



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI  
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI  
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
CERCETĂRII  
TINERETULUI  
ȘI SPORTULUI

OIPOSDRU



UNIVERSITATEA DANUBIUS  
DIN GALAȚI

### Investește în oameni!

Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013

Axa prioritară 1: „Educația și formarea profesională în sprijinul creșterii economice și dezvoltării societății bazate pe cunoaștere”

Domeniul major de intervenție: 1.2 Calitate în învățământul superior

Numărul de identificare al contractului: **POSDRU/86/1.2/S/63252**

Titlul proiectului: **„Dezvoltarea sistemului european de management al calificărilor universitare și valorificarea competențelor informale”**

**Subactivitate 2.4:** Transfer de bune practici pentru acțiuni de comunicare

**Subactivitate 2.5:** Transfer de bune practici pentru programarea de acțiuni de marketing de către universități

**Subactivitate 2.6:** Seminarii de formare pentru responsabilii cu comunicarea și orientarea studenților din cadrul universităților

## ATELIER NR. 1

### PLAN DE COMUNICARE ȘI MARKETING ÎN VEDEREA CREȘTERII GRADULUI DE PARTICIPARE LA ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR

*- proiect de studiu transnațional privind tehnicile de orientare profesională și consiliere a studenților necesar pentru elaborarea planului de comunicare -*

#### PERIOADA:

23 Martie 2012, 14.30 – 17.00

#### LOCUL DE DESFĂȘURARE:

UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ, București, Blv. Expoziției, Nr. 1B, Sector 1

#### PARTICIPANȚI:

1. PARASCHIV SMARANDA
2. PREOTEȘOIU BIANCA
3. SPĂLĂȚELU IONUȚ CRISTIAN
4. PIRTEA CĂTĂLINA
5. NICULAE LIVIU
6. AURILIO MICHELANGELO
7. BROASCĂ ALIN CONSTANTIN
8. HARIGA RALUCA
9. MUNTEANU ANDREEA CLARA

Ținând seama de bunele practici asimilate de la partenerii transnaționali, transmise în urma întâlnirilor de la Universita di Camerino la finele lunii Octombrie 2011 și de la Universitatea Danubius din Galați din perioada 27 Februarie – 1 Martie 2012, a fost organizat prezentul Atelier de lucru la sediul Universității Româno-Americane din București, Sala Senatului. Scopul organizării Atelierului este culegerea de informații utile pentru elaborarea planurilor de comunicare și marketing pentru studenți și pentru universitate (activități directe de servicii și comunicare).

În cadrul atelierului denumit *Plan de comunicare și marketing în vederea creșterii gradului de participare la învățământul superior* s-au discutat următoarele probleme:

### 1. Care sunt categoriile de adresați?

STUDENTILOR. EI AU MAI MULTE INFORMATII IN DOMENIU SI POT CHIMBA MULTE. UN BUN SPIRIT DE ECHIPA SI MULTA CONVINGERE

AR TREBUI ADRESATE TUTUROR ELEVILOR, VIITORIOR STUDENTI CE DORESC SA DEVINA MANAGERI. TOTI TREBUIE INFORMATI

ELEVILOR PENTRU A-I AJUTA SA-SI ALEAGA DRUMUL, DAR SI PARINTILOR IN EGALA MASURA

STRICT ELEVILOR DE LICEU, DAR NU ESTE EXCLUSA ADRESAREA SI CATRE STUDENTI, DEOARECE EI DETIN MAI MULTE INFORMATII

PARINTILOR, COPIILOR, ELEVILOR

STUDENTILOR SI ELEVILOR DIN LICEU

### 2. Ce instrumente de comunicare pot fi utilizate pentru îmbunătățirea, dezvoltarea și eficientizarea serviciilor de mobilități și cooperare internațională?

CONFERINTE, TARGURI SI EXPOZITII, PLIANTE, AFISE

SITE-URILE DE SOCIALIZARE, CONFERINTE, WORKSHOPURI

MASS-MEDIA, INTERNET, SOCIALIZARE

INTERNET, SITE-URI DE SOCIALIZARE

CONFERINTE, DEZBATERI

MASS-MEDIA, INTERNET

### 3. Care sunt elementele de inovare?

MAI PUTINA TEORIE SI MAI MULTE LUCRURI PRACTICE

RECLAMA LA OBIECT SI CONCISA

SA AUD CEVA DE LA O PERSOANA DE SPECIALITATE CARE SA MA CONVINGA SI SA IMI DORESC SA URMEZ CARIERA ACEEA

MESAJ PLIN DE IMAGINATIE, USOR DE RETINUT. CONTEAZA SI EMITENTUL  
MAI PUTINA TEORIE SI MAI MULTE LUCRURI PRACTICE  
AVANTEJE SI DEZAVANTAJE PENTRU FIECARE JOB

**4. Care sunt resursele umane implicate sau care pot fi atrase în aceste tipuri de activități?**

SA APELAM LA CINEVA SPECIALIZAT IN DOMENIU  
COLABORARE CU FIRME SPECIALIZATE  
FIRMA SPECIALIZATA SI IMPLICAREA SPECIALISTILOR PROPRII  
SPECIALISTII PROPRII  
COMUNITATEA ACADEMICA SI SPECIALISTII  
ELEVI, PROFESORI, PENTRU CA EI STIU CEL MAI BINE CE VOR SA AUDA

**5. Care sunt scenariile potențiale?**

PENTRU UN SCENARIU POZITIV TOTUL TREBUIE SA FUNCTIONEZE,  
ANUNTURILE SA FIE CLARE SI CONCISE. CA SCENARIU NEGATIV IROSIREA  
BANILOR FARA A SE AJUNGE LA ATINGERA OBIECTIVULUI  
MULTE POSIBILITATI... INFIINTAREA UNUI SITE, SAMPLING, POST RADIO TV,  
CONFERINTE. NEGATIV-...  
INFORMATIILE SA ISI ATINGA RECEPTORUL. NEGATIV- DETALIILE ESENTIALE SA  
NU AJUNGA LA RECEPTOR  
INFORMATIILE SA ISI ATINGA RECEPTORUL. NEGATIV- DETALIILE ESENTIALE SA  
NU AJUNGA LA RECEPTOR  
INFORMATIILE SA ISI ATINGA RECEPTORUL PRIN CANALE MEDIA DIVERSE  
MESAJUL SA AJUNGA LA SURSA. NEGATIV DISTORSIONAREA MESAJULUI PANA  
LA RECEPTOR

**Data,**  
26 Martie, 2012

**Întocmit,**  
Iuliu Marin Ivănescu