UNIVERSITATEA „1 DECEMBRIE 1918" DIN ALBA IULIA

RAPORT
ASUPRA ACTIVITĂȚII CENTRULUI DE IMAGINE ȘI MARKETING
2016

Centrul de Imagine şi Marketing a fost înfiinţat în luna martie 2016 şi funcţionează în baza *Regulamentului de organizare şi funcţionare*, aprobat de către Senatul Universităţii „1 Decembrie 1918" din Alba Iulia, în şedinţa din data de 25.05.2016.

Prin intermediul nou-înfiinţatului Centru de Imagine şi Marketing (CIM), care are la bază Biroul de Imagine şi Marketing, s-a procedat, în anul 2016, la aplicarea unei **politici transparente, dinamice şi constructive cu privire la informarea, atragerea, recrutarea şi admiterea studenţilor (români şi internaţionali) la programele de studiu ale UAB** şi la **îmbunătăţirea vizibilităţii instituţionale, prin promovarea corectă, elegantă şi profesionistă a imaginii Universităţii**.

Ca structură internă, Centrul de Imagine şi Marketing funcţionează cu **1 angajat** (informatician Mădălin Ordean) şi cu sprijinul unui număr de **9 membri-reprezentanţi ai departamentelor didactice** (membrii Biroului de Marketing: Lect. univ. dr. Andreea Begov-Ungur, Conf. univ. dr. Carmen Paştiu, Lect. univ. dr. Silvia Maican, Lect. univ. dr. Maria Ureche, Lect. univ. dr. Decebal Manole Bogdan, Lect. univ. dr. Ovidiu Panaite, Lect. univ. dr. Dan Iordăchescu, Lect. univ. dr. Sorin Şimon, Lect. univ. dr. Cornelia Popa Gorjanu) şi a **2 studenţi voluntari** (Mihaela Mihalcea şi Mihaela Bota începând din luna ianuarie 2017).

Măsurile imediate au constat în **îmbunătăţirea strategiei de comunicare**, realizarea unor **acţiuni de *rebranding*** pentru imaginea Universităţii şi, în general, de **dezvoltare a *marketingului universitar***. Principala preocupare a vizat asigurarea şi îmbunătăţirea vizibilităţii Universităţii pe plan naţional şi internaţional, în special prin colaborarea cu instituţii publice şi private din România şi din lume (de la instituţii partenere din domeniul învăţământului şi cercetării, până la Academia Română, ministere, instituţii cu rang diplomatic, instituţii culturale, companii media, firme multinaţionale din mediul economic şi de afaceri ş.a.

Principiul care a stat la baza întregii activităţi de promovare a imaginii UAB şi a strategiei de marketing instituţional a fost cel al **reconsiderării şi conştientizării importanţei universităţii albaiuliene în arealul istoric, geografic, economic, social şi cultural** în care funcţionează, **ca instituţie orientată spre performanţă multiplă şi cu un înalt potenţial de formare de specialişti în diverse domenii de interes major**. Pe de altă parte, respectându-se unul dintre obiectivele majore ale strategiei instituţionale propuse de Rectorul ales - cel care viza internaţionalizarea UAB - s-a procedat la **aplicarea unui plan strategic de informare, promovare, dezvoltare şi consolidate a relaţiilor cu parteneri din Europa şi din întreaga lume, în vederea diseminării oportunităţilor de studiu şi de cercetare oferite studenţilor**

internaționali, crescându-se, astfel, semnificativ, gradul de atractivitate al UAB în rândul cetățenilor UE sau din țări terțe UE.

Prezentăm, în cele ce urmează, succint, principalele direcții de acțiune și rezultatele obținute de Centrul de Imagine și Marketing.

1. Procesul de *rebranding* și activitățile de elaborare, actualizare și diseminare a materialelor de promovare a imaginii UAB

În vederea promovării imaginii Universității, s-a procedat la realizarea unor materiale specifice, cu grafică și design personalizate, proiectate în cadrul CIM (integral, ca informație de tip text, formatare pentru tipar și grafică computerizată, fără costuri suplimentare care ar fi intervenit în cazul contractării unor specialiști). Cele mai importante astfel de activități și materiale de prezentare instituțională au fost următoarele (selectiv):

- elaborarea conținutului informativ și a graficii moderne și atractive, editarea și gestionarea procesului de tipărire (internă sau prin externalizare) a **24 noi modele de reviste de prezentare a UAB, broșuri, pliante, afișe, flyere publicitare, bannere și alte materiale specializate** în funcție de evenimente sau de finalitatea distribuirii lor (stabilire și actualizare anuală a textului, redactare, formatare grafică, pregătire tipar în cadrul CIM);
- elaborarea (în limbile română/ engleză/ franceză) unor **broșuri/pliante de prezentare a UAB, pliante pentru promovarea fiecărei facultăți și, separat, a programelor de studiu în limba engleză și a *Anului pregătitor de învățare a limbii române de către studenții internaționali*** ș.m.a.); precizăm că elaborarea machetelor, elaborarea caietelor de sarcini, derularea selecțiilor de oferte, încadrarea în timp cu realizarea acestor materiale și adaptarea la nevoile imediate ale instituției s-au făcut întotdeauna fără probleme, la un înalt nivel calitativ și cu cele mai mici costuri;
- redactarea conținuturilor, proiectarea, realizarea *design*-ului, selecția de oferte, finalizarea contractuală a achiziționării tuturor **materialelor de prezentare a UAB în cadrul evenimentelor prilejuite de aniversarea a 25 de ani de la înființarea Universității**: **album fotografic aniversar** (tipărit și on-line), **o nouă revistă de prezentare a UAB** în **limba română**, plase, mape, pixuri, umbrele, pliante, invitații, plicuri personalizate (diverse formate), *roll-up*-uri, partiție aniversară site, diplome, notebook-uri, tricouri personalizate;
- realizarea a numeroase **broșuri DHC, plachete, mape, tablouri personalizate, destinate ceremoniilor oficiale** (*Doctor Honoris Causa*, festivități de absolvire, festivități de premiere, gale studențești, concursuri, alte evenimente organizate în instituție);
- realizarea albumelor grafice ale UAB (design și tipărire în condiții speciale, pentru mapele oficiale și protocolul de grad înalt);
- organizarea și realizarea efectivă a unor ședințe foto cu studenți ai UAB, în vederea actualizării și personalizării grafice a tuturor materialelor de prezentare;

- realizarea, în cadrul CIM, **a serviciilor de fotografiere (uneori și filmare) a tuturor evenimentelor din cadrul UAB**, servicii acoperite, voluntar, de către informaticianul angajat, care procedează și la stocarea și organizarea arhivei foto a UAB;
- realizarea, în cadrul CIM și în colaborare cu Biroul de Informatică, a hărții electronice și a partițiilor noului site al UAB, aprobate la nivelul Rectoratului, facultăților, departamentelor și centrelor din cadrul UAB, cu o ulterioară îmbunătățire a partițiilor, atunci când au fost sesizate deficiențe;
- gestionarea integrală, în cadrul CIM, în colaborare cu Biroul IT, a **activității de realizare grafică a noului site al UAB** (dat în funcțiune în anul 2016); s-a urmărit contant *target*-ul ca acesta să fluidizeze accesul la informație și să dinamizeze accesarea oricărui modul în funcție de necesitățile de informare ale vizitatorilor, dar să răspundă și prevederilor legislative în vigoare;
  Au fost întâmpinate probleme, întrucât, în urmă cu 3 ani, s-a dorit externalizarea acestui serviciu, firma de specialitate contractată (prin licitație) pentru implementarea programării informatice a noului site nu și-a îndeplinit atribuțiile la termen, contractul fiind reziliat după 2 ani. Ulterior acestei experiențe neplăcute, membrii CIM și ai Biroului IT au luat decizia de a proceda la realizarea internă a unui nou site. În prezent, noul site se află în curs de finalizare, de această dată în regie proprie, prin colaborarea directă a Biroului IT cu Centrul de Imagine și Marketing. Termenul de finalizare a fost luna mai 2016. Precizăm că realizarea acestuia s-a făcut integral de către angajații CIM și ai Biroului IT, fără niciun cost.
- proiectarea **materialelor de promovare personalizate**: *mouse-pad*-uri, hărți, agende, pixuri, stick-uri USB, mape, plase, felicitări, tricouri, căni, genți, fanioane, steaguri, bannere diverse ș.a., în funcție de evenimente, inclusiv pentru conferințele și sesiunile științifice naționale și internaționale organizate în cadrul UAB (gama de machete grafice elaborate de către CIM fiind foarte largă);
- proiectarea, personalizarea și tipărirea a zeci de modele de diplome (proiectate cu design specific și cu text elaborat în limbile română, engleză, franceză, latină, în funcție de evenimente);
- realizarea a peste 15 modele de *rollup*-uri, afișe, calendare de birou, calendare de buzunar, semne de carte personalizate ș.m.a.);
- realizarea grafică (text și design) a tuturor **machetelor de promovare a Admiterii**, destinate publicării în presa scrisă și *online*, precum și a bannerelor *indoor* și *outdoor*, fapt ce a redus considerabil cheltuielile aferente promovării Admiterii; publicarea și panotarea lor au fost urmărite permanent de către Directorul CIM, în vederea respectării clauzelor contractuale specifice, la cele mai mici prețuri și cu obținerea unor bonusuri considerabile, care au avantajat constant Universitatea;
- colaborarea cu departamentele și centrele Universității pentru elaborarea diverselor **materiale necesare activității instituționale (coperți pentru Editură, coperți pentru**

cursurile profesorilor, coperți cursuri Școala Doctorală, coperți reviste, revista CSU-Alba Iulia, personalizarea materialelor de acreditate și evaluare instituțională etc.);

- crearea, în cadrul CIM, a diferite **baze de date pentru generarea automată a ecusoanelor, diplomelor (de diverse tipuri), invitațiilor, prezidiilor, legitimațiilor** etc.;
- realizarea, în 2016, în cadrul CIM, **a *legitimațiilor de serviciu* noi pentru toți angajații UAB** (fotografiere, procesare informații personale, prelucrare imagine, realizare grafică, generare personalizată a legitimațiilor, coordonare activitate de tipărire externă);
- **crearea unor macro-uri** (programe care îndeplinesc automat și repetat o serie de sarcini) pentru inserarea și prelucrarea fotografiilor în diverse tipuri de materiale;
- **recuperarea și ordonarea arhivei foto a UAB și transpunerea ei secvențială din formatul de tip film în format electronic**;
- proiectarea, în cadrul CIM, într-o colaborare permanentă cu Centrul de Relații Internaționale, a tuturor materialelor ERASMUS+ sau a celor destinate studenților internaționali, precum și sprijin în realizarea grafică a materialelor incluse în proiectul de internaționalizare a UAB.

2. Promovarea națională și internațională a ofertei educaționale a UAB; strategii de marketing și reprezentare

Strategia de marketing universitar a implicat, cu prioritate, o gamă foarte largă de activități care au vizat **promovarea ofertei educaționale, a condițiilor socio-profesionale și de divertisment oferite studenților UAB și a oportunităților de absorbție pe piața muncii încă din timpul studiilor universitare**. De la an la an, procedura de promovare a Admiterii a câștigat consistență și activitățile s-au diversificat semnificativ, cea mai mare parte a lor fiind inițiate și organizate cu sprijinul prorectorilor, decanilor, directorilor de departamente, membrilor CIM și al Purtătorului de cuvânt.

Menționăm, în mod deosebit, sprijinul constant, implicarea fără rezerve și profesionalismul cadrelor universitare de la toate departamentele, dar și a studenților voluntari care au desfășurat, în fiecare an, activități specifice de promovare a programelor educaționale, în perspectiva Admiterii, fie prin activități colective (tip *Caravana Admiterii*, proiecte deja cu tradiție, precum cel realizat de Facultatea de Științe Economice - *„Fii activ! Fii implicat!"*, *Săptămâna porților deschise la UAB*), fie prin acțiuni individuale.

Un obiectiv strategic asumat și cu evidente efecte benefice pe termen lung a fost cel privind atragerea elevilor (potențiali candidați) către UAB prin **vizitarea efectivă a instituției**, cu posibilitatea de a participa la activități specifice mediului universitar, în special activități interactive (cursuri, seminarii, laboratoare, concursuri, dezbateri, workshop-uri etc.), în colaborare cu studenții. Fundamentală ni se pare colaborarea constantă și de bună calitate cu Inspectoratele Școlare Județene Alba și Hunedoara, Purtătorul de cuvânt al UAB ocupându-se, permanent, de consolidarea și gestionarea relației cu cele două instituții, a corespondenței cu

inspectorii generali și cu directorii de licee și de organizarea efectivă a echipelor de promovare din cadrul Caravanei Admiterii. În același sens, s-a preferat, în ultimii ani, implicarea constantă în promovarea Admiterii a studenților și masteranzilor UAB, ca voluntari, precum și a foștilor studenți (ALUMNI), actualmente dascăli în diferite regiuni ale țării.

În vederea promovării ofertei educaționale a UAB pentru ADMITEREA 2016, au fost achiziționate următoarele pachete publicitare de bază:

A. SERVICII DE *PROMOVARE OUTDOOR* A ADMITERII 2016 IN JUDEȚELE ALBA ȘI HUNEDOARA:

A. 1. **Panotaj stradal tip OUTDOOR în Câmpeni** (1 locație), **Aiud** (1 locație), **Sebeș** (1 locație); pachetul include confecționarea, printarea și panotarea a 3 bannere personalizate pe panouri OUTDOOR statice, aprox. 4x3 metri; perioada: **1 lună**; în zone de maximă vizibilitate.

A.2. **Panotaj stradal tip OUTDOOR static în Deva** (1 locație), **Hunedoara** (1 locație), **Brad** (1 locație); pachetul include confecționarea, printarea și panotarea a 3 bannere personalizate pe panouri OUTDOOR statice, aprox. 4x3 metri; perioada: **1 lună**; în zone de maximă vizibilitate.

A.3. **Spot publicitar OUTDOOR pe panou cu led-uri** în **Alba Iulia** și **Deva**, locații cu maximă vizibilitate (expunere spot 10 secunde, repetare la interval de max. 5 minute), durata **1 lună** + **Panotaj stradal tip OUTDOOR static, panou cu iluminare,** în **Alba Iulia** (1 locație, ultracentral, în zonă de maximă vizibilitate), aprox. 4x3 metri; perioada: **1 lună**.

B. SERVICII DE PROMOVARE A ADMITERII 2016 ÎN PRESA *SCRISĂ* ȘI *ONLINE*, IN JUDEȚUL ALBA:

B.1. **Publicare MACHETĂ DE PREZENTARE A PROGRAMELOR DE LICENȚĂ, MASTERAT ȘI DOCTORAT**, în **ediția tipărită a unei publicații de mare tiraj, cu difuzare în întreg județul ALBA** (1/2 pagină format mare, alb-negru, 5 difuzări: 1/lună: martie, aprilie, mai, iunie, iulie);

B.2. **BANNER ELECTRONIC personalizat**, cu link direct spre pagina Admiterii 2016 (format aprox. 300x250 pixeli), postat **pe pagina de pornire a unei publicații electronice de știri și informații din județul Alba, 24 din 24 de ore** (durată postare banner electronic: 2 luni).

C. SERVICII DE PROMOVARE A ADMITERII 2016 ÎN PRESA SCRISĂ, *ONLINE* și TELEVIZIUNE, IN JUDEȚUL HUNEDOARA:

C.1. **Publicare MACHETĂ DE PREZENTARE A PROGRAMELOR DE LICENȚĂ, MASTERAT ȘI DOCTORAT**, în **ediția tipărită a unei publicații de mare tiraj, cu difuzare în întreg județul HUNEDOARA** (1/2 pagină format mare, alb-negru, 6 difuzări: 1/lună: martie, aprilie, mai, iunie, 2/lună: iulie) + **BANNER ELECTRONIC pe site-ul ediției electronice a ziarului respectiv**, cu link direct spre pagina Admiterii 2016 (format aprox. 300x250 pixeli, durată postare banner electronic: 2 luni);

C.2. **Spot publicitar TELEVIZIUNE cu difuzare cel puțin pe raza județului Hunedoara**; durata spot-ului: 25-30 sec., difuzare 3-4 ori/zi; realizare spot inclusă, difuzare 2 luni (martie, iunie 2016).

D. SERVICII DE PROMOVARE A ADMITERII 2016
ÎN PRESA SCRISĂ ŞI *ONLINE*, IN JUDEŢUL CLUJ (Turda - Câmpia Turzii):

D.1. **Publicare MACHETĂ DE PREZENTARE A PROGRAMELOR DE LICENŢĂ, MASTERAT ŞI DOCTORAT**, în **ediţia tipărită a unei publicaţii de mare tiraj, cu difuzare în Turda şi Câmpia Turzii** (1/2 pagină format mare, alb-negru, 2 difuzări: 1/lună, martie şi iulie 2016)

D.2. **BANNER ELECTRONIC personalizat**, cu link direct spre pagina Admiterii 2016, postat **pe pagina de pornire a publicaţiei electronice de ştiri şi informaţii din Turda - Câmpia Turzii, 24 din 24 de ore** (format aprox. 300x250 pixeli, durată postare banner electronic: 2 luni).

***Design*-ul bannerelor şi conţinutul *spot*-urilor au fost realizate intern, în cadrul Centrului de Imagine şi Marketing, la dimensiunile şi cu parametrii grafici solicitaţi de firmele de publicitate câştigătoare.**

Cele mai importante activităţi specifice de promovare a ofertei educaţionale pentru Admiterea 2016 au fost următoarele:

- Au fost realizate, în mii de exemplare, cu grafică şi conţinut nou, **reviste, pliante, flyere, broşuri, calendare, afişe, semne de carte şi a unor bannere personalizate afişate, cu caracter permanent, în liceele importante din judeţele Alba, Cluj (Turda) şi Hunedoara (Deva), în sălile de sport sau în zona primăriilor.**
  Numai în anul 2016 au fost realizate şi distribuite aprox. 5500 pliante (color) de prezentare a ofertei educaţionale a UAB; 300 afişe color cu calendarul Admiterii şi programele licenţă, masterat şi doctorat; 1500 calendare de buzunar personalizate; 250 calendare de birou personalizate, distribuite în peste 30 de licee, pentru clasele a XII-a şi a XI-a; 1200 semne de carte personalizate cu oferta UAB şi calendar inclus; 4 bannere de exterior, la licee din Alba Iulia, Deva şi Turda.
- Pentru consolidarea colaborării dintre UAB şi mediul preuniversitar, în anul 2016 a rămas activ ***Acordul-cadru de parteneriat* între UAB şi Inspectoratul Şcolar Judeţean Alba.** *Acordul vizează dezvoltarea unui parteneriat durabil între învăţământul universitar şi cel preuniversitar din judeţul Alba, care să conducă la implicarea activă a elevilor, studenţilor şi profesorilor în activităţi care să aibă ca finalitate transferul de bune practici între cele două nivele de învăţământ şi stimularea proiectelor de colaborare ştiinţifică şi culturală, în vederea promovării constante a valorilor specifice învăţământului din judeţul Alba. În baza acestuia, colaborarea dintre cele două instituţii îmbracă o gamă largă de forme: activităţi comune, cu implicarea directă a elevilor, studenţilor şi profesorilor în manifestări educative, ştiinţifice, culturale şi de divertisment, precum simpozioane, conferinţe ştiinţifice naţionale şi internaţionale, proiecte strategice de cercetare-dezvoltare-inovare, workshop-uri, dezbateri pe teme de interes major privind evoluţia învăţământului românesc, competiţii sportive, mese rotunde, evenimente multiculturale, expoziţii, excursii de studiu ş.a.).*
- CIM a avut ca sarcină organizarea ***Caravanei Admiterii*** în toate liceele din judeţele Alba şi Hunedoara, parţial şi Cluj, Mureş, Sibiu, precum şi sprijinirea tuturor activităţilor propuse de către Inspectoratele Şcolare Judeţene prin programul ***„Şcoala altfel"*** şi prin

programe similare, cu accesul liber al elevilor şi profesorilor la toate activităţile desfăşurate în cadrul Universităţii (cursuri, laboratoare, cursuri practice, dezbateri, activităţi *extracurriculare*, vizite de informare privind calitatea serviciilor sociale oferite studenţilor etc.). **CIM a realizat programarea deplasărilor echipelor de promovare, corespondența cu directorii liceelor și pregătirea logistică a *Caravanei Admiterii*** s-au făcut de către Purtătorul de cuvânt şi membrii CIM, cu sprijinul Secretariatului Rectoratului (care a eliberat delegațiile de deplasare a echipelor de promovare) și cu sprijinul Directorului General Administrativ și al Serviciului Tehnic, care au asigurat, în câteva rânduri, deplasarea membrilor echipelor de promovare cu mașinile Universității. *Purtătorul de cuvânt și angajatul CIM au pregătit, permanent în perioada de promovare, toate standurile și pachetele de materiale realizate cu acest scop, în funcție de destinația Caravanei, respectiv profilul liceului și numărul de absolvenți (pliante, afișe, roll-up-uri, DVD-uri, filme de prezentare, calendare de birou și de buzunar, semne de carte, bannere etc.). Echipe de voluntari (cadre universitare și studenți) s-au deplasat, după un program bine stabilit prin colaborare cu directorii liceelor, la liceele din județele Hunedoara: Deva, Orăștie, Simeria, Lupeni, Brad, Ilia, Petroșani, Petrila; Cluj: Turda, Câmpia Turzii; Mureș: Sighișoara, Târnăveni și la toate liceele din Alba. Menționăm faptul că în ultimii doi ani activitățile de promovare au fost orientate și spre elevii claselor a XI-a și chiar mai mici.*

- În 2016, membrii CIM au propus programe specifice ***„Săptămânii Porților Deschise la UAB"***, în perioada derulării programului din învățământul preuniversitar „*Școala altfel*". Programul din acest an a inclus următoarele activități (în perioada **18-22 aprilie 2016):**

Luni, 18 aprilie 2016
Training interactiv***„Luarea deciziilor în carieră"***, susținut de către Conf.univ.dr. Larisa Dragolea și Florin Sebastian Badale (psiholog) - Centrul de Informare, Consiliere și Orientare în Carieră (CICOC-UAB), orele 10.00-12.00, AMFITEATRUL A9 *Responsabili activitate: Conf.univ.dr.Dragolea Larisa, Psiholog Badale Sebastian Florin*
Marți, 19 aprilie 2016
Cursdeschis (interactiv), cu participarea elevilor și a studenților filologi ***„Cărțile și oamenii - o ecuație cu două necunoscute. Cum rezolvă ecuația un filolog?"***, orele 10.00-12.00, AMFITEATRUL A9. Cursul este susținut de Conf.univ. dr. Diana Câmpan, în colaborare cu studenți și masteranzi filologi. Premierea elevilor participanți la concursul de eseuri cu tema ***„O carte de pe noptieră m-a îndrumat în carieră"***, ora 12.00, AMFITEATRUL A9.
Miercuri, 20 aprilie 2016
Workshop interactiv***„Vreau să fiu antreprenor!"***orele 10.00-12.00, AULA MICĂ (etaj I, Corp C) *Responsabili activitate:Conf.univ.dr. Paștiu Carmen*
Joi, 21 aprilie 2016
„Cel mai bun expert contabil"- concurs-workshop; ora 10.00, AULA MICĂ (etaj I, Corp C) ***„Să vorbim despre bani și bănci"***, dezbatere cu participarea viitorilor studenți economiști, ora 12.00, AULA MICĂ
Vineri, 22 aprilie 2016
Workshopinteractiv***„Limbile moderne în carieră"***, orele 10.00-11.30, AMFITEATRUL A9
În perioada 18-22 aprilie 2016 se va derula, încadrul Departamentului de Istorie, Arheologie și Muzeologie din cadrul Facultății de Istorie și Filologie, proiectul intitulat***„Istoria prin artă"***, cu participarea elevilor din clasele X-XII de la Liceul de Artă „Regina Maria". În cadrul acestui proiect vor fi organizate două ateliere, unul de pictură și unul de modelaj, la Institutul de Arheologie Sistemică „Iuliu Paul" al Universității, respectiv Laboratorul de Restaurare-Conservare. La final, lucrările realizate

de elevii artiști vor fi expuse în cadrul unei expoziții dedicată lor, în holul Palatului Apor, și vor fi publicate într-un catalog special.
Permanent, în perioada 18-22 aprilie 2016, în intervalul orar 9.00-16.00, se vor organiza **vizite ghidate în Universitate** și în campusul universitar, cu accesul elevilor la activitățile de curs, seminar sau laborator. Grupurile de elevi vor fi însoțite de cadre didactice și studenți și vor beneficia de prezentări interactive ale UAB. Turul ghidat va începe din fața Rectoratului (Palatul APOR, Str. Gabriel Bethlen, nr. 5).
Permanent, în holul central al Universității (Corpul C) și la Facultatea de Teologie Ortodoxă, se vor organiza standuri de prezentare a ofertei educaționale a UAB.

La activitățile propuse de UAB au participat numeroase grupuri de elevi (peste 1000, din estimările participanților) din județele Alba, Hunedoara, Mureș, Sibiu, Maramureș, Cluj, București. Foarte bine primite și cu o participare largă au fost activitățile următoare: training-ul interactiv *„Primii pași în carieră"*, susținut de către Florin Sebastian Badale, psiholog Centrul de Informare, Consiliere și Orientare în Carieră (CICOC); workshop-ul interactiv *„Vreau să fiu antreprenor!"*; training interactiv *„Limbile moderne în carieră"*; proiectul (DIAM) intitulat *„Istoria prin artă"*, cu participarea elevilor din clasele X-XII de la Liceul de Artă „Regina Maria" (finalizat prin realizarea unei expoziții a micilor artiști, la Palatul Apor); vizitele ghidate în Universitate și în campusul universitar, standurile de prezentare a UAB etc.; din acest an, programul a inclus și un concurs de eseuri cu tema *„O carte de pe noptieră m-a îndrumt în carieră"*, un concurs-workshop - *„Cel mai bun expert contabil"*, o dezbatere cu participarea viitorilor studenți economiști - *„Să vorbim despre bani și bănci"* și un curs deschis (interactiv), cu participarea elevilor și a studenților filologi - *„Cărțile și oamenii - o ecuație cu două necunoscute. Cum rezolvă ecuația un filolog?"*.

- Continuând colaborarea începută în anul 2015, în parteneriat cu Fundația ***BookLand - București***, s-au desfășurat, în cadrul UAB, ***Conferințele practice pentru elevi „BookLand Evolution"***, prilej cu care s-au organizat, pentru elevi și studenți, training-uri pe teme de actualitate, cu participarea unor personalități, și a fost amplasat un stand permanent al UAB la locul de desfășurare a conferințelor. În cadrul conferințelor practice pentru elevi, desfășurate în Amfiteatrul A9 al UAB, în perioada 4-8 aprilie 2016, au conferențiat și 3 cadre ale UAB: Conf. dr. Larisa Dragolea, Conf. dr. Diana Câmpan și psiholog Florin Badale, precum și doi ALUMNI ai UAB.
- **Au fost organizate deplasările și s-au pregătit materialele necesare participării la Târguri educaționale din țară și din străinătate**, cu organizarea unor standuri personalizate (spre exemplu: TÂRGUL EDUCAȚIONAL DIN ȚARA MOȚILOR - februarie 2016, organizat la Colegiul Național „Avram Iancu", Câmpeni - stand UAB și prezență echipă de promovare; standul a fost vizitat de toți elevii claselor a XII-a și a XI-a de la liceele din zona Munților Apuseni (Abrud, Câmpeni, Albac, Zlatna, Baia de Arieș, Arieșeni); Caravane UAB în Rep. Moldova (cu difuzare materiale specializate și banner personalizat), la Ialoveni, Chișinău, Cahul, Bălți; pregătirea unor materiale specifice

pentru participarea Rectorului Universității la târguri educaționale sau prezentări la nivel înalt.

- **A fost organizat un stand al UAB și s-a făcut prezentarea ofertei educaționale în cadrul întâlnirii Editurii Niculescu (București) cu cadre didactice din învățământul preuniversitar din județul Alba**, printr-un parteneriat încheiat cu Editura (eveniment găzduit de UAB).
- **Pentru promovarea, prin mass-media, a ofertei educaționale și a oportunităților oferite studenților UAB, s-a procedat la elaborarea unor variante de pachete de promovare**, au fost realizate, cu implicarea directă a CIM, caietele de sarcini și selecțiile de oferte pentru toate tipurile de achiziții vizând promovarea UAB. Cele mai importante activități de acest gen au fost: emisiuni ALBA TV specializate, de prezentare a fiecărei facultăți și a activității UAB; emisiuni la posturile naționale ANTENA 1 și ProTV; peste 20 de spot-uri TV și radio (în județele Alba, Hunedoara și Cluj), bannere electronice pe portaluri de știri *online*, numeroase articole și machete de prezentare a ofertei educaționale în presa scrisă din județele Alba, Hunedoara și Cluj; design și proiectare integrală bannere *outdoor* și *indoor*; zeci de emisiuni televizate și radiofonice, în județele Alba și Hunedoara, cu participarea Rectorului sau a Purtătorului de cuvânt; zeci de articole de specialitate, elaborate de către Purtătorul de cuvânt, despre universitatea albaiuliană, publicate în presa scrisă și online.
- **S-a realizat publicarea și actualizarea, pe Website, a informațiilor pertinente pentru concursul de Admitere 2016, într-o formă grafică simplă, eficientă și agreabilă**. Se remarcă și contribuția CIM la pregătirea logistică a activității comisiilor de Admitere, prin realizarea și panotarea materialelor de informare rapidă a candidaților cu privire la locațiile Admiterii, oportunități, condiții, proceduri etc.
- A fost permanent gestionat de către Directorul CIM ***Forumul de consiliere și îndrumare pentru elevi și părinți, în perspectiva Admiterii*** **(admitere@uab.ro, partiție specializată pe site-ul www.uab.ro)**;
- **A fost realizată și permanent populată cu informații pagina oficială de Facebook a UAB.**
- Au fost transmise, *în format electronic*, periodic, la cerere sau din proprie inițiativă, materiale de prezentare a UAB pentru ambasadele din România ale unor state cu potențiali candidați.
- **În acest an, în colaborare cu IPEC Alba, s-au desfășurat activități paralele de promovare a UAB ca furnizor de viitori specialiști** pentru posibilul angajator din mediul economic privat.
- Au fost organizate activități de promovare a ofertei educaționale a UAB în Rep. Moldova, în colaborare cu studenții membri ai Ligii Studenților Basarabeni, care au participat, cu materiale specifice puse la dispoziție de către CIM, la târgurile educaționale din Rep. Moldova. Aceste deplasări ale studenților basarabeni la târguri sunt pregătite integral în cadrul CIM.

- Au fost distribuite materiale de prezentare a UAB și au avut loc discuții bilaterale ale Purtătorului de cuvânt cu ambasadori și reprezentanți ai corpului diplomatic al țărilor africane și asiatice (ex. Angola, Egipt, Palestina) acreditați în România și cu Ambasada României în India.

3. Relația cu mass-media și implicarea în creșterea vizibilității instituționale

Considerăm că s-a stabilit, prin intermediul Purtătorului de cuvânt, o colaborare corectă, deontologică, echilibrată, durabilă și profesionistă cu toți reprezentanții *mass-media* (presă scrisă, TV, audio și portaluri electronice de știri), bazată pe principiile transparenței informației, solicitudinii venite din ambele părți, răspunsului rapid la nevoia de informare, egalității între actanții din presă. Considerăm că absolut toți reprezentanții presei județene, dar și numeroși reprezentanți mass-media din județele limitrofe și din plan național, au devenit nu doar colaboratori, ci și prieteni și parteneri strategici ai UAB, răspunzând, constant, tuturor solicitărilor noastre, cu onestitate, profesionalism și simț civic. **Le mulțumim în mod oficial pentru această colaborare de înaltă ținută și pentru sprijinirea constantă a imaginii și a intereselor UAB!**

Câteva dintre cele mai importante activități de colaborare cu *mass-media* au fost următoarele:

- punerea Purtătorului de cuvânt la dispoziția presei, **24 din 24 de ore**, fără rezerve și cu maximă obiectivitate în tratarea solicitărilor privind informațiile de interes;
- elaborarea, de către Purtătorul de cuvânt al UAB, a peste 100 de comunicate de presă, articole, informări, luări de poziție/declarații privind materialele apărute în presa județeană și națională, precum și sprijinul acordat jurnaliștilor în elaborarea propriilor materiale, ori de câte ori s-a solicitat ajutorul;
- săptămânal, elaborarea de către Purtătorul de cuvânt sau furnizarea de informații și programarea apariției, în presa județeană/ zonală TV, radio, scrisă și online, a cel puțin 3 materiale de informare privind activitatea din cadrul UAB, cu creșterea numărului de materiale săptămânale în lunile care au precedat Admiterea; în sprijinul acestei afirmații stă arhiva extrasă din presă;
- organizarea, periodic, a unor conferințe de presă și a unor evenimente vizând diseminarea activităților educative, științifice, culturale și sportive desfășurate în cadrul Universității;
- aparițiile periodice ale Purtătorului de cuvânt la emisiuni TV sau radiofonice în județele Alba, Hunedoara, Mureș și Cluj;
- realizarea, de către Purtătorul de cuvânt, a emisiunii săptămânale *Universitatea din inima Cetății*, la Radio REÎNTREGIREA.

4. Promovarea activității și a imaginii UAB în comunitate

Parteneriate eficiente se derulează, permanent, cu ***Primăria Municipiului Alba Iulia***, cu ***Prefectura*** și cu ***Consiliul Județean Alba***, alături de care Universitatea este implicată în diferite proiecte de dezvoltare regională. O relație deosebită la nivel instituțional s-a creat de-a lungul timpului cu ***Arhiepiscopia Ortodoxă de Alba Iulia***, cu care Universitatea colaborează mai cu seamă în domenii culturale, sociale și spirituale. Pe plan științific sau cultural, Universitatea colaborează cu instituțiile de cultură locale și județene, în special cu ***Muzeul Național al Unirii***, ***Biblioteca Județeană „Lucian Blaga"***, ***Centrul de Cultură „Augustin Bena"***, ***Teatrul de păpuși „Prichindel.*** De interes major sunt următoarele:

- organizarea Festivității de deschidere a anului universitar (invitații, logistică, program, protocol, primire invitați, realizare materiale pentru bobocii UAB);
- organizarea ***Paradei Absolvenților UAB*** și a ***Festivității de Absolvire***, evenimente realizate cu sprijinul Primăriei Alba Iulia și al Consiliului Județean Alba. De organizarea efectivă a evenimentelor (regie, colaborări, coordonare studenți absolvenți, asigurare protecție pe durata manifestărilor, elaborare invitații și scrisori de mulțumire, realizare arhivă foto, colaborare mass-media) s-au ocupat Purtătorul de cuvânt și CIM, în colaborare cu tutorii de ani ai tuturor specializărilor, cărora le mulțumim și pe această cale. Cele două evenimente anuale, la care participă aprox. 1000 de studenți, încadrate în programul „Zilele Municipiului Alba Iulia", au contribuit la creșterea semnificativă a vizibilității instituției în comunitatea locală și județeană;
- implicarea CIM și a Purtătorului de cuvânt în organizarea majorității evenimentelor științifice și culturale de interes național și internațional derulate în cadrul /cu participarea UAB, prin proiectarea, realizarea sau achiziționarea și punerea la dispoziție a materialelor specifice protocolului (fanioane, mape de protocol, realizare arhivă foto/video/audio, realizarea altor tipuri de materiale de prezentare);
- implicarea nemijlocită a CIM și a Purtătorului de cuvânt în organizarea evenimentelor majore din viața Universității, în acest an, în mod punctual, în **organizarea evenimentelor prilejuite de împlinirea a 25 de ani de activitate a UAB** (invitații, protocol primire invitați, organizare festivitate, elaborare materiale aniversare, pregătire logistică și design sală și scenă, regie spectacol etc.);
- **organizarea ceremoniilor de decernare a titlului de *Doctor Honoris Causa***, prin asigurarea regiei evenimentului, pregătirea sălii conform protocolului, pregătirea mapelor de prezentare, a diplomelor și certificatelor specifice și prin asigurarea vizibilității evenimentelor prin participarea presei;
- **colaborarea permanentă cu CICOC** în organizarea activităților destinate orientării în carieră și consilierii studenților și în elaborarea unor materiale de promovare a CICOC;
- **organizarea, conform protocolului la nivel înalt, cu implicarea directă a CIM, a unor vizite la nivel înalt efectuate în UAB** (oficialități de stat, academicieni, diplomați) **sau**

ale Rectorului în alte instituții naționale sau internaționale, care au avut ca scop și promovarea imaginii instituționale și a ofertei educaționale;

- reprezentarea instituției de către Purtătorul de cuvânt, la solicitarea Rectorului, la toate evenimentele locale, județene, naționale și internaționale la care a fost nevoie;
- **editarea, în cadrul CIM, a revistei echipei de baschet feminin CSU**;
- **susținerea logistică a evenimentelor organizate de către Liga Studenților L.S.U.A. și de către A.S.C.O.R.**, în special a celor care implică și creșterea vizibilității instituționale pe plan național și internațional.

Mulțumim tuturor celor care au sprijinit nemijlocit activitatea Centrului de Imagine și Marketing și a Purtătorului de cuvânt, fie colegi și studenți din cadrul UAB, fie parteneri mass-media sau reprezentanți ai mediului economic, socio-cultural și larg profesional.

Directorul Centrului de Imagine și Marketing,
Conf. univ. dr. Diana CÂMPAN

Aprobat în Ședința Senatului Universității din 25 ianuarie 2017.

PREȘEDINTE
Conf. univ. dr. Lucian Marina

AVIZAT
Oficiul Juridic
Consilier juridic Claudia Rotar