

RAPORT
PRIVIND ACTIVITATEA DE COMUNICARE,
RELAȚII PUBLICE ȘI MEDIA

A UNIVERSITĂȚII DE MEDICINĂ, FARMACIE, ȘTIINȚE ȘI
TEHNOLOGIE „GEORGE EMIL PALADE” DIN TÂRGU MUREȘ
2025

Introducere	3
1. Informare și relații publice	4
1.1. Comunicare și promovare multimedia	4
1.2. Instrumente digitale de comunicare	5
1.3. Studioul UMFST Live	6
2. Evenimente	7
3. Promovarea ofertei educaționale	13
3.1. Caravana UMFST	13
3.2. Tururi ghidate ale campusului	18
3.3. Târguri educaționale	19
4. Vizibilitate și impact	19
4.1. Site-ul universității	20
4.2. Rețele sociale	20
4.3. Mass-media	22
5. Resurse educaționale multimedia	23
6. Măsurile organizatorice	23

Introducere

UMFST G.E Palade Târgu Mureș promovează o politică de deschidere și transparență față de societate, asigurând accesul liber la informațiile de interes public. Comunicarea eficientă și promovarea strategică reprezintă piloni esențiali în consolidarea imaginii și vizibilității universității, iar în anul 2025, anul în care au fost aniversați 80 de ani de excelență academică și istorie instituțională, s-a desfășurat o gamă largă de activități și evenimente menite să asigure interacțiuni de informare constantă în cadrul comunității academice, către partenerii instituționali și publicul larg, prin extinderea canalelor de informare și utilizarea unor instrumente moderne de promovare.

Cele mai **semnificative realizări** din perspectiva activităților de comunicare, promovare și vizibilitate, exprimate sintetic, au fost:

- realizarea unui **flux permanent de comunicate și informări: aproximativ 400 de știri** afișate pe site, **peste 1500 de comunicări** pe rețelele sociale;
- utilizarea activă a **8 rețele sociale și platforme, info point-uri în campus, ecranul publicitar** din centrul orașului și **totemuri digitale**;
- realizarea unui **buletin electronic informativ (newsletter) lunar**, ca instrument de comunicare internă și externă, fiecare număr având **peste 300 de vizualizări**;
- **12 serii distincte de emisiuni**, la care se adaugă reportaje și transmisiuni, însumând **207 materiale video** realizate în cadrul Studioului UMFST Live;
- activități de promovare și organizare a **peste 250 de evenimente academice, științifice, culturale și sociale**;
- **îmbunătățirea prezenței în mediul digital**: trafic și vizibilitate crescută ca impact, abonați, vizualizări și audiență a instrumentelor digitale (site, rețele sociale, YouTube);
- **aproximativ 1.800 de apariții în presa scrisă și audio-video** la nivel local, național și internațional;
- promovarea ofertei educaționale: **Caravana UMFST 2025 în 76 de licee** la nivel național, din **17 județe, 34 localități – peste 10.000 elevi informați**;
- organizarea a **30 de tururi ghidate ale campusului pentru cca. 900 de elevi** din diverse licee și școli;
- participarea la **4 târguri educaționale** în România și Moldova.

Activitățile în acest domeniu sunt realizate de către Compartimentul Comunicare, Relații Publice și Media (CRPM), care are rolul de comunicare internă și externă, de a promova proiectele și activitățile universității, imaginea universității, la nivel local, național și internațional, de a sprijini organizarea evenimentelor și de a asigura comunicarea prin intermediul site-ului oficial, a buletinului electronic, a studioului UMFST Live, a info point-urilor, totemurilor, ecranului publicitar exterior (din centrul orașului) și a rețelelor sociale.

CRPM este o structură din cadrul Serviciului University Press și Media, aflată în coordonarea Prorectoratului Relații internaționale, Rețele universitare și Relații publice și subordonată organizatoric Direcției General Administrative, respectiv Directorului General Administrativ Adjunct 2. Din punct de vedere a resursei umane, CRPM are un coordonator, un responsabil comunicare și relații publice, două persoane responsabile de grafică și fotografie, două persoane responsabile cu activitatea studioului UMFST Live și două persoane responsabile de organizarea evenimentelor, promovare și marketing.

1. Informare și relații publice

Activitățile de informare și relații publice au structurate pe trei direcții principale:

- **Comunicare și promovare multimedia;**
- Utilizarea **instrumentele digitale de comunicare**, care au consolidat prezența universității în mediul online;
- **Studioul UMFST Live**, un vector esențial în promovarea prin producții video dedicate.

1.1. Comunicare și promovare multimedia

Prin utilizarea unor canale și tehnici de comunicare variate, de la conferințe de presă și materiale media dedicate până la evenimente de anvergură și prezență activă pe rețelele sociale, universitatea și-a extins audiența și vizibilitatea.

Au fost desfășurate o serie de **activități de relații publice**:

- Comunicare internă și externă;
- Organizarea conferințelor de presă: comunicate, invitații, mape, protocol, feedback mass-media;
- Crearea materialelor de promovare a universității: comunicate și informări de presă, invitații de presă, interviuri, articole, știri, creare de conținut pentru site-ul Universității și rețelele sociale;
- Monitorizare media: presa scrisă, TV, radio, preluări de pe site cu citarea sursei, raportarea aparițiilor în mass-media;
- Utilizarea site-ului UMFST, a rețelelor sociale, a info point-urilor și a ecranului publicitar extern ca instrumente de comunicare;
- Utilizarea rețelelor sociale în vederea stabilirii unei comunicări directe cu publicul, precum și monitorizarea feedback-ului;
- Consolidarea brandului UMFST G.E. Palade Târgu Mureș prin realizarea revistei Alumni, a newsletter-ului, dar și prin realizarea de emisiuni educative în studioul UMFST Live;
- Actualizarea permanentă a bazei de date mass-media;
- Comunicarea permanentă cu jurnaliștii din presa locală și națională, precum și intermedierea întâlnirilor cu reprezentanții UMFST în vederea realizării de interviuri și știri;
- Participarea la conferințe, congrese, târguri, expoziții, evenimente publice și evenimente organizate în parteneriat cu alte instituții.

Au fost realizate diverse **materiale media**, care au sprijinit activitățile de promovare:

- Reactualizarea broșurii de prezentare a Universității;
- Realizarea revistei Alumni;
- Realizarea Newsletter-ului UMFST, cu apariție lunară;
- Materiale grafice (mape, notes, ecusoane, caiete program, caiete rezumat, semne de carte, autocolante, diplome, invitații etc.) pentru desfășurarea cu succes a evenimentelor;
- Pliante, afișe A3 și de mari dimensiuni, broșuri, albume foto și materiale de promovare: Preadmitere 2025, Admitere 2025, Festivitatea de absolvire, EDUMFST, Caravana UMFST, Olimpiada Națională de Biologie 2025, expoziții temporare la Muzeul Universității „George Emil Palade”, Concertul Orchestrei UMFST, Festivitatea de deschidere a anului universitar și a

anului școlar, evenimente desfășurate în cadrul Zilelor UMFST și alte activități științifice, sociale și sportive;

- Bannere și texte de promovare pentru emisiuni UMFST Live;
- Roll-up, bannere și alte materiale de exterior, foto-corner etc;
- Elemente de identitate de imagine și brand (design, creație și grafică online și print);
- Burtiere și alte elemente grafice necesare producțiilor video.

Au fost soluționate **4 solicitări informații de interes public** (informatiipublice@umfst.ro), toate în mod favorabil și în termenul legal de răspuns.

1.2. Instrumente digitale de comunicare

Într-o eră în care accesul rapid la informație este esențial, UMFST G.E. Palade Târgu Mureș a continuat în 2025 să își consolideze strategiile de comunicare, asigurând o prezență activă și diversificată în mediul digital:

- secțiunile **Știri și Evenimente/Manifestări Științifice** de pe site-ul universității au fost actualizate zilnic cu peste 180 de noutăți;
- **buletinul electronic informativ (newsletter)** al universității oferă o sinteză a celor mai relevante evenimente, proiecte și realizări academice, științifice și instituționale, include informații despre parteneriate internaționale, activități de cercetare, inițiative studentești, conferințe, workshop-uri și alte noutăți din viața universității. Scopul newsletter-ului este de a menține comunitatea academică și partenerii externi la curent cu evoluțiile și oportunitățile din universității;
- **ecranul publicitar exterior** din centrul orașului Târgu Mureș, **totemurile exterioare** din campusurile universității și **info point-urile** amplasate în clădirea centrală, la Facultatea de Medicină Dentară, la Facultatea de Farmacie, la Facultatea de Economie și Drept și la Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației au reprezentat o sursă constantă de informare pentru comunitatea academică și comunitatea locală;
- **emisiuni și materiale video** menite să promoveze proiectele, activitățile și evenimentele Universității, realizate prin intermediul studioului UMFST Live s-au realizat, în anul 2025. Materialele video realizate au evidențiat dinamica academică, viața studentască și deschiderea internațională;
- în vederea stabilirii unei comunicări directe cu publicul și pentru a monitoriza feedback-ul, universitatea a fost prezentă și pe următoarele rețele sociale: Facebook, Instagram, LinkedIn și TikTok. Conturi pe platforme de tip rețele sociale oficiale:
 - **Facebook:** facebook.com/umfst
 - **Instagram:** [@instaumf](https://instagram.com/instaumf)
 - **YouTube:** youtube.com/@UMFSTLive
 - **LinkedIn:** linkedin.com/school/umfst
 - **Tik Tok:** tiktok.com/@umfstok
 - **Facebook – extensia Bistrița:** facebook.com/umfstbistrita
 - **Facebook Liceul UMFST „George Emil Palade”:** facebook.com/liceulumfst
 - **Instagram Liceul UMFST „George Emil Palade”:** [instagram/liceul_umfst](https://instagram.com/liceul_umfst)

- **Facebook Colegiul UMFST „George Emil Palade” – filiala Târnăveni** (pagină creată în anul 2025): facebook.com/colégiulumfsttarnaveni
- **Instagram Colegiul UMFST „George Emil Palade” – filiala Târnăveni** (cont creat în anul 2025): instagram.com/colégiul_umfst_tarnaveni
- **Facebook Inspire – Primul student din familie** (pagină creată în anul 2025 pentru promovarea activităților din cadrul proiectului INSPIRE): facebook.com/inspireumfst

1.3. Studioul UMFST Live

În anul 2025 au fost realizate și distribuite pe platformele Facebook, YouTube și Instagram **207 materiale video**. Conținutul a inclus emisiuni de platou, spoturi, reportaje, transmisiuni ale diferitelor evenimente științifice, culturale și sociale.

Emisiunile produse în cadrul studioului UMFST Live au fost distribuite în **12 cicluri**, fiind realizate de următorii colaboratori:

1. **Banca din față** – elevi din cadrul Liceului UMFST
2. **Incursiuni către sine** – Cristina Cojocaru, Cosmin Popa
3. **În cheia Fa cu Profa** – Maria Dorina Pașca
4. **Student Life** – Melisa Micu, Radu Mesaroș, Cristina Kelemen, Bianca Movileanu, Dragoș Naste, Cosmina Cidir, Larisa Arieșan, Daniel Marin
5. **UE – Mituri și realități** – Mihaela Natea, Lako Cristian, Simion Costea
6. **Punct și de la capăt** – Radu Mesaroș
7. **Made in UMFST** – Teodora Mîndru, Cezar Sigmirean, Melisa Micu, Melisa Rîtea, Anca Rusu, Cristian Măgură
8. **ESTIEM Talk** – Bianca Movileanu, Melisa Rîtea
9. **UMFST Internațional** – Larisa Arieșan, Diana Chiorean, Melisa Micu, Teodora Mîndru, Andrea Albert
10. **Oameni și fapte** – Teodora Mîndru
11. **Voci în arbitraj** – Edvin Biro, George Grigorescu, Eduard Moldovan
12. **Mituri despre farmaciști** – Alexandra Groșan

Producție studio UMFST Live	2025	2024	Variație
Emisiuni	86	140	-38,57%
Reportaje	38	37	+2,70%
Spoturi	15	16	-6,25%
Transmisiuni în direct	27	26	+3,85%
Evenimente instituționale	41		

Performanța canalului de YouTube UMFST Live

În perioada analizată, canalul de YouTube UMFST Live a înregistrat rezultate relevante în ceea ce privește vizibilitatea instituțională și interacțiunea cu publicul online, consolidând rolul platformei ca instrument de comunicare digitală.

Indicatori principali: impact total de **1.993.479 utilizatori**, **5.978 abonați** și **188.600 vizualizări**.

Comparativ cu anul 2024, constatăm:

- În anul 2025 se constată o scădere a impactului total (-13,33%), indicând **o reducere a numărului de utilizatori unici atinși**.
- În schimb, **numărul de abonați a crescut semnificativ (+24,99%)**, ceea ce reflectă o creștere a fidelizării și a interesului constant al publicului.
- **Vizualizările au înregistrat o creștere de 13,75%**, sugerând un nivel mai ridicat de implicare din partea utilizatorilor existenți.
- **Tendința generală indică o tranziție de la expunere largă la interacțiune mai profundă, cu accent pe calitatea engagement-ului.**

Structura audienței: public majoritar tânăr, cu distribuție pe grupe de vârstă: 18–24 ani (21,9%), 25–34 ani (29,2%), 35–44 ani (16,8%), 45–54 ani (20,7%), 55–64 ani (7,4%) și 65+ (4,3%). Din punct de vedere al genului, audiența este formată din 57,7% femei și 42,3% bărbați. Accesarea conținutului se realizează preponderent de pe telefonul mobil (68%), urmat de computer (14,8%), TV (13,7%) și tabletă (3,5%).

În anul 2025 strategia de comunicare a fost orientată cu prioritate către dezvoltarea canalului de YouTube și a paginii de Instagram, în contextul schimbării comportamentului de consum media al categoriilor de vârstă 18–24 și 25–34 de ani, care utilizează aceste platforme în mod preferențial față de Facebook.

În pofida modificărilor frecvente ale algoritmilor platformelor sociale, canalul de YouTube UMFST Live a înregistrat **1.300 de abonați noi, o creștere de 14% a vizualizărilor și o majorare cu 33% a timpului total de vizionare**. De menționat că **91,8% dintre vizualizări au provenit de la utilizatori neabonați**, ceea ce indică un nivel ridicat de interes din partea publicului larg și un potențial sporit de conversie în abonați.

Pe parcursul anului 2025, producția de materiale video de scurtă durată (spoturi și reportaje) a fost dezvoltată în mod constant. Deși acest tip de conținut a presupus un consum mai ridicat de resurse comparativ cu emisiunile de platou, analiza indicatorilor relevă un **impact sporit asupra audienței tinere**, contribuind semnificativ la creșterea vizibilității și a timpului de vizionare.

2. Evenimente

În 2025 s-au desfășurat peste **270 de evenimente academice, științifice, culturale și sociale**.

Creșterea semnificativă a numărului de evenimente organizate în anul 2025 (față de 94 în 2024, respectiv **+187,23%**) este determinată în mod direct de **marcarea a 80 de ani de excelență academică** a universității. Aniversarea a generat un calendar amplu de manifestări academice, culturale și instituționale, contribuind decisiv la intensificarea activităților, la consolidarea identității instituționale și la creșterea vizibilității universitare.

Pentru organizarea acestora CRPM a desfășurat **activități cu responsabilități multiple**:

- Stabilirea obiectivelor și tipului de eveniment;
- Sprijin în organizarea de evenimente cu caracter științific, educativ, social și cultural;
- Asigurarea suportului în alegerea logisticii (sonorizare, proiecții, sunet, lumini, butaforie etc.);
- Realizare materiale foto (realizare și prelucrare) și video (înregistrare, reportaj, live);
- Coordonarea echipei de voluntari VIFU CRPM (asigurare foto, recepție și înregistrare participanți, suport în desfășurarea evenimentelor, rezolvarea problemelor neprevăzute etc.);
- Realizare și monitorizare desfășurare program;

- Realizarea de materiale promoționale și materiale grafice pentru promovarea evenimentelor;
- Gestionarea materialelor promoționale și de prezentare;
- Realizarea catalogului de produse promoționale pentru UMFSTore;
- Realizarea referatelor pentru achiziția de materiale promoționale și publicitare;
- Evaluarea impactului evenimentului și colectarea feedback-ului participanților pentru îmbunătățirea calității serviciilor.

Agenda bogată de evenimente a inclus manifestări științifice de referință, evenimente educaționale, acțiuni de promovare a ofertei academice, dar și proiecte culturale și sociale care reflectă diversitatea și dinamismul comunității. Tabelul prezintă o selecție a celor mai relevante evenimente organizate pe parcursul anului 2025.

Nr. crt.	Manifestare științifică/Simpozion/Conferință	Luna promovării	Locul desfășurării
1.	Cursuri de pregătire pentru admitere	ianuarie - mai	online
2.	Workshop-uri în cadrul programului Company Hour	ianuarie - decembrie	UMFST
3.	Ziua Culturii Naționale	ianuarie	UMFST
4.	Ziua Culturii Naționale – extensia Bistrița	ianuarie	Extensia Bistrița
5.	Concursul județean de traduceri „Plurilingvism”	ianuarie	UMFST
6.	Conferința internațională ”Resilient Multicultural Societies in the Face of Hybrid Threats”	ianuarie	Aula Magna UMFST
7.	Simularea examenului de admitere la UMFST	ianuarie	Colegiul Național „Unirea”
8.	Lansare carte - Resilient Multicultural Societies in Face of Hybrid Threats	ianuarie	Aula Magna UMFST
9.	ENLACED Kick-off Transnational Project Meeting	ianuarie	UMFST
10.	Dezvelirea cufărului cu Eminescu	februarie	Muzeul Universității
11.	COALition - Staff Mobility	februarie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
12.	Concertele Orchestrei UMFST	februarie - decembrie	Sala Senatului UMFST
13.	Săptămâna lecturii la Liceul UMFST	februarie	Liceul UMFST
14.	Vizite și tururi elevi	februarie-noiembrie	UMFST
15.	Ziua Europeană a Numărului de Urgență 112 - iluminatul clădirii în culoarea roșie	februarie	UMFST
16.	Caravana UMFST	februarie - mai	UMFST
17.	Ziua Națională a Lecturii	februarie	UMFST
18.	Rolul proceselor de reglare emoțională în psihoterapie	februarie	University Forum
19.	TEDx	februarie	UMFST

Nr. crt.	Manifestare științifică/Simpozion/Conferință	Luna promovării	Locul desfășurării
20.	Semnarea acordului de colaborare cu Agenția Națională pentru Sport	februarie	UMFST
21.	Expoziția „Medicina de ieri - descoperită prin documente și obiecte”	februarie	Extensia Bistrița
22.	Workshop de publicare a unui articol științific	februarie	Extensia Bistrița
23.	Conferința de lansare a proiectului INSPIRE - Primul student din familie	februarie	UMFST
24.	Colocviul internațional De la parole au corps du monde. Lorand Gaspar à la croisée des langues, des cultures et des disciplines	februarie	UMFST
25.	Congresul științific UNIDENTIS	martie	Facultatea de Medicină Dentară
26.	Postuniversitaria	martie	Facultatea de Economie și Drept
27.	Conferința „Obezitatea pediatrică, o problemă de sănătate la nivel mondial”	martie	Extensia Bistrița
28.	FIT Sprint Lab Târgu Mureș	martie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
29.	Concert Orchestra UMFST cu ocazia Zilei Internaționale a Femeii	martie	Facultatea de Economie și Drept
30.	Workshop „Adevăr sau Provocare? – Ghid în 5 întrebări pentru depistarea știrilor false într-un super an electoral”	martie	Facultatea de Științe și Litere „Petru Maior”
31.	Crosul Caritabil „Aleg pentru mama”	martie	Târgu Mureș
32.	Clinical applications of Mindfulness into CBT	martie	University Forum
33.	National Moot Court Competition	martie	Curtea de Apel Târgu Mureș
34.	Gamificarea limbii române	martie	Liceul UMFST
35.	LIMITLESS - IT Summit Of Transylvania 2025	martie	Palatul Culturii Târgu Mureș
36.	Memorial Lecture Miskolczy Dezső	martie	UMFST
37.	UMFST-UMCH Research Day for Medical Students	martie	UMFST și UMCH
38.	Olimpiada Națională de Biologie	aprilie	UMFST
39.	Semnarea memorandumului UMFST-Microsoft	aprilie	UMFST
40.	Scaling up the commercialization of R&D - SUCReD	aprilie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
41.	Inginer pentru o zi	aprilie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
42.	Balul Primăverii la Liceul UMFST	aprilie	Liceul UMFST
43.	Ziua Bibliotecii. Drepturile de autor	aprilie	Biblioteca Județeană

Nr. crt.	Manifestare științifică/Simpozion/Conferință	Luna promovării	Locul desfășurării
44.	Lansarea cursului „Microcontrolere în Automotive” și inaugurarea Laboratorului Continental	aprilie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
45.	Șapte ani, o viziune – E pluribus unum!	aprilie	UMFST
46.	Concurs Dialog cultural plurilingv	aprilie	Centrul UNiX
47.	Semnarea protocolului de colaborare între UMFST și Federația Română de Fotbal	mai	UMFST
48.	CordX Masterclass	mai	UMFST
49.	SEESOF	mai	UMFST
50.	The Anatomy of Medical Research: Analysis of Romanian and International Practises	mai	UMFST
51.	TDK (Tudományos Diákköri Konferencia - Conferinta Stiintifica a Studentilor - MMDSZ)	mai	Centrul UNiX
52.	Neuro-n	mai	Casa de Cultură a Studenților
53.	Lansare emisiune filatelică Romfilatelia	mai	UMFST
54.	International Conference of ELSA Târgu Mureș on Law and Technology	mai	Facultatea de Economie și Drept
55.	Față în față cu angajatorii	mai	UMFST
56.	Bancnote românești sub lupa istoriei	mai	UMFST
57.	CordX Masterclass	mai	UMFST
58.	Ziua Porților Deschise la Liceul UMFST	mai	UMFST
59.	Noaptea Muzeelor	mai	UMFST
60.	Sesiune de informare Médecins Sans Frontières	mai	UMFST
61.	COALition - Întâlnirea consorțiului	mai	UMFST
62.	Congresul Marisiensis	mai	UMFST
63.	Conferința Națională a Colegiului Dieteticienilor	mai	Facultatea de Farmacie
64.	Conferința AiForRomania 2025	mai	UMFST
65.	Conferința Națională a Asociației de Studiu a Personalității	mai	Grand Hotel
66.	Orientare în carieră	mai	Casa de Cultură a Studenților
67.	Maratonul Resuscitării	mai	Shopping City
68.	Erasmus Staff Training Week	mai	Biblioteca UMFST
69.	Workshop de anatomie dedicat elevilor de la Centrul de excelență în Biologie din județul Mureș	mai	UMFST
70.	Flashmob - AntiSmokingMedicalEducation	mai	UMFST
71.	Curs energie solară COALition	iunie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
72.	Eveniment SEEOF și expoziție de tehnică militară	iunie	UMFST
73.	Conferința CARDIO Net	iunie	Târgu Mureș

Nr. crt.	Manifestare științifică/Simpozion/Conferință	Luna promovării	Locul desfășurării
74.	România după Marele Razboi. Reconstrucții politice, instituționale și culturale	iunie	UMFST
75.	65 de ani de învățământ stomatologic la Târgu Mureș	iunie	UMFST
76.	Serenadele studenților Facultății de Medicină Dentară	iunie	Facultatea de Medicină Dentară
77.	Festivitatea de încheiere a anului școlar la Liceul UMFST	iunie	Liceul UMFST
78.	Festivitatea de încheiere a anului școlar la Colegiul UMFST	iunie	Târnăveni
79.	Vizita ministrului Sănătății	iulie	UMFST
80.	Universitatea de vară pentru elevi	iulie	UMFST
81.	Simularea probelor sportive la programul Educație fizică și sportivă	iulie	UMFST
82.	Simularea examenului de admitere	iulie	UMFST
83.	Examenul de admitere la UMFST	iulie	UMFST
84.	Târgul universităților din România	iulie	Republica Moldova
85.	Vizita delegației din Grecia	iulie	UMFST
86.	Festivitatea de absolvire a promoției 2025 - UMCH	iulie	UMCH
87.	Cursurile festive ale absolvenților UMFST	iulie	UMFST
88.	Festivitatea de absolvire a promoției 2025 - UMFST	iulie	UMFST
89.	Școală de vară istorie	iulie	Turda
90.	Ceremonia militară de acordare a primului grad de ofițer	iulie	Târgu Mureș
91.	Semnarea parteneriatului strategic internațional cu Gulf Medical University	august	Emiratele Arabe Unite
92.	Ziua Limbii Române	august	Stadionul Trans-sil Târgu Mureș
93.	Energy Storage - COALition	septembrie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
94.	Festivitatea de deschidere a anului școlar la Liceul UMFST	septembrie	Liceul UMFST
95.	Competiția Bikeathon	septembrie	UMFST
96.	Festivitatea de deschidere a anului universitar	septembrie	UMFST
97.	Congresul Național de Farmacie	septembrie	Facultatea de Farmacie
98.	Conferința InterENG	octombrie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației
99.	Întâlnirea Alianței DIVERSE	octombrie	UMFST
100.	TechConnect	octombrie	Facultatea de Inginerie și Tehnologia Informației

Nr. crt.	Manifestare științifică/Simpozion/Conferință	Luna promovării	Locul desfășurării
101.	Conferința Națională a Asociației de Medicină de Laborator din România	octombrie	Sinaia
102.	Conferința Națională 200 de ani de la editarea primului dicționar etimologic al limbii române - LEXICONUL DE LA BUDA	octombrie	UMFST
103.	Simpozionul „Papiu Ilarian”	octombrie	Facultatea de Economie și Drept
104.	Ceremonia Halatelor	octombrie - decembrie	UMFST
105.	Noaptea Companiilor	octombrie	UMFST
106.	Simpozion UMFST & Societatea Internațională de Farmacoterapie Cardiovasculară (ISCP)	octombrie	UMFST
107.	Bienala Națională de Arhitectură	octombrie	UMFST
108.	UMF Technology Days – secțiunea UMFST	octombrie	UMFST
109.	Concursul internațional de pledoarii studențești	noiembrie	Deplasare SUA
110.	Concursul de traduceri Right Words	noiembrie	UMFST
111.	Conferința internațională „Legal transformations in response to emerging social, economic, and technological realities”	noiembrie	UMFST
112.	Ziua Mondială a Diabetului	noiembrie	UMFST
113.	Cursul grupurilor de lucru de Cardiologie Experimentală și Aritmii, Electrofiziologie și Dispozitive implantabile	noiembrie	UMFST
114.	Conferința internațională „Dialogul româno-european privind hipertensiunea pulmonară 2025: Parteneriat între experți și pacienți”	noiembrie	Facultatea de Farmacie
115.	Workshop „Sport în cercetare și sport”	noiembrie	Facultatea de Medicină Dentară
116.	Zilele UMFST – extensia Bistrița	noiembrie	Extensia Bistrița
117.	Simpozionul OSMDentis	noiembrie	Facultatea de Medicină Dentară
118.	Zilele Porților Deschise Universitare	decembrie	UMFST
119.	Zilele UMFST – peste 160 evenimente	decembrie	UMFST

Pe lângă activitățile menționate, CRPM a coordonat direct **proiectele specifice compartimentului:**

- *Proiecte media:* Newsletter UMFST, Revista Alunni;
- *Proiect educațional:* Caravana UMFST, Ziua Porților Deschise la Liceul UMFST „George Emil Palade”, Olimpiada Națională de Biologie 2025;
- *Proiecte culturale:* Concertele Orchestrei UMFST;
- *Emisiuni* realizate în studioul UMFST Live (cicluri de emisiuni).

3. Promovarea ofertei educaționale

Pentru a asigura o promovare eficientă a ofertei educaționale, UMFST G.E. Palade Târgu Mureș a desfășurat o serie de acțiuni strategice menite să crească vizibilitatea instituției și să ofere informații relevante viitorilor studenți. Principalele activități desfășurate în acest scop au vizat:

- Asigurarea suportului în realizarea materialelor de promovare a imaginii instituționale și a ofertei educaționale în colaborare cu Oficiul pentru Admitere (OAd);
- Realizarea și asigurarea bazelor de date necesare promovării ofertei educaționale în mediul online/ în format electronic;
- Colaborarea cu instituțiile de învățământ liceal, inspectoratele școlare, parteneri educaționali, în vederea promovării ofertei educaționale, realizării activităților de interes comun în domeniul educației și formării;
- Organizarea tururilor de vizitare a campusului UMFST, la solicitarea instituțiilor din învățământul preuniversitar;
- Asigurarea suportului în organizarea și derularea evenimentelor dedicate promovării ofertei educaționale, în mediul extern universității, asigurarea prezenței la târgurile educaționale la nivel local/național și internațional;
- Planificarea și organizarea activităților de promovare a ofertei educaționale în licee – Caravana UMFST;
- Promovarea imaginii instituționale prin participarea la târguri educaționale naționale și internaționale.

3.1. Caravana UMFST

Caravana UMFST G.E. Palade Târgu Mureș reprezintă acțiunea desfășurată anual în licee, la nivel național, cu scopul principal de a prezenta oferta educațională a universității.

În cadrul prezentărilor interactive, liceenii din clasele a XII-a și a XI-a au aflat despre programele de studii pe care le pot accesa în cadrul facultăților universității, modalitățile de admitere, experiența vieții de student, atât din punct de vedere al programului academic, cât și al oportunităților de dezvoltare personală, activități sociale, facilitățile educaționale, de cazare și burse, facilități sportive, evenimente organizate în cadrul asociațiilor studențești, etc.

Comparativ cu Caravana UMFST 2024, desfășurată în 51 de licee din 9 județe și 21 de localități, ediția din anul 2025 a cunoscut o **extindere semnificativă a ariei de promovare**, ajungând la **76 de licee din 17 județe și 34 de localități**, la nivel național. Creșterile înregistrate (**+49% licee, +89% județe și +62% localități**) reflectă **diversificarea formatului deplasărilor** (deplasări de 1 zi, 2 zile și deplasări individuale în perioada 14–17 aprilie 2025), precum și o **strategie consolidată de promovare instituțională**, orientată spre creșterea vizibilității și atractivității universității, astfel:

- Județul Brașov – Brașov
- Județul Bacău – Bacău, Onești
- Județul Vaslui – Vaslui, Bârlad, Huși
- Județul Bistrița Năsăud - Bistrița, Beclean, Năsăud, Teaca, Sângeorz-Băi
- Județul Neamț – Piatra Neamț, Târgu Neamț
- Județul Suceava – Suceava
- Județul Botoșani – Botoșani
- Județul Maramureș – Baia Mare

- Județul Harghita – Toplița, Gheorgheni, Subcetate, Odorheiu Secuiesc, Miercurea Ciuc
- Județul Covasna – Sfântu Gheorghe, Întorsura Buzăului
- Județul Cluj – Cluj Napoca, Câmpia Turzii
- Județul Galați – Galați
- Județul Hunedoara – Deva, Petroșani, Lupeni
- Județul Olt – Slatina
- Județul Satu Mare – Satu Mare
- Județul Vrancea - Focșani
- Județul Mureș - Târgu Mureș, Sighișoara

Județul Brașov: 5 licee, 22 cls a XI-a, 21 cls a XII-a, aprox. 600 elevi informați

Brașov – 13 februarie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 3 facultăți domeniul Sănătate: 3xMG/MM, 2xMD, 2xF)

1. Colegiul Național „Unirea” Brașov - 6 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a
2. Colegiul Național „Dr. Ioan Meșotă” - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a
3. Colegiul de Științe ale Naturii „Emil Racoviță” Brașov - 6 cls. a XI-a, 6 cls. a XII-a
4. Colegiul de Științe „Grigore Antipa” Brașov - 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a
5. Colegiul „Nicolae Titulescu” Brașov - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

Județul Bacău: 7 licee, 32 cls a XI-a, 33 cls a XII-a, aprox. 700-800 elevi informați

Bacău - Onești – 18-19 februarie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 3 facultăți domeniul Sănătate: 2xMG/MM, 1xMD, 1xF)

6. Colegiul Național „Ferdinand I” Bacău - 6 cls. a XI-a, 6 cls. a XII-a
7. Colegiul Național „Gheorghe Vrânceanu” – 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a
8. Colegiul Național „Vasile Alecsandri” Bacău - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a
9. Colegiul „Mihai Eminescu”, Bacău - 3 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a
10. Colegiul Național Pedagogic „Stefan Cel Mare” Bacău - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a
11. Colegiul Național „Dimitrie Cantemir” Onești - 7 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
12. Colegiul Național „Grigore Moisil” Onești - 6 cls. a XI-a, 6 cls. a XII-a

Județul Vaslui: 6 licee, 45 cls a XI-a, 45 cls a XII-a, aprox. 800 elevi informați

Vaslui - Bârlad - Huși – 27-28 februarie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 3 facultăți domeniul Sănătate: 1xMG, 1xMD, 1xF)

13. Liceul Teoretic „Mihail Kogălniceanu” Vaslui - 6 cls. a XI-a, 6 cls. a XII-a
14. Colegiul Economic „Anghel Rugină” Vaslui - 8 cls. a XI-a, 8 cls. a XII-a
15. Liceul Teoretic „Emil Racoviță” Vaslui - 7 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
16. Colegiul Național „Gh. Roșca Codreanu” Bârlad - 7 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
17. Liceul Teoretic „Mihai Eminescu”, Bârlad - 10 cls. a XI-a, 10 cls. a XII-a
18. Colegiul Național „Cuza Vodă”, Huși - 7 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a

Județul Bistrița Năsăud: 8 licee, 22 cls a XI-a, 29 cls a XII-a, aprox. 700-800 elevi informați

Bistrița - Beclean - Năsăud - Teaca – 04 martie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 6 facultăți: 2xMG/MM, 1xAMG, 1xMD, 1xF, 1xFITI, 2xSL, 1xFED)

19. Colegiul Național „Andrei Mureșanu” Bistrița - 8 cls. a XI-a, 8 cls. a XII-a
20. Colegiul Național „Liviu Rebreanu” Bistrița - 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a
21. Liceul Teoretic Sanitar Bistrița – 2 cls. a XI-a, 2 cls. a XII-a
22. Colegiul Tehnic „Infoel” Bistrița – 2 cls. a XII-a

23. Liceul cu Program Sportiv Bistrița - 2 cls. a XII-a
24. Colegiul Național „Petru Rareș” Beclean - 5 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a
25. Colegiul Național „George Coșbuc” Năsăud – 2 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a
26. Liceul Teoretic „Constantin Romanu Vivu” Teaca – 1 cls. a XI-a, 1 cls. a XII-a

Județul Neamț: 5 licee, 16 cls a XI-a, 20 cls a XII-a, aprox. 500 elevi informați

Piatra Neamț - Târgu Neamț – 06 martie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 4 facultăți: 1xMG, 1xF, 2xFITI, 1xFED)

27. Colegiul Național „Petru Rareș” Piatra-Neamț - 5 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a
28. Colegiul Național „Calistrat Hogaș” Piatra-Neamț - 6 cls. a XII-a
29. Colegiul Național "Gheorghe Asachi" Piatra Neamț - 5 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a
30. Colegiul Național de Informatică Piatra-Neamț - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a
31. Colegiul Național "Ștefan Cel Mare" Târgu Neamț - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

Județul Suceava: 5 licee, 35 cls a XI-a, 33 cls a XII-a, aprox. 600 elevi informați

Suceava – 12 martie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 4 facultăți: 2xMG/MM, 1xF, 2xFITI, 1xFED)

32. Colegiul Național „Mihai Eminescu”, Suceava - 7 cls. a XI-a, 6 cls. a XII-a
33. Colegiul Național „Ștefan Cel Mare”, Suceava - 6 cls. a XI-a, 6 cls. a XII-a
34. Colegiul Național „Petru Rareș” Suceava - 8 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
35. Colegiul Național de Informatică „Spiru Haret”, Suceava - 7 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
36. Colegiul Economic "Dimitrie Cantemir" Suceava - 7 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a

Județul Botoșani: 5 licee, 30 cls a XI-a, 32 cls a XII-a, aprox. 600 elevi informați

Botoșani – 13 martie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 4 facultăți: 2xMG/MM, 1xF, 2xFITI, 1xFED)

37. Colegiul Național „Mihai Eminescu” Botoșani - 8 cls. a XI-a, 8 cls. a XII-a
38. Liceul Teoretic „Grigore Antipa” Botoșani (Sanitar) - 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a
39. Colegiul Național „A. T. Laurian” Botoșani - 7 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
40. Colegiul Economic „Octav Onicescu” Botoșani - 7 cls. a XI-a, 8 cls. a XII-a
41. Liceul Pedagogic „Nicolae Iorga” Botoșani - 4 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a

Județul Maramureș: 5 licee, 28 cls a XI-a, 33 cls a XII-a, aprox. 600 elevi informați

Baia Mare – 21 martie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 3 facultăți domeniul Sănătate: 4xMG/MM, 1xBFK, 1xMD, 1xF)

42. Colegiul Național „Gheorghe Șincai” Baia Mare – 6 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
43. Colegiul Național „Vasile Lucaciu” Baia Mare - 6 cls. a XI-a, 8 cls. a XII-a
44. Colegiul Național „Mihai Eminescu” Baia Mare - 6 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
45. Liceul Teoretic „Emil Racoviță”, Baia Mare - 6 cls. a XI-a, 7 cls. a XII-a
46. Colegiul Economic „Nicolae Titulescu” Baia Mare – 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a

Județul Mureș: 3 licee, 14 cls. a XI-a, 13 cls a XII-a, aprox. 400 elevi informați

Târgu Mureș – 29 aprilie și 09 mai 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 3 facultăți: FITI, SL, FED)

47. Colegiul Economic „Transilvania” Târgu Mureș – 7 cls. a XI-a, 6 cls. a XII-a

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 4 facultăți: F, FITI, SL, FED)

48. Liceul Teoretic „Gheorghe Marinescu" Târgu Mureș - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

Sighișoara – 13 februarie 2025

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 3 facultăți domeniul Sănătate: 3xMG/ MM, 2xMD, 2xF)

49. Colegiul Național „Mircea Eliade” Sighișoara - 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a

Caravana individuală vacanță studenți – 14-17 aprilie 2025

Liga Studenților din Târgu Mureș – promovare individuală în liceele de proveniență/ echipe mixte studenți reprezentanți facultăți în liceele din zonele de proveniență

Județul Bistrița Năsăud: 1 liceu, 2 cls. a XI-a, 2 cls a XII-a, aprox. 80 – 100 elevi informați

Sângeorz-Băi

(student reprezentant domeniul Sănătate: 1xMM)

50. Liceul Teoretic „Solomon Haliță” Sângeorz-Băi - 2 cls. a XI-a, 2 cls. a XII-a

Județul Harghita: 6 licee, 6 cls a XI-a, 18 cls a XII-a, aprox. 500 elevi informați

Toplița - Gheorgheni - Odorheiu Secuiesc - Miercurea Ciuc - Subcetate

(echipă mixtă – studenți reprezentanți 2 facultăți domeniul Sănătate: 1xMG, 1xMD)

51. Liceul Teoretic „O. C. Tăslăuanu” Toplița - 4 cls. a XII-a

52. Colegiul Național „Mihai Eminescu” Toplița - 4 cls. a XII-a

53. Liceul „Miron Cristea” Subcetate - 1 cls. a XI-a, 1 cls. a XII-a

54. Liceul Teoretic „Sfântu Nicolae” Gheorgheni - 2 cls. a XI-a, 2 cls. a XII-a

55. Liceul „Marin Preda” Odorheiu Secuiesc – 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

56. Colegiul Național „Octavian Goga” Miercurea Ciuc - 4 cls. a XII-a

Județul Covasna: 2 licee, 6 cls a XI-a, 7 cls a XII-a, aprox. 150 elevi informați

Întorsura Buzăului - Sfântu Gheorghe

(studenți reprezentanți domeniul Sănătate: 2xMG)

57. Liceul Teoretic „Mircea Eliade” Întorsura Buzăului - 2 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

58. Colegiul Național „Mihai Viteazul” Sfântu Gheorghe - 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a

Județul Cluj: 2 licee, 5 cls a XI-a, 3 cls a XII-a, aprox. 100 elevi informați

Cluj Napoca - Câmpia Turzii

(studenți reprezentanți domeniul Sănătate: 2xMG)

59. Liceul Teoretic „Mihai Eminescu” Cluj Napoca - 3 cls. a XI-a, 2 cls. a XII-a

60. Liceul Teoretic „Pavel Dan” Câmpia Turzii- 2 cls. a XI-a, 1 cls. a XII-a

Județul Galați: 5 licee, 21 cls a XI-a, 20 cls a XII-a, aprox. 500 elevi informați

Galați

(studenți reprezentanți domeniul Sănătate: 2xMG)

61. Colegiul Național „Vasile Alecsandri”, Galați - 5 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a

62. Colegiul Național „Costache Negri”, Galați - 5 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a

63. Colegiul Național „Mihail Kogălniceanu”, Galați - 4 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a

64. Colegiul Național „Alexandru Ioan Cuza”, Galați - 4 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

65. Liceul „Emil Racovița”, Galați - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

Județul Hunedoara: 4 licee, 12 cls. a XI-a, 12 cls a XII-a, aprox.300 elevi informați

Deva – Petroșani - Lupeni

(student reprezentant domeniul Sănătate: 1xMM)

66. Colegiul Național „Decebal”, Deva - 2 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

67. Colegiul Național „Mihai Eminescu”, Petroșani - 4 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a
68. Colegiul Național de Informatică „Carmen Sylva”, Petroșani - 2 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a
69. Liceul Teoretic „Mircea Eliade”, Lupeni - 4 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

Județul Olt: 3 licee, 13 cls a XI-a, 12 cls a XII-a, aprox. 300 elevi informați

Slatina

(studenți reprezentanți domeniul Sănătate: 2xMG)

70. Colegiul Național „Ion Minulescu” , Slatina - 5 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a
71. Colegiul Național „Radu Greceanu” , Slatina - 5 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a
72. Liceul Teoretic „Nicolae Titulescu”, Slatina - 3 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

Județul Satu Mare: 1 liceu, 2 cls a XI-a, 3 cls a XII-a, aprox. 100 elevi informați

Satu Mare

(studenți reprezentanți domeniul Sănătate: 3xMG)

73. Colegiul Național „Ioan Slavici” Satu Mare - 2 cls. a XI-a, 3 cls. a XII-a

Județul Vrancea: 3 licee, 11 cls a XI-a, 11 cls a XII-a, aprox. 300 elevi informați

Focșani

(studenți reprezentanți domeniul Sănătate: 2xMG/ AMG MM)

74. Colegiul Național „Unirea”, Focșani - 4 cls. a XI-a, 5 cls. a XII-a
75. Colegiul Național „Al. I. Cuza”, Focșani - 4 cls. a XI-a, 4 cls. a XII-a
76. Colegiul Național Pedagogic „Spiru Haret”, Focșani - 3 cls. a XI-a, 2 cls. a XII-a

Concluzionăm că activitățile de promovare a ofertei educaționale desfășurate în cadrul Caravanei UMFST 2025, organizate și coordonate de Compartimentul de Comunicare, Relații Publice și Media, în colaborare cu conducerea facultăților, au contribuit în mod semnificativ la informarea a peste 10.000 de elevi din clasele a XI-a și a XII-a, provenind din cele 76 de instituții de învățământ liceal vizitate.

Modalitatea de organizare a activității, în ansamblul său, poate fi apreciată ca eficientă și de înaltă calitate, având în vedere rezultatele obținute, acestea fiind susținute de următorii factori:

- modul de organizare a colaborării cu conducerea facultăților și rolul coordonatorilor pe facultăți în identificarea și instruirea studenților reprezentanți, precum și în adaptarea conținutului și a modalităților de prezentare la specificul fiecărei facultăți;
- sprijinul administrativ și logistic asigurat de Direcția General Administrativă;
- coordonarea logistică și organizatorică a membrilor echipelor de promovare de către Compartimentul Comunicare, Relații Publice și Media, incluzând constituirea echipelor mixte, organizarea transportului și a deplasărilor, stabilirea modalităților de promovare la nivelul fiecărui liceu, programarea activităților de prezentare pe intervale orare, conform planificării agreeate cu conducerea liceelor, precum și asigurarea materialelor de promovare și a suportului pe întreaga durată a activităților desfășurate în teren;
- sprijinul constant oferit de Liga Studenților din Târgu Mureș pe parcursul întregii campanii de promovare.

Materialele de promovare utilizate în activitățile de promovare ofertă educațională Caravana UMFST 2025:

- filmul de prezentare a UMFST (proiectare film în cadrul activităților generale în amfiteatre/ pe clase (la decizia conducerii liceului), inclusiv materiale în format electronic predate directorilor

de licee/ consilieri educaționali, în vederea promovării universității și a ofertei educaționale cu ocazia orelor de consiliere și orientare în carieră, în rândul elevilor care nu au fost prezenți la activitățile desfășurate;

- spoturi de promovare viața studentască (proiecție);
- spoturi de promovare programe de studii facultăți;
- flyere ofertă educațională generală UMFST 2025 (20-25 buc/ clasă);
- broșura de prezentare a UMFST (1 - 2 buc/ clasă);
- broșura cu principalele aspecte ce privesc facilitățile materiale, financiare și de dezvoltare personală asigurate studenților UMFST - „avantajul de a fi student la UMFST” (4-5 buc/ clasă);
- semne de carte - QR code promovare viața studentască (20-25 buc/ clasă).

3.2. Tururi ghidate ale campusului

1. 21 februarie 2025, 40 elevi din liceele brașovene (Colegiul Nicolae Titulescu Brașov, Colegiul Național „Dr. Ioan Meșotă” Brașov, Colegiul Național „Unirea” Brașov) în cadrul proiectului „Știința înseamnă cunoaștere”.
2. 05 aprilie 2025, Grădinița cu P.P. nr. 16 Târgu Mureș, 30 preșcolari.
3. 08 aprilie 2025, Colegiul Național „Unirea” Târgu Mureș, 18 elevi, cls. I B.
4. 08 aprilie 2025, Școala Gimnazială Rebreanu, cls a II-a, 20 elevi.
5. 10 aprilie 2025, Școala Gimnazială Rebreanu, cls a II-a, 27 elevi.
6. 14 aprilie 2025, Colegiul Național „Al. Papiu Ilarian”, 41 de elevi, cls. a V-a și a VI-a.
7. 14 aprilie 2025, Liceul Tehnologic „Gh. Șincai” Târgu Mureș, 34 elevi cls. a X-a.
8. 14 aprilie 2025, Școala Gimnazială Europa, 25 elevi, cls. a IV-a B.
9. 15 aprilie 2025, Școala Gimnazială Europa, 20 elevi, cls. a I-a B.
10. 15 aprilie 2025, Liceul Tehnologic „Gh. Șincai” Târgu Mureș, 34 elevi, cls. a X-a, și 28 elevi cls. a IX-a.
11. 16 aprilie 2025, Colegiul Național „Al. Papiu Ilarian”, 28 elevi cls. a XI-a.
12. 05 mai 2025, Grădinița cu P.P. nr. 16 Târgu Mureș, 30 preșcolari grupa mare.
13. 06 mai 2025, Școala Gimnazială Dacia, Grădinița cu P.P. nr. 10, Tg. Mureș, 37 elevi și preșcolari.
14. 06 mai 2025, Grădinița cu P.P. Sâncraiu de Mureș, 20 preșcolari.
15. 07 mai 2025, Școala Gimnazială „Bernady Gyorgy”, 19 elevi, cls. a VII A.
16. 07 mai 2025, Colegiul Național de Artă, Târgu Mureș, 24 elevi, cls. a IX-a.
17. 07 mai 2025, Liceul Teoretic Dr. Lindt, Câmpenița, 15 elevi liceu.
18. 08 mai 2025, Școala Gimnazială Câmpeni, Alba, 20 de elevi, clasa a III-a.
19. 27 mai 2025, Grădinița cu P.P. Sâncraiu de Mureș, 23 preșcolari.
20. 09 septembrie 2025, Liceul Romano-Catolic Târgu Mureș, 50 de elevi, cls. a II-a și a III-a.
21. 21 octombrie 2025, Colegiul Național de Artă Târgu Mureș, 22 elevi, cls. a V-a.
22. 21 octombrie 2025, interval orar 10.00-11.30, Grădinița cu P.P. „Căsuța din povești” Târgu Mureș și Școala Gimnazială Europa, 45 elevi și preșcolari.
23. 21 octombrie 2025, Școala Gimnazială „Avram Iancu” Alba Iulia, 26 de elevi, cls. a III-a.
24. 22 octombrie 2025, Liceul Teoretic „Gh. Marinescu” Târgu Mureș, 20 de elevi, cls. a XI-a.
25. 22 octombrie 2025, Liceul Româno-Finlandez Sibiu, 60 de elevi, cls. a VI-a.
26. 22 octombrie 2025, Colegiul Național Pedagogic „Mihai Eminescu” Târgu Mureș, 40 de elevi.
27. 24 octombrie 2025, Colegiul de Științe ale Naturii „Emil Racoviță” Brașov, 27 elevi cls. a XII-a, profil științele naturii.

28. 24 octombrie 2025, Colegiul Național „Al. Papiu Ilarian” Târgu Mureș, 25 de elevi, cls. a V-a.
29. 31 octombrie 2025, 60 elevi olimpici din Alexandria, în cadrul Programului Vocațional „România Inteligentă”.
30. 17 decembrie 2025, Colegiul Național de Artă Târgu Mureș, 18 elevi, cls. a VII-a.

3.3. Târguri educaționale

- Târg Educațional Râmnicu Vâlcea, 04 aprilie 2025.
Detalii activitate: Asigurarea reprezentării UMFST la cea de a III-a ediție a Târgului Educațional adresat elevilor din clasele a XI-a și a XII-a, organizat de ISJ Vâlcea, locație Shopping City Râmnicu Vâlcea (standuri în parcare și incintă).
- „Târgul de viitor” Bistrița, 9-10 aprilie 2025.
Detalii activitate: Asigurare suport extensia Bistrița în vederea participării la „Târgul de viitor”, organizatori Asociația POV21 în colaborare cu Inspectoratul Școlar Județean Bistrița-Năsăud și Muzeul Județean Bistrița-Năsăud.
- „Târgul Universităților din România”, Republica Moldova, 3-6 iulie 2025.
Detalii activitate: Asigurarea reprezentării UMFST la cea de-a XVI-a ediție a Târgului Universităților din România, desfășurat în patru orașe din Republica Moldova: Chișinău, Ungheni, Bălți și Căușeni.

Proiecte educaționale de consiliere și orientare școlară și profesională 2025:

Activități derulate în cadrul proiectului regional de orientare școlară și profesională „Știința înseamnă cunoaștere” ediția a III-a. Inițiator proiect Colegiul “Nicolae Titulescu” Brașov, partener proiect UMFST G.E. Palade Târgu Mureș:

- 13 februarie 2025, ora 13.00, în Aula Universității „Transilvania” Brașov a avut loc acțiunea de promovare a programelor de studii din domeniul Sănătate, la care au participat aproximativ 250 elevi din liceele brașovene;
- 21 februarie 2025, interval orar 10.00-14.00, vizită campus UMFST și prezentări la Facultatea de Farmacie, Medicină Dentară, Centrul de cercetări pentru plante medicinale și aromatice, Centrul de Simulare și Abilități Practice pentru 40 elevi din liceele brașovene (Colegiul „Nicolae Titulescu” Brașov, Colegiul Național „Dr. Ioan Meșotă” Brașov, Colegiul Național „Unirea” Brașov) în cadrul proiectului „Știința înseamnă cunoaștere”.

4. Vizibilitate și impact

UMFST G.E. Palade Târgu Mureș a urmărit să-și consolideze poziția în mediul online printr-un website modern, activitate intensă pe rețelele sociale și o comunicare eficientă prin newslettere și informări publice. Datele statistice privind traficul pe site-ul oficial și impactul postărilor din social media reflectă un interes crescut față de activitățile universității. Această secțiune prezintă analiza detaliată a indicatorilor de trafic și interacțiune online, evidențiind evoluția și eficiența strategiilor digitale implementate de universitate.

4.1. Site-ul universității

În anul 2025, CCRPM a acordat o atenție deosebită secțiunilor Știri și Evenimente de pe site-ul universității, unde au fost încărcate materiale, însoțite de grafică (banner) sau fotografii, care au reflectat dinamica universității și multitudinea de evenimente și proiecte derulate cu succes.

- Numărul total de utilizatori: 280.404, în creștere față de anul precedent (268.349)
- Numărul total de sesiuni deschise: 836.239, în creștere față de anul 2024 (448.740)
- Ziua cu cei mai mulți vizitatori pe site: 16 noiembrie 2025
- Numărul total de știri și evenimente publicate pe site-ul în limba română: 353, în creștere față de anul precedent (192)
- Numărul total de știri publicate pe site-ul în limba engleză: 55

Majoritatea vizitatorilor provin din România, din orașele: București, Târgu Mureș, Cluj-Napoca, Timișoara, Brașov, Iași.

În anul 2025, activitatea CCRPM în administrarea secțiunilor Știri și Evenimente ale site-ului universității a contribuit la **creșterea vizibilității și a interesului publicului**, reflectată printr-o **creștere de aproximativ 4,5% a numărului de utilizatori** și o **majorare de peste 86% a numărului de sesiuni deschise** față de anul 2024. Totodată, volumul de conținut publicat în limba română a înregistrat o **creștere de circa 84%**, iar publicarea constantă de materiale în limba engleză a susținut **consolidarea comunicării instituționale și a vizibilității internaționale**.

Newsletter UMFST. În anul 2025 s-au realizat 12 newslettere (1/lună), cel mai vizualizat dintre ele fiind cel aferent lunii august 2025 (510 vizualizări). Aceste buletine electronice informative se creează cu ajutorul aplicației Sway și se adresează atât comunității academice, cât și comunității locale.

4.2. Rețele sociale

Rețelele sociale reprezintă un vector esențial de comunicare și promovare pentru universitate, facilitând interacțiunea directă cu studenții, absolvenții și publicul larg. În anul 2025, platformele sociale au continuat să crească din punct de vedere a audienței și al interacțiunii. Performanțele obținute pe principalele rețele sociale sunt prezentate în continuare:

Facebook – pagină oficială, grupul de știri și grupuri asociate universității – fb.com/umfst

- Număr total urmăritori: 42.458, în creștere față de anul precedent (39.908)
- 74,8% femei, 25,2% bărbați
- Vizualizări conținut (clipuri video, postări, povești): 9.357.032, în creștere față de anul precedent (3.294.127)
- Vizite pagină: 507.457
- Interacțiuni cu conținutul (numărul de aprecieri sau reacții, salvări, comentarii, distribuiți și răspunsuri la conținut): 124.036
- Conținut: peste 1.500 de postări
- Click-uri totale pe conținut: 23.252
- Cele mai importante orașe: Târgu Mureș, București, Cluj-Napoca, Reghin, Brașov, Bistrița, Iași, Sibiu, Timișoara, Târnăveni.
- Postările cu cel mai mare impact: Marșul absolvenților UMFST, Festivitatea de absolvire UMFST

Instagram – @instaumf

- Numărul total de urmăritori: 13.429, în creștere față de anul 2024 (11.700)
- Conținut: 630 de postări, în creștere față de anul precedent (487)
- Principalele grupe de vârstă: 18-24 ani, 25-34 ani, 35-44 ani, 45 – 54 ani
- Sex: 71,8% femei și 28,2% bărbați
- Impactul paginii: 230.778 în creștere față de anul precedent (164.572)
- Numărul de situații în care conținutul a fost redat sau afișat: 7.884.231, în creștere față de anul 2024 (4.320.757)
- Numărul de clicuri, de atingeri sau de glisări pe linkurile din povești: 1.876
- Total vizite profil: 133.144, în creștere față de anul precedent (127.894)
- Principalele orașe: Târgu Mureș, București, Cluj-Napoca, Brașov, Sâncraiu de Mureș, Iași, Reghin, Bistrița

Tik Tok – @UMFSTok

- Numărul total de urmăritori: 2383 (față de anul precedent: 1584)
- Numărul total de aprecieri la videoclipurile postate: 3363 (creștere 23% față de an anterior)
- Vizualizări totale: 173.000 (față de 121.000 în 2024); distribuiri: 1.205 (an precedent: 640)
- Vârstă: 18-24 ani: 40%, 25-34 ani: 41%, 35-44 ani: 9%
- Proveniență: România (98%)
- Top 3 cele mai vizualizate postări: „Continuă propoziția...” cu dr. Marcel Perian și Promovare – Cerc studențesc de anatomie (realizator: student voluntar Eduardo Popescu, FM, MG); „Mândri de voi!” – short video Absolvire 2025 (producție UMFST Live)

Contul UMFSTok are o creștere constantă, cu un engagement bun, dar cu un număr mic de postări. Ca și în anul 2024, recomandăm mai multe videoclipuri cu studenți, viața universitară, testimoniale și momente amuzante legate de viața de student.

Facebook – extensia Bistrița

- Numărul total de urmăritori: 1.144, în creștere față de anul precedent (857)
- Numărul total de postări: 113, în creștere față de anul 2024 (74)
- Impactul postărilor: 359.701, în creștere față de anul 2024 (76.592)
- Numărul de aprecieri sau reacții, salvări, comentarii, distribuiri și răspunsuri la conținut: 5.379
- Cele mai importante orașe/localități: Bistrița, Târgu Mureș, Cluj-Napoca, București, Beclean, Vatra Dornei, Năsăud, Maieru, Reghin, Sângeroz-Băi

Facebook – Liceul UMFST „George Emil Palade”

- Numărul total de urmăritori: 882, dintre care 430 sunt urmăritori noi
- Conținut: 146 de postări, dintre care 105 au fost realizate în anul 2025
- Vizualizări: 714.102, în creștere față de anul 2024 (43.587)
- Numărul de aprecieri sau reacții, salvări, comentarii, distribuiri și răspunsuri la conținut: 19.600, în creștere față de 2024 (10.933)
- Cele mai importante orașe/localități: Târgu Mureș, București, Sâncraiu de Mureș, Reghin, Cluj-Napoca, Luduș, Sântana de Mureș, Bistrița, Brașov

Instagram – Liceul UMFST „George Emil Palade”

- Numărul total de urmăritori: 528, dintre care 271 sunt urmăritori noi
- Conținut: 110 postări, dintre care 78 au fost realizate în 2025

Facebook Colegiul UMFST „George Emil Palade” – filiala Târnăveni

- Numărul total de urmăritori: 189
- Conținut: 23 de postări

Instagram Colegiul UMFST „George Emil Palade” – filiala Târnăveni

- Numărul total de urmăritori: 74
- Conținut: 13 postări

Facebook Inspire – Primul student din familie

- Numărul total de urmăritori: 81
- Numărul total de postări: 18

În anul 2025, activitatea de comunicare digitală a universității a înregistrat o dezvoltare semnificativă și coerentă pe toate platformele de social media, reflectată prin creșterea constantă a comunităților online, a vizibilității conținutului și a nivelului de interacțiune. Facebook a rămas principalul canal de informare și promovare, generând un impact ridicat și un volum foarte mare de vizualizări și interacțiuni, în timp ce Instagram a consolidat relația cu publicul tânăr, prin creșterea engagementului și a consumului de conținut vizual. Platforma TikTok a înregistrat o evoluție constantă și un engagement bun, confirmând potențialul de creștere al acestui canal, în special în rândul publicului tânăr, iar paginile dedicate extensiilor și unităților de învățământ preuniversitar au contribuit la creșterea vizibilității locale și la diversificarea publicului. În ansamblu, rezultatele obținute în 2025 evidențiază eficiența strategiei de comunicare online, capacitatea de adaptare la specificul fiecărei platforme și rolul esențial al comunicării digitale în consolidarea imaginii, identității și culturii instituționale a universității.

4.3. Mass-media

UMFST G.E. Palade Târgu Mureș și-a consolidat vizibilitatea și în mass-media printr-o comunicare și diseminare activă a informațiilor. Au fost transmise comunicate și informări de presă referitoare la activitatea și proiectele universității, generând aproape 1.800 de apariții în presa (cu 2.000 de apariții mai mult decât în anul 2024) scrisă și audio-video, la nivel național și internațional.

Cele mai importante publicații locale și naționale care au publicat/preluat știrile UMFST sunt:

- Zi de Zi, Punctul.ro, AGERPRES, MsNews, Radio Mureș, Revista Transilvania Business, Revista Politici de Sănătate, Cuvântul Liber, Hotnews, Sănătatea Buzoiană și Mureș.ro.

De asemenea, universitatea a beneficiat de expunere prin intermediul unor posturi TV, precum:

- Pro TV, Antena 1, TVR Târgu Mureș, CITY TV, M9 TV și Ardeal TV.

Numărul lunar de apariții media:

Ianuarie: 86	Februarie: 152	Martie: 149	Aprilie: 147
Mai: 157	Iunie: 127	Iulie: 153	August: 106
Septembrie: 113	Octombrie: 177	Noiembrie: 144	Decembrie: 250

5. Resurse educaționale multimedia

UMFST G.E. Palade Târgu Mureș dispune de un studio multimedia dotat cu tehnologie de ultimă generație, ce asigură metode moderne de predare și o abordare intuitivă atât din perspectiva cadrelor didactice, cât și a studenților.

În cadrul studioului multimedia:

- au fost înregistrate **cursurile pentru admitere la: biologie, chimie organică și chimie anorganică;**
- studenții voluntari ai **Ligii Studenților** din Târgu Mureș, împreună cu preparatori și asistenți universitari au realizat **materiale video pentru studenții aflați în sesiune pe diverse teme și materiale pentru platformele de social media (TikTok și Ig) ale Ligii Studenților din Târgu Mureș.**

Materialele educaționale multimedia realizate contribuie la un proces didactic modern și de calitate, menit să întregască pregătirea studenților și candidaților UMFST G.E. Palade Tg. Mureș. Studenții voluntari din cadrul programului VIFU ajută pe partea logistică și tehnică la realizarea materialelor educative. De asemenea, acestea contribuie prin asigurarea unei imagini academice de excelență printr-o abordare integrativă și interdisciplinară a activităților academice, evidențierea calității programelor de studiu și cercetare, a modalităților de predare și interacționare cu studenții.

6. Măsuri organizatorice

În vederea eficientizării activităților de comunicare, promovare și relații publice, precum și pentru susținerea volumului crescut de activități desfășurate în anul 2025, se impune implementarea următoarelor măsuri organizatorice:

- consolidarea planificării anuale și semestriale a activităților de comunicare și promovare, cu stabilirea clară a priorităților și a calendarului de evenimente;
- optimizarea fluxurilor interne de lucru și a colaborării între departamente, în special în relația cu facultățile, structurile administrative și organizațiile studentești;
- dezvoltarea și standardizarea și în anul 2025 a procedurilor de organizare a evenimentelor și a activităților de promovare (desfășurător logistic, template-uri grafice, fluxuri de aprobare în Consiliu de Administrație etc.);
- diversificarea și adaptarea diferențiată a conținutului digital la specificul fiecărei platforme, cu accent pe formate video scurte și interactive, destinate publicului tânăr;
- susținerea și extinderea implicării studenților voluntari în activitățile de comunicare și promovare;
- monitorizarea constantă a indicatorilor de performanță (vizibilitate, engagement, trafic, conversie) în vederea ajustării strategiei de comunicare;
- identificarea oportunităților de instruire (cursuri de dezvoltare profesională) a resursei umane, în raport cu volumul și complexitatea activităților derulate;
- optimizarea spațiului de lucru (clădirea C21), care contribuie la consolidarea unui mediu de lucru pozitiv și colaborativ.

Analiza SWOT – CRPM

Puncte forte

- portofoliu divers și bine consolidat de canale de comunicare (site, rețele sociale, newsletter, UMFST Live, presă scrisă, posturi locale, radio etc.);
- capacitate ridicată de a gestiona simultan activități complexe de comunicare, promovare și organizare de evenimente;
- creștere constantă a vizibilității, a nivelului de interacțiune și a comunităților online;
- colaborare eficientă cu facultățile, structurile administrative și organizațiile studențești;
- conținut multimedia variat, adaptat diferitelor categorii de public;
- implicarea studenților voluntari, care aduc autenticitate și relevanță mesajelor.

Puncte slabe

- caracterul sezonier al activităților, cu perioade de vârf (admitere, evenimente majore) care presupun un efort concentrat într-un timp foarte limitat;
- timp redus pentru planificare strategică pe termen lung, din cauza prioritizării activităților operative;
- ritm intens de producție de conținut, care poate limita dezvoltarea unor proiecte creative de durată și de impact major;
- prezență încă în dezvoltare pe anumite platforme emergente, cu potențial ridicat în rândul publicului tânăr (ex: LinkedIn sau TikTok).

Oportunități

- interes crescut al publicului pentru conținut video, storytelling și formate interactive;
- potențial ridicat de conversie a publicului ocazional în comunități stabile și fidele;
- dezvoltarea colaborărilor cu parteneri media;
- extinderea comunicării internaționale prin conținut în limbi de circulație internațională.

Amenințări

- modificările frecvente ale algoritmilor platformelor de social media;
- suprasaturarea publicului cu informație digitală;
- creșterea competiției între universități în zona de promovare online;
- limitări de resurse financiare în raport cu așteptările tot mai ridicate privind vizibilitatea și comunicarea.

Ovidiu Chelărescu,
Coordonator Compartiment Comunicare, Relații Publice și Media
Serviciul University Press și Media