



*Aprobat în ședința Senatului UED Lugoj din 31 octombrie 2025
prin Hotărârea nr. 51 din 31.10.2025*

**PLANUL DE MARKETING
AL UNIVERSITĂȚII EUROPENE "DRĂGAN" DIN LUGOJ
PE ANUL UNIVERSITAR 2025 – 2026**

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 educaționale și 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 2025 – 2026, 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. De aceea, atragerea și menținerea studenților de valoare trebuie să devină principalul scop al activităților de marketing al UED.

Obiective generale

- Crearea și promovarea unei imagini instituționale pozitive în comunitate.
- Elaborarea unor proiecte la nivel local, regional, național și internațional care să vizeze multiplicarea experienței pozitive și a metodelor de bună practică în managementul instituțional prin inovare, diversificare și flexibilizare a acesteia în funcție de nevoile și interesele partenerilor și beneficiarilor demersului educațional.
- Eficientizarea colaborării cu toți reprezentanții minorităților etnice, având în vedere aspectul multilingvistic și multicultural a zonei de vest a țării.
- Armonizarea ofertei de servicii educaționale și formarea permanentă cu nevoile specifice identificate pe piața muncii.
- Promovarea imaginii UED și factorilor ce își asumă responsabilități în procesul de asigurare a calității educației și cercetării.

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, după cum urmează:

1. Dezvoltarea permanentă, întreținerea și actualizarea paginii web, asigurarea funcționării site-ului, conștientizarea importanței aplicării pachetului de sarcini pe probleme de comunicare și relații cu publicul, reconsiderarea strategiei privind imaginea, organizarea și distribuirea de responsabilități speciale legate de relația cu beneficiarii actului adițional.
2. Organizarea și participarea la acțiuni comune și relevante pentru comunitate.
3. Armonizarea mesajelor și moderarea/medierea, prevenirea disfuncțiilor în relațiile dintre universitate în relațiile cu celelalte autorități publice centrale și locale.
4. Inițierea de programe proprii înscrise în Strategia națională privind integrare europeană.
5. Întreținerea și dezvoltarea patrimoniului UED pentru crearea unui mediu favorizant procesului de învățământ.

6. Întocmirea unor strategii de atragere a investițiilor din fonduri externe. Strategia va avea la bază atât *Planul strategic al UED*, cât și planurile operaționale și, nu în ultimul rând, analiza nevoilor la nivelul Facultăților.

7. Stabilirea unui dialog instituțional eficient cu autoritatea de management și organismele de implementare.

8. Îmbunătățirea continuă a facilităților aferente activităților de predare și cercetare.

9. Dezvoltarea de proiecte de amenajare a unor spații de socializare comune, destinate uzului comunității academice.

În acest context, consolidarea capacității administrative constituie un obiectiv continuu și este o temă transversală a planului de marketing.

Componenta administrativă acționează ca un element suport pentru îndeplinirea funcțiilor de educație și cercetare, fiind totodată una dintre componentele de bază pentru sustenabilitatea activității.

În urma analizei de sistem au fost stabilite obiectivele și acțiunile ce se impun a fi realizate în anul universitar 2025 – 2026. Acestea sunt menționate în tabelul anexă.

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 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 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 Decani	Permanent
	<ul style="list-style-type: none"> Organizarea conferințelor de presă, în sistem mixt 	<ul style="list-style-type: none"> Număr de conferințe de presă, în sistem online 	-	-	Rector Decani	Permanent

2. Promovarea ofertei academice a UED în cadrul Admiterii 2026	<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 2026 	-	-	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, Oțelu Roșu, Nădrag) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sesiuni de promovare 	-	-	Decani Directori Departamente	Martie- Aprilie 2026
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participarea și prezentarea Ofertei academice a UED la târguri de specialitate, în sistem mixt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O participare 	3.000 lei	Venituri proprii, sponsorizări	Rector Decani Directori Departamente	Permanent
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizarea și prezentarea Ofertei academice a UED în cadrul acțiunii "Porți deschise la UED" 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Invitarea liceelor și școlilor din Lugoj și localitățile limitrofe să viziteze UED 	-	-	Decani Directori Departamente	Aprilie 2026
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezența reprezentanților UED la emisiuni radio și tv pe tema Admiterii 2026 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Număr de emisiuni 	-	-	Rector Decani	Aprilie – Mai 2026

	<ul style="list-style-type: none"> Realizarea materialelor de promovare a Admiterii 2026 	<ul style="list-style-type: none"> 500 de pliante 100 de afișe 	1.500 lei	Venituri proprii, sponsorizări	Rector Decani Directori Departamente	Februarie – Martie 2026
	<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 	9.000 lei	Venituri proprii, sponsorizări	Rector Decani	Iunie – Septembrie 2026
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, Acțiuni caritabile etc.) Număr de voluntari (studenți, cadre didactice) 	-	-	Coordonator CCOC Decani	Permanent
	<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 Decani Directori Departamente	Permanent
	<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 Decani Directori Departamente	Permanent

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Întâlniri cu reprezentanții instituțiilor publice (Primăria Lugoj, Primăria Timișoara, Prefectura Timiș, Consiliul Județean Timiș etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proces - verbal /Minută 	-	-	Rector Decani	Sept. 2026
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Întâlniri cu reprezentanții mediului de afaceri (Multinaționale, societăți comerciale, cabinete profesii liberale etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proces – verbal /Minută 	-	-	Rector Decani	Sept. 2026
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Întâlniri cu membrii cluburilor de afaceri (Clubul Economic German Banat din Timișoara) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proces – verbal /Minută 	-	-	Rector Decani	Sept. 2026
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Întâlniri cu reprezentanții organizațiilor de caritate și de voluntariat (Clubul Rotary Lugoj) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proces – verbal /Minută 	-	-	Rector Decani	Sept. 2026
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Întâlniri cu absolvenții UED 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proces - verbal /Minută 	-	-	Rector Decani	Sept. 2026

RECTOR,
Lector univ. dr. Claudiu-Gabriel GALU