



*Aprobat în ședința Senatului universitar al UED Lugoj din 30 septembrie 2021
prin Hotărârea nr. 26 din 30.09.2021*

PLANUL DE MARKETING AL UNIVERSITĂȚII EUROPENE "DRĂGAN" DIN LUGOJ PE ANUL UNIVERSITAR 2021 – 2022

Considerații generale

Universitatea Europeană "Drăgan" din Lugoj (UED) a devenit o emblemă de succes a Lugojului și a întregii regiuni de vest a țării. Este o instituție vie, dinamică și constructivă, având drept scop promovarea – în comunitatea locală, regională, națională și internațională a unor componente culturale specifice. În contextul actual, aceste componente sunt: cunoașterea sistemică și inovatoare, învățarea permanentă, multiculturalitatea, cultură a competenței și competitivității pe piața muncii, cultură a dezvoltării personale și morale, cultură a integrării în diversitate, cultură a atitudinii proactive și a participării la munca în echipă, valori subscrise ideii de competitivitate, continuitate și excelență.

Planul de marketing pentru perioada 2021 – 2022, prin scopurile propuse, obiectivele și indicatorii de performanță asumați, se constituie într-un document programatic și o garanție a consolidării rolului UED de instituție responsabilă, activă, capabilă să ofere societății absolvenți competenți, soluții la probleme de interes național, cât și ca garanție a procesului de creare a corespondențelor structurale între universitatea noastră și universitățile de tip world-class din mediul european.

Strategiile de marketing ale Universității Europene "Drăgan" din Lugoj

Formulând o strategie de marketing pentru viitorii ani, UED va trebui să răspundă la următoarele întrebări:

1. *"Ce fel de servicii dorește UED să dezvolte pentru fiecare grup țintă? "*
2. *"Cum poate Universitatea să se distingă de celelalte universități pe aceste piețe, și ce avantaje particulare dorește universitatea să obțină? "*
3. *"Ce obiective tactice de marketing dorește UED să realizeze? "*
4. *"Care sunt elementele marketingului-mix necesare și ce politici de preț, produs, personal și promovare vor fi utilizate pentru atingerea obiectivelor? "*

Obiectivele strategice sunt obiectivele pe termen lung ale UED. Obiectivele operaționale sunt obiective pe termen scurt și mediu, și privesc combinațiile serviciilor oferite de către Universitate. Obiectivele operaționale trebuie să fie cât mai detaliate.

Numai dacă obiectivele operaționale sunt stabilite astfel, acestea pot constitui baza deciziilor ce vor fi adoptate prin intermediul **Planului de acțiune al UED**. Planul de acțiune arată utilizarea resurselor pentru a realiza optimul de marketing-mix și atingerea obiectivelor tactice. Acesta cuprinde coeziunea și coordonarea tuturor instrumentelor de marketing. Întrebările pe care și le pune managementul UED sunt:

- *"Ce fel de cerințe au de îndeplinit studenții? "*
- *"Cum vom putea atrage oamenii potriviți și ce posturi vor primi ei în cadrul UED? "*
- *"Care va fi avantajul distinct pentru studenți și cum va fi percepută Universitatea în exterior? "*

Planul de acțiune al UED face distincția între măsurile și acțiunile pe termen scurt și modificările ce se vor realiza pe termen mediu. Planul stabilește dezvoltările viitoare și cum va fi realizat feedback-ul, pentru a se putea observa dacă obiectivele au fost realizate; deoarece scopul strategiei de marketing este acela de a influența relația dintre Universitate și comunitate, evaluarea și revizuirea periodică este necesară. Experiențele și rezultatele obținute din planificarea anterioară pot fi utilizate într-o nouă rundă de planificare.

Promovarea ofertei academice a UED în cadrul Admiterii se face prin: organizarea acțiunii "*Porți deschise la UED*", participarea la târguri de specialitate, încheierea unor contracte de asigurare a promovării Admiterii prin intermediul presei, diseminarea materialelor de promovare a Admiterii în licee, realizarea materialelor de promovare a Admiterii (spoturi radio și TV, materiale de presă scrisă și online), precum și prezența la emisiuni radio-tv pe tema Admiterii.

Eficientizarea comunicării interne și externe în cadrul UED implică organizarea unor evenimente periodice de socializare și promovare, transmiterea comunicatelor de presă și a informațiilor solicitate de reprezentanții mass-media, organizarea conferințelor de presă, actualizarea permanentă a secțiunii dedicate din site-ul universității și consolidarea prezenței UED la nivelul rețelelor de socializare Facebook și Twitter.

Promovarea Universității Europene "Drăgan" din Lugoj ca instituție de referință în comunitatea locală este centrată pe sprijinirea unor evenimente organizate de către autoritățile locale și realizarea de expoziții tematice de interes pentru comunitate.

Planul de acțiune pentru implementarea strategiilor de marketing

Promovarea UED cuprinde toate formele de comunicare și activitățile pe care Universitatea le desfășoară pentru atragerea grupurilor-țintă prin educația oferită.

Obiectivele urmărite și acțiunile stabilite spre a fi realizate în anul universitar 2021 - 2022, sunt prezentate în cele ce urmează:

Obiectiv	Acțiuni stabilite în vederea realizării obiectivului	Determinarea obiectivului	Costuri preconizate	Sursă de finanțare	Responsabili	Termen de realizare
1. Eficientizarea comunicării interne și externe a UED	<ul style="list-style-type: none"> Actualizarea permanentă a secțiunii dedicate din site-ul UED 	<ul style="list-style-type: none"> Actualizarea site-ului UED 	-	-	Director Departament de Cercetare Decani Directori Departamente	Permanent
	<ul style="list-style-type: none"> Consolidarea prezenței UED la nivelul rețelelor de socializare Facebook și Twitter 	<ul style="list-style-type: none"> Actualizarea informațiilor pe rețelele de socializare Facebook și Twitter 	-	-	Director Departament de Cercetare Decani Directori Departamente	Permanent
	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea unor evenimente periodice de socializare și promovare a UED 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de evenimente organizate de UED 	-	-	Rector Prorector Decani Directori Departamente	Permanent
	<ul style="list-style-type: none"> Transmiterea comunicatelor de presă 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de comunicate de presă 	-	-	Rector Prorector Decani	Permanent
	<ul style="list-style-type: none"> Transmiterea informațiilor solicitate de reprezentanții mass-media 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de informații solicitate de mass-media 	-	-	Rector Prorector Decani	Permanent

	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea conferințelor de presă, în sistem online. 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de conferințe de presă, în sistem online. 	-	-	Rector Prorector Decani	Permanent
2. Promovarea ofertei academice a UED în cadrul Admiterii 2022	<ul style="list-style-type: none"> Publicare Ofertei academice a universității pe site-ul UED 	<ul style="list-style-type: none"> Actualizarea site-ului cu oferta academică a UED pentru Admiterea 2022 	-	-	Director Departament de Cercetare Decani Directori Departamente	Permanent
	<ul style="list-style-type: none"> Promovarea Ofertei academice a UED în liceele din Lugoj și din localitățile limitrofe (Caransebeș, Buziaș, Făget, Nădrag), în sistem online 	<ul style="list-style-type: none"> Sesiuni de promovare online. 	-	-	Decani Directori Departamente	Martie- Aprilie 2022
	<ul style="list-style-type: none"> Participarea și prezentarea Ofertei academice a UED la târguri de specialitate, în sistem online 	<ul style="list-style-type: none"> O participare - online. 	3.000 lei	Venituri proprii, sponsorizări	Rector Prorector Decani	Martie 2022
	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea și prezentarea Ofertei academice a UED în cadrul acțiunii "Porți deschise la UED", în sistem online 	<ul style="list-style-type: none"> Invitarea liceelor și școlilor din Lugoj și localitățile limitrofe să viziteze UED, în condițiile permise de situația pandemică 	-	-	Decani Directori Departamente	Aprilie 2022
	<ul style="list-style-type: none"> Prezența reprezentanților UED la emisiuni radio și tv pe tema Admiterii 2022 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de emisiuni 	-	-	Rector Prorector Decani	Aprilie – Mai 2022

	<ul style="list-style-type: none"> Realizarea materialelor de promovare a Admiterii 2022 	<ul style="list-style-type: none"> 500 de pliante 100 de afișe 	1.500 lei	Venituri proprii, sponsorizări	Rector Prorector Decani	Martie 2022
	<ul style="list-style-type: none"> Promovarea Ofertei academice a UED în presă (ziare, radio, tv, online) 	<ul style="list-style-type: none"> Încheierea unor contracte de asigurare a promovării Admiterii prin intermediul presei 	3.000 lei	Venituri proprii, sponsorizări	Rector Prorector Decani	Iunie – Septembrie 2022
3. Promovarea UED ca instituție de referință în comunitatea locală	<ul style="list-style-type: none"> Implementarea programului "Voluntar la UED" 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de contracte de voluntariat (Crăciun, Paște etc.) Număr de voluntari (studenți, cadre didactice) 	-	-	Coordnator CCOC Decani	Permanenent
	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea și sprijinirea unor evenimente periodice destinate comunității locale Realizarea expozițiilor tematice de interes pentru comunitate 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de evenimente organizate și sprijinite Număr de expoziții tematice organizate și sprijinite 	-	-	Rector Prorector Decani Directori Departamente	Permanenent
	<ul style="list-style-type: none"> Identificarea companiilor și a instituțiilor publice dispuse să ofere mentorat studenților 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de protocoale de parteneriat și convenții de practică 	-	-	Rector Prorector Decani Directori Departamente	Permanenent

	▪ Întâlnire cu reprezentanții instituțiilor publice, în sistem online	▪ Proces - verbal/Minută	-	-	Rector Prorector Decani	Sept. 2022
	▪ Întâlnire cu reprezentanții mediului de afaceri, în sistem online	▪ Proces - verbal/Minută	-	-	Rector Prorector Decani	Sept. 2022
	▪ Întâlnire cu absolvenții UED, în sistem online	▪ Proces - verbal/Minută	-	-	Rector Prorector Decani	Sept. 2022

RECTOR,

Conf. univ. dr. Dumitru CORNEAN