

## RAPORT ASUPRA ACTIVITĂȚII CENTRULUI DE IMAGINE ȘI MARKETING

2024

	Nume și prenume	Funcția	Data	Semnătura
<b>ELABORAT</b>	Lect. univ. dr. Mucea Bogdan	Director Centrul de Imagine și Marketing	22.01.2025	
<b>AVIZAT</b>	Conf. univ. dr. Marina Viorel Lucian	Prorector	27.01.2025	
	Prof. univ. dr. Popa Ioan Lucian	Prorector	27.01.2025	
	Conf.univ.dr. Bărbuleț Gabriel	Președinte Comisia pentru învățământ, evaluarea calității, strategii, dezvoltare și promovare instituțională	28.01.2025	

Principala misiune a CENTRULUI DE IMAGINE ȘI MARKETING (CIM) a vizat și în anul 2024 asigurarea și creșterea vizibilității și atractivității Universității pe plan național și internațional, prin aplicarea unei politici dinamice și constructive cu privire la **informarea, atragerea, recrutarea și admiterea studenților** (români și internaționali) la programele de studiu ale UAB și la **îmbunătățirea vizibilității instituționale, prin promovarea profesionistă a imaginii Universității.**

Activitățile CIM s-au desfășurat, și în anul 2024, cu asumarea responsabilităților fundamentale și a deontologiei profesionale, deopotrivă în strategia de comunicare și în elaborarea principiilor marketingului universitar: adaptarea responsabilă la noile trenduri în marketingul de specialitate, respectarea unei politici corecte, transparente și eficiente în comunicarea (formală și informală) a tuturor aspectelor legate de calitatea activității instituționale și aplicarea unui marketing empatic, convingător, pertinent, bazat pe atractivitate câștigată prin onestitatea prezentărilor-suport ale brandului academic reprezentat de UAB.

Ca structură internă, CENTRUL DE IMAGINE ȘI MARKETING se află în subordinea Prorectorilor de resort, Conf. univ. dr. Marina Viorel Lucian și Prof. univ. dr. Popa Ioan Lucian, este

condus de către Lect. univ. dr. Mucea Bogdan (în calitate de director) și funcționează cu 2 angajați: Mădălin Ordean (informatician) și Cosmina Mureșan (specialist marketing). Și în acest an, CIM a beneficiat permanent de sprijinul a numeroși colegi din toate departamentele și structurile UAB (în special LSUA, FSE și CICOC), dar și al voluntarilor UAB, organizați de aceste structuri sau Directorul CIM, Mucea Bogdan.

## PRINCIPALELE DIRECȚII DE ACȚIUNE ȘI REZULTATELE OBTINUTE DE CENTRUL DE IMAGINE ȘI MARKETING

### 1. Activități de elaborare, actualizare și diseminare a materialelor de promovare a imaginii UAB

Materialele specifice de informare a comunității au fost diversificate în funcție de adresabilitate și de tipul de eveniment căruia i-au fost destinate un interes aparte s-a acordat design-ului tuturor materialelor de promovare a imaginii UAB și promovării online, așa încât acestea să corespundă valorilor brandului (atât ca mesaj, tematică și proiecție vizuală, cât și ca finalitate grafică): calitatea procesului educațional, mediul plăcut pentru muncă și învățare, învățământul centrat pe student, mesaje informative eficiente, persuasive, empaticе.

Menționăm câteva dintre cele mai importante activități derulate în cadrul Centrului de Imagine și Marketing, în vederea promovării imaginii UAB:

- ◆ proiectarea și gestionarea procesului de achiziție și realizare a **materialelor de promovare personalizate** în funcție de evenimente, inclusiv pentru conferințele și sesiunile științifice naționale și internaționale organizate în cadrul UAB (*cover-uri și bannere electronice, broșuri, flyere, tricouri și șepci personalizate, hoodies, pixuri, mape, plase protocol, steaguri de interior și de exterior, vitrină de prezentare a materialelor personalizate, standuri mobile pentru activitățile de promovare etc.*), gama de machete grafice elaborate de către Centrul de Imagine și Marketing fiind foarte largă și adaptată, în acest an, la parametrii ceruți de platformele electronice;
- ◆ realizarea și difuzarea pe paginile de *social media* (Facebook, Instagram) a unor materiale foto/video, cu participarea studenților UAB, dedicate evenimentelor de peste an (*Festivitatea de Absolvire a promoției 2024, Festivitatea de deschidere a noului an universitar,*
- ◆ promovarea sesiunilor de admitere (vară 2024 și toamnă 2024) cu preponderență în mediul online și outdoor, ce a ajutat la informarea publicului larg cu privire la oferta educațională a UAB, avantajele de a fi student la UAB, în Alba Iulia și pentru a atrage un număr cât mai mare de noi studenți în cadrul Universității;
- ◆ popularea ritmică și constantă a paginilor de *social media* și a partițiilor specifice din website-ul oficial al Universității cu informații la zi privind activitățile din cadrul UAB;
- ◆ actualizarea tuturor **materialelor de prezentare generală a Universității (tipărite sau în format electronic)**, incluzând facultățile și programele de studii, informații de ultimă oră privind baza materială, campusul universitar, burse și facilități oferite studenților, centre de cercetare, asociații studențești etc.:

- revista „*O Universitate în inima Cetății*” - în limbile română și engleză:

Revista UAB RO

Revista UAB EN

- **Materiale destinate studenților internaționali sau românilor de pretutindeni:**

Prezentare programe de studiu pentru romanii de pretutindeni

Pliant - BA Business Administration

Pliant - BA Computer Science

Pliant - MA Business Administration

Pliant - MA Language and Literature

Pliant An pregatitor de limba romana - EN

Pliant An pregatitor de limba romana - FR

Prezentare pe scurt oferta educationala - EN

- **Materiale cu scop de informare pentru noii sau actualii studenți UAB:**

Ghidul Studentului

Informatii cazare

Restaurant

Biblioteca

◆ conceperea / actualizarea tuturor **materialelor de promovare a ofertei educaționale, adresate direct potențialilor candidați** la programele de licență, masterat și doctorat :

- pliantele și flyerele Admiterii: ex.

Pliant Admitere 2024 (21.03.2024)

◆ realizarea, în cadrul Centrului de Imagine și Marketing, a **serviciilor de fotografiere / filmare** a evenimentelor din cadrul UAB, în colaborare cu parteneri instituționali care au susținut logistic realizarea a numeroase evenimente (Conferința „Managementul carierei” (CICOC), Festivitatea de Absolvire a promoției 2024, Festivitatea de deschidere a anului universitar 2024-2025, conferințele științifice și evenimente culturale din cadrul Facultăților, vizite oficiale și festivități organizate la nivelul Rectoratului etc.);

◆ colaborarea cu departamentele și centrele Universității pentru elaborarea diverselor materiale necesare activității instituționale (diplome, coperti pentru Editură, coperti pentru cursurile profesorilor, coperti cursuri Școala Doctorală, coperti reviste, personalizarea materialelor de acreditate și evaluare instituțională etc.);

◆ actualizarea, în cadrul Centrului de Imagine și Marketing, a diferitelor **baze de date pentru generarea automată a diplomelor, invitațiilor, prezidiilor pentru evenimentele oficiale, legitimațiilor** etc.

## 2. Promovarea ofertei educaționale a UAB

UAB a păstrat, în sesiunile Admiterii 2024, trendul ritmic și constant de creștere, din ultimii ani, a numărului de candidați înscriși și înmatriculați la programele de licență, masterat și doctorat, precum și creșterea considerabilă a numărului candidaților români de pretutindeni și a numărului de studenți internaționali care au ales să studieze la UAB. Echipa Centrului de Imagine și Marketing s-a implicat constant și direct în organizarea tuturor activităților specifice de promovare a ofertei educaționale a UAB, deopotrivă prin activități față-în-față și *online* (sau mixte).

► UAB a participat, cu stand de prezentare, cu sprijinul studenților LSUA, la **TÂRGUL OFERTELOR EDUCAȚIONALE**, organizat în Cetatea Alba Carolina de Consiliul Județean Alba și Inspectoratul Școlar Județean Alba (13-17 mai 2024);



► CIM a pregătit și a furnizat numeroase materiale de promovare pentru toate delegațiile UAB la târgurile educaționale internaționale la care Universitatea a fost reprezentată la nivel de Rectorat sau prin reprezentanți ai Centrului de Relații Internaționale și ai decanatelor.

► Sub directa coordonare a CIM, UAB a reluat seria de evenimente *față-în-față* dedicate elevilor de liceu (dar nu numai), incluzând organizarea de activități itinerante, vizite de studiu sau de documentare, activități remediale, elevii, profesorii și părinții fiind invitați să participe, în campusul universitar, la evenimentele interactive propuse (activități în colaborare cu studenții și cu cadrele didactice, dezbateri, ateliere vocaționale, tururi ghidate și o mulțime de surprize). În acest an, activitățile s-au organizat punctual, în funcție de solicitările primite din teritoriu, de la liceele care au dorit să viziteze Universitatea și să desfășoare activități specifice în instituție (în funcție de programarea săptămânilor destinate unor activități extracurriculare). Remarcăm interesul crescut pentru aceste activități nu doar în rândul elevilor din licee, ci și din școlile gimnaziale și chiar din grădinițe, UAB onorând absolut toate solicitările primite în acest sens și adaptându-și programul la vârsta și la nivelul de pregătire al vizitatorilor.



► Foarte eficiente s-au dovedit a fi numeroasele **vizite ale elevilor în campusul UAB**, în cadrul unor excursii de documentare, în baza unor parteneriate încheiate cu licee sau în urma unor solicitări punctuale din partea unor cadre didactice care au solicitat vizitarea campusului universitar. În cadrul vizitelor, elevii au participat, alături de profesorii însoțitori, de reprezentanți ai studenților și de cadrele universitare, la diferite activități de orientare profesională, de prezentare a activităților specifice învățământului superior și a bazei materiale a UAB, la dezbateri tematice sau concursuri. Le-au fost prezentate oportunități de dezvoltare în carieră, facilitățile oferite studenților UAB, oferta de burse internaționale, viața de student în general etc.

De asemenea, Admiterea 2024 a fost promovată și prin activități desfășurate în Universitate, pe tot parcursul anului, cu elevi de la Colegiul Național „Horea, Cloșca și Crișan” din Alba Iulia, Colegiul Economic din Alba Iulia și Liceul de Arte „Regina Maria” din Alba Iulia, dar și prin distribuirea de materiale de promovare către licee din întreg județul Alba.



► Totalitatea activităților de promovare face-to-face din anul 2024 au crescut, implicit, și numărul de materiale de prezentare și de promovare a ofertei educaționale a UAB, realizate în cadrul UAB și distribuite în format tipărit: pliante de prezentare (aprox. 5000 buc.), flyere cu programele UAB și cu facilitățile oferite studenților (aprox. 2000 buc.), semne de carte marcate cu calendarele celor două sesiuni de Admitere (aprox. 2000 buc.), afișe cu calendarul Admiterii 2024 și cu programele de licență, masterat și doctorat (aprox. 100 buc.), notes-uri personalizate (aprox. 500 buc.), *roll-up*-uri actualizate cu noile denumiri ale facultăților etc.

A fost realizată, în cadrul CIM, o prezentare grafică nouă a tuturor broșurilor, flyerelor, *roll-up*-urilor și afișelor de promovare, cu o temă unitară, prietenoasă și accesibilă ca tip de informații.

► Toate materialele de prezentare (în format electronic sau tipărit) au fost permanent actualizate, în funcție de etapele Admiterii 2024. A fost permanent populat cu informații noi *site-ul UAB - pagina Admiterii*, a fost menținută și frecvent actualizată pagina oficială de *Facebook* a UAB, inclusiv corespondența cu candidații aferentă acesteia, precum și pagina de *Instagram*.



A fost permanent gestionată secțiunea de comentarii și mesaje directe de către CIM, pe toată perioada admiterilor, dar și post-admitere pentru consiliere și informare a noilor studenți.

► S-a realizat publicarea și actualizarea, pe platforma *Admierii online*, a informațiilor privind concursul de Admitere 2024, într-o formă grafică simplă, eficientă și agreabilă. Se remarcă și contribuția Centrului de Imagine și Marketing la pregătirea logistică a activității comisiilor de Admitere, prin realizarea și panotarea materialelor de informare rapidă și plăcută a candidaților cu privire la locațiile Admierii, oportunități, condiții, proceduri etc.



► În cadrul CIM s-au realizat și machete/bannere online cu scopul de a promova sesiunile de admitere în presa online locală și din județele limitrofe, dar și în presa scrisă locală (Ziarul Unirea tipărit); de asemenea, s-a realizat și grafica pentru panouri publicitare outdoor ce au avut ca scop promovarea universității, creșterea notorietății acesteia și prezentarea punctelor tari ale UAB;





limitrofe și din presa națională au devenit nu doar colaboratori, ci și prieteni și parteneri strategici ai UAB, răspunzând, constant, tuturor solicitărilor noastre, cu onestitate, profesionalism și simț civic.

În lunile ianuarie-februarie 2024 s-au derulat procedurile de achiziție a **pachetelor de promovare în media (presă *online*, presă scrisă și TV)**, pentru ambele sesiuni ale ADMITERII 2024. În vederea promovării ofertei educaționale a UAB pentru ADMITEREA 2024, au fost solicitate și propuse spre achiziționare următoarele **pachete publicitare de bază și s-au redactat/realizat/montat efectiv materialele de prezentare:**

**1. Publicarea în format *online*, pe portal de știri din județul ALBA, a următoarelor materiale de promovare:**

-2 articole de prezentare generală a UAB (text + fotografii) cu oferta educațională și alte detalii pentru Admiterea 2024 (specializări, locuri, calendar Admitere etc.) + **postare banner electronic** (aprox. 300x250 pixeli) cu link spre pagina web a Admiterii;

**perioada: mai – septembrie 2024**

**2. Pachet complet de promovare, cu un concept unitar, în *presa scrisă* (ediții print - cotidian județul Alba) + *portal de știri online* (jud. Alba) + post de radio cu acoperire județeană/regională/națională; pachetul va include următoarele:**

- 5 articole de prezentare generală a UAB și a facultăților (text + fotografie) + 2 **machete** cu oferta educațională și alte detalii pentru Admiterea 2024; fiecare dintre materiale va avea alocată ½ **pagină ediția print - publicație cotidiană de știri și informații;**

- 2 articole de prezentare generală a UAB (text + fotografii) cu oferta educațională și alte detalii pentru Admiterea 2024 (specializări, locuri, calendar Admitere etc.);

-**postare banner electronic de promovare** (aprox. 300x250 pixeli) cu link spre pagina web a Admiterii;

- 2 emisiuni radio tip interviu

**perioada: mai-septembrie 2024 (se vor alege ulterior lunile de emisie)**

**3. Publicarea în format *online*, în publicații electronice de știri din județul HUNEDOARA:**

- 2 articole de prezentare generală a Universității și a facultăților (text + album fotografii), cu alte detalii privind Admiterea 2024;

**perioada: mai-septembrie 2024**

**4. Publicare banner electronic cu link spre pagina de Admitere a UAB, în publicații electronice de știri din județul HUNEDOARA:**

- **postare banner** (aprox. 300x250 pixeli) cu link spre pagina web a Admiterii;

**perioada: mai-septembrie 2024**

**Se vor achiziționa servicii separate pentru 2 portaluri de știri din județul Hunedoara.**



**5. Publicarea în format *online*, pe portal *online* de știri din județul CLUJ (Turda) a următorului pachet de promovare:**

- postare banner electronic (aprox. 300x250 pixeli) cu link spre pagina web a Admiterii;

**perioada: mai-septembrie 2024**

**6. Difuzare spot publicitar și emisiuni de prezentare a UAB la posturi de radio regionale / naționale**

- spot audio (aprox. 30-40 sec.), cu difuzare de min. 4 ori / zi

**perioada: mai-septembrie 2024**

**7. Promovare locală prin bannere outdoor amplasate la ieșirile cheie din Alba Iulia**

- bannere amplasate pe panouri publicitare de diferite dimensiuni

**Perioada de promovare: 3 luni, începând cu data de 15 mai**

#### **4. Promovarea activității și a imaginii UAB în comunitate**

Începând cu anul 2022, UAB se numără printre universitățile de top în rankingul internațional *QS EECA – Emerging Europe & Central Asia University Rankings 2022* și se află în cel mai recent clasament *QS World University Rankings pentru Europa* (plasându-se pe poziția 103 în Europa de Est), care urmărește performanța instituțiilor de învățământ superior din țările EECA. Sunt evaluați în total 10 factori, dintre cei care contribuie, într-o anumită proporție, la scorurile generale ale instituțiilor: reputație academică, reputația în rândul angajatorilor, raportul studenți/facultate, numărul de publicații/facultate, internaționalizarea cercetării, impactul website-ului, numărul de cadre didactice cu titlul de doctor, numărul de citări ale publicațiilor cadrelor didactice din universitate, numărul de studenți internaționali/facultate. Acest lucru a responsabilizat și mai mult Centrul de Imagine și Marketing, motivând toți factorii implicați în organizarea unor evenimente de înaltă ținută, care să crească vizibilitatea instituțională.

Pentru întreaga serie de evenimente organizate în cadrul UAB, CIM a fost implicat direct în personalizarea grafică a tuturor materialelor (pagină web dedicată, invitații, materiale de prezentare, mape, roll-up-uri, design săli, grafică pentru coperti, afișe, ecusoane etc.).

Alte câteva activități care au facilitat creșterea vizibilității instituției în comunitatea locală, județeană și națională, organizate cu sprijinul CIM:

- ◆ sprijin în organizarea ***Paradei Absolvenților*** și a ***Festivității de Absolvire a promoției 2024 a UAB***, eveniment desfășurat în Piața Cetății și realizat cu sprijinul Primăriei Alba Iulia și al Consiliului Județean Alba. CIM s-a implicat activ în organizarea efectivă a evenimentelor (regie, colaborări, coordonare studenți absolvenți, asigurare protecție pe durata manifestărilor, grafică și redactare invitații și scrisori de mulțumire, realizare arhivă foto, colaborare mass-media);
- ◆ organizarea ***Festivității de deschidere a anului universitar 2024-2025***, eveniment desfășurat în Piața Cetății (implicare CIM în realizarea invitațiilor, asigurarea logisticii, asigurarea aspectelor de protocol, realizare materialelor pentru bobocii UAB);

- ◆ colaborarea permanentă cu LSUA și cu CICOC în organizarea activităților destinate orientării în carieră și consilierii studenților.
- ◆ Sprijin în organizarea și colaborarea cu Biroul Parlamentului European în România în cadrul proiectului: „UniPE - Parlamentul European în dialog cu studentii” care a implicat un număr semnificativ de studenți. (Anexa – Scrisoare de mulțumire)
- ◆ Imaginea universității a fost promovată și în cadrul altor vizite ale elevilor la UAB (prin proiecte CNFIS, prin solicitări din partea cadrelor didactice). De exemplu, în vizitele realizate la muzeul de sub Palatul Apor s-au promovat specializările, Istorie, Arheologie, etc. La fel și în cadrul vizitelor în restul campusului, s-au prezentat laboratoarele, sălile de cursuri și seminarii, precum și restul dotărilor din universitate (bibliotecă, cantină, etc.)
- ◆ Partener în organizarea evenimentului: „Viitorul tău, Alegerea ta! Împreună pentru Prevenirea și Combaterea Consumului de Droguri” alături de reprezentanți ai Penitenciarului Aiud, Consiliului Județean Alba, Primăria Municipiului Alba Iulia, Inspectoratul Județean de Jandarmi Alba și Direcția Antidrog Alba. La eveniment au participat un număr semnificativ de studenți, care au avut ocazia de a interacționa cu trei persoane private de libertate din Penitenciarul Aiud.

Prin colaborarea și schimbul de bune practici cu parteneri instituționali de referință, s-a avut în vedere, în mod deosebit, consolidarea relațiilor interinstituționale, colaborarea cu Ministerul Educației și cu Ministerul Afacerilor Externe, cu Academia Română și cu institute ale Academiei Române, cu Prefectura și Consiliul Județean Alba, Primăria Alba Iulia, Inspectoratele Școlare Județene (județele Alba, Hunedoara, Cluj, Sibiu, Mureș, Vâlcea), cu Arhiepiscopia Ortodoxă Română de Alba Iulia, Muzeul Național al Unirii, Biblioteca Județeană „Lucian Blaga”, Centrul Cultural „Augustin Bena” Alba Iulia, AJOFM Alba, Teatrul de Păpuși „Prichindel” din Alba Iulia, companii multinaționale (în mod special **Compania Bosch**, implicată direct în crearea unui mediu ambiental profesionist în câteva spații din campusul UAB și în organizarea programului **Bosch Academy**, dedicat studenților UAB), trusturi de presă din țară și din străinătate ș.a.

Numărul în creștere al candidaților la Admitere (programe de licență, masterat și doctorat), îmbunătățirea vizibilității instituției (în plan național și internațional) și eficientizarea constantă a relației UAB cu partenerii instituționali și, în mod special, cu mass-media, ne determină să considerăm că, și în 2024, activitatea CIM a fost de natură să sprijine și să aducă plus valoare activității Universității.

Le mulțumim tuturor celor care au sprijinit nemijlocit activitatea Centrului de Imagine și Marketing, deopotrivă colegilor și studenților din cadrul UAB, partenerilor mass-media și reprezentanților mediului educațional, economic, administrativ și socio-cultural.

*Aprobat în Ședința Senatului Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia  
din 29 ianuarie 2025.*

**P R E Ș E D I N T E**  
**Prof. univ. dr. Tamas-Szora Attila**

**AVIZAT**  
**Oficiul Juridic**  
**Dușa Emilia**