învățării continue (“lifelong learning”)

Departamentul de Imagine  
USAMV Cluj-Napoca