



CPFRME_1/26.1.2026

Raport de activitate pentru anul 2025

Compartimentul de Reprezentare și Promovare al Facultății de Farmacie

Preambul

Compartimentul de Promovare a facultății și Relația cu Mediul Economic (CPFRME) este structura organizatorică a Facultății de Farmacie responsabilă cu:

- Gestionarea imaginii publice a facultății
- Promovarea ofertei educaționale
- Evidențierea realizărilor întregii comunități academice a Facultății de Farmacie (cadre didactice, cercetători, studenți, masteranzi, doctoranzi)
- Administrarea prezenței digitale (website și social media)
- Dezvoltarea și implementarea strategiilor de marketing și comunicare
- Coordonarea campaniilor de promovare pentru admitere
- Organizarea evenimentelor de promovare (târguri educaționale, zile deschise, etc.)

CPFRME menține colaborări strânse cu:

- Structurile interne ale facultății (Consiliul Facultății, Comisii, Departamente, Discipline)
- Departamentele similare din universitate
- Organizațiile studențești
- Parteneri media și educaționali
- Alumni și potențiali candidați

Activitatea CPFRME contribuie direct la îndeplinirea obiectivelor strategice ale facultății privind vizibilitatea, recrutarea și poziționarea în peisajul academic.

Compartimentul de promovare a Facultății și relația cu mediul economic (CPFRME), a avut următoarea componență în 2025:

Președinte

Șef lucr. dr. Marius-Călin Cherecheș

Membri

Conf. univ. dr. Anca-Gabriela Cârje

Conf. univ. dr. Fülöp Ibolya

Conf. univ. dr. Ruxandra Ștefănescu

Șef lucr. dr. Alexandra Groșan

Șef lucr. dr. Valentin Ion

Student Jakab Maria-Antonia

Student Miklós Noémi

Activități

1) Actualizare informații website, creare conținut și distribuire informații evenimente ale facultății pe paginile *social media* ale Facultății de Farmacie

Activitate permanentă.

Responsabili:

- Website: conf. univ. dr. Anca-Gabriela Cârje, pagina în limba română, conf. univ. dr. Gáll Zsolt, pagina în limba maghiară, conf. univ. dr. Ruxandra-Emilia Ștefănescu, pagina în limba engleză. Din



2025, conf. univ. dr. Berța Lavinia a preluat responsabilitățile pentru administrarea site-ului facultății.

- Pagina Facebook, contul Instagram, cont Tik Tok @farmacie.umfst: șef lucr. dr. Marius-Călin Cherecheș.

2) Promovare concurs de preadmitere și admitere

2.a) Crearea și diseminarea pe pagina Facebook / contul Instagram / cont Tik Tok @farmacie.umfst a materialelor informative privind preadmiterea/admiterea. Membri ai CPFRME implicați: Șef lucr. dr. Marius-Călin Cherecheș.

2.b) Crearea de clipuri video pentru promovarea programelor de studii de licență cu ajutorul studenților Maria-Antonia Jakab, Andreea Cioloca, Andrei Mojolic. Materialele au fost ulterior distribuite folosind platformele de social media.

3) Creare de conținut media de promovare

Șef lucr. dr. Marius-Călin Cherecheș a coordonat activitatea de promovare pe platformele social media. Pentru realizarea unor materiale de promovare în social media, CPFRME a beneficiat de ajutorul studenților Amalia Cojocariu, Tudor Cotruș, Maria-Antonia Jakab, Andreea Cioloca, Andrei Mojolic, Darius Pinte.

Materiale din podcastul „Mituri despre farmaciști” au fost editate și difuzate pe canalele de social media pentru promovarea programelor de studii.

Scopul acestor materiale a fost de a informa publicul larg despre farmacie, farmacist și de a demontarea concepțiilor greșite despre profesia de farmacist și studiile de farmacie. Conținutul a fost distribuit pe canalul Youtube al universității și, fragmente, pe paginile facultății pe social media (Facebook, Instagram, TikTok).

4) Zilele Porților Deschise la Facultatea de Farmacie – promovare evenimente și organizare de către CPFRME, după caz

Nr. crt.	Data, vizitatori	Responsabili și organizatori
1.	„Știința înseamnă cunoaștere”, elevi din licee din Brașov și Sighișoara (50 elevi), 21 februarie 2025	Asist. Univ. Drd. Pinte Cezara
2.	Liceul Teoretic „Gh. Marinescu” Târgu Mureș – 20 elevi clasa a XI-a, profil Științe ale Naturii, 22 octombrie 2025	
3.	Colegiul de Științe ale Naturii „Emil Racoviță” Brașov – 27 elevi cls. a XII-a, profil Științe ale Naturii, 24 octombrie 2025	Conf. Univ. Dr. Cârje Anca Laborant Barabas Hajnalka Laborant Bacali Mădalina
4.	Liceul teoretic Dr. Lindt din Câmpenița, 7 mai 2025, 15 elevi	Conf. Univ. Dr. Cârje Anca Laborant Barabas Hajnalka Laborant Bacali Mădalina

5) Promovare în școli și licee



1. 8 aprilie 2025 în cadrul filialei Bistrița s-a desfășurat Ziua Porților deschise în cadrul căreia Conf. Univ. Dr. Berța Lavinia a prezentat oferta de programe de studii din cadrul Facultății de Farmacie și i-a introdus pe participanți în lumea magică a experimentelor chimice.

6) Implicare în organizarea Olimpiadei Naționale de Biologie, ediția 2025

În perioada 5-10 aprilie 2025 în cadrul universității noastre s-a desfășurat Olimpiada Națională de Biologie, în cadrul căreia Facultatea de Farmacie a participat, prin organizarea a trei workshopuri:

Boost your Immunity: comprimate masticabile cu vitamina C, organizatori colegii noștri de la catedra de Tehnologie Farmaceutică, Asist. Univ. Drd. Pinteza Cezara

Proprietățile ascunse ale substanțelor care modelează viața: de la Chimie la Biologie

coordonatori: Conf. Univ. Dr. Gâz-Florea Șerban Andrei, Șef Lucrări dr. Ion Valentin și Asist. Univ. Dr. Oancea Octavia.

Explorarea platelor medicinale de la Observație la Produs Fitoterapeutic, coordonatori: Prof. Univ. Tanase Corneliu și Șef de Lucr. Dr. Babotă Mihai

7) Colaborare cu Compartimentul ALUMNI pentru organizarea reuniunilor absolvenților facultății

Am fost implicați în organizarea și reprezentarea facultății la reuniunile absolvenților din promoțiile 1975, 1995, 2005 (2 reuniuni – liniile română și maghiară) și 2015.

Evenimente promovate în 2025:

1. Congresul Național de Farmacie 2025 desfășurat la Târgu Mureș
2. Congresul Marisiensis – manifestare tradițională a studenților
3. Congresul TDK - manifestare tradițională a studenților de la linia maghiară
4. Conferința Farmaciștilor Mureșeni –
5. Conferința „PharmacoFor” – brandul propriu al Asociației Studenților Farmaciști din Târgu Mureș
6. Serenadele Studenților 2025 - evenimentul emblematic al lunii absolvirii, care s-a bucurat de o largă apreciere în mediul online și pe rețelele sociale.
7. Festivitatea de absolvire a promoției 2025 – eveniment cu încărcătură simbolică și emoțională deosebită care conectează facultatea cu societatea, cu familiile absolvenților și cu alumni. Evenimentul a fost intens promovat și apreciat pe rețelele de social media.
8. Inaugurare Farmacie Universitare GAUDEAMUS. La eveniment au fost prezenți membrii ai conducerii universității, conf. univ. dr. Răzvan Prisada- președintele ANMDM și reprezentanți ai presei locale.
9. Invitația la ceai – Decembrie 2025, ediția 2, în coordonarea conf. univ. dr. Anca-Gabriela Cârje, conf. univ. dr. Ruxandra Ștefănescu și sef. lucr. dr. Laczkó-Zöld Eszter-Erika.
10. Inaugurarea centrului universitar de microproducție și dezvoltare fitopreparate și produse cosmetice FarmX și a gamei de produse cosmetice Gaudeamus-Laboratorium Botanicum, coordonator Conf. Univ. Dr. Ștefănescu Ruxandra.
11. 3 decembrie 2025, Ceremonia Halatului Alb s-a desfășurat în Farmacia universitară Gaudeamus eveniment dedicat studenților anului 1 de la profilele medicale
12. Seara de colinde – Decembrie 2025, prin implicarea tutorilor de an (anii 2 și 4): conf. univ. dr. Robert Alecaandru Vlad, sef. lucr. dr. Laczkó-Zöld Eszter-Erika, sef lucr. dr. Alina Balint, sef lucr. dr.



Kovács Béla, sef lucr. dr. Andreea Pricopie, sef lucr. dr. Bába László-István, sef lucr. dr. Cristina Filip și studenți de la toate specializările(Farmacie, Cosmetică Medicală și Tehnologia Produsului Cosmetic, Chimie Medicală, Nutriție și Dietetică).



Analiza principalilor indicatori ai prezenței imaginii facultății pe platformele de social media (graficele la finalul materialului – Fig 1-5)

1. Facebook

- Urmăritori totali: 5,678 (vs 5,145 în 2024)
- Vizualizări conținut: 1,300k (vs. 219.1K în 2024)
- Interacțiuni: 18,445 vs 17,866 (+10.7%)
- Vizite: 60,4 k (+14%)

2. Instagram

- Urmăritori totali: 1,721 (vs. 1,431 in 2024)
- Vizualizări totale: 392,9k (vs. 210,2k in 2024)
- Impact: 109,5k (vs 100.2K in 2024)
- Interacțiuni: 4,730 (vs. 5,829 in 2024)
- Vizite: 10,319

3. TikTok

Performanță Conținut

- Vizualizări video: 382k (vs. 588K in 2024)
- Urmăritori: 867 (+387)
- Aprecieri: 11k (vs 9.3K in 2024)
- Comentarii: 112 (vs. 266 in 2024)
- Distribuiri: 939 (vs. 387 in 2024)

Demografia audienței pe Tik Tok

- Gen: Femei: 66% (vs. 71%) și Bărbați: 33% (vs. 29%)
- Vârstă:
 - 18-24 ani: 24.9% (vs 29% in 2024)
 - 25-34 ani: 30.8% (vs. 28.8% in 2024)
 - 35-44 ani: 12.7% (vs. 15.2% in 2024)
 - 45-54 ani: 22.7% (vs. 17.1% in 2024)
 - 55+ ani: 8.9% (vs. 9.9% in 2024)

Concluzii ref activitate pe social media 2025

Performanță generală

Anul 2025 marchează o consolidare a prezenței digitale a Facultății de Farmacie, cu rezultate mixte care reflectă atât succese strategice, cât și provocări specifice fiecărei platforme. Reach-ul general a crescut substanțial (+86% vizualizări cumulate), confirmând relevanța conținutului nostru în peisajul competitiv al comunicării academice.

Tendențe

Facebook rămâne platforma cu cel mai solid impact organic, generând 1,3 milioane de vizualizări (creștere de 493% față de 2024).

Instagram demonstrează cea mai echilibrată evoluție, cu o creștere de 20% a comunității (de la 1.431 la 1.721 urmăritori) și aproape dublarea vizualizărilor (392k față de 210k). Totuși, scăderea cu 18,8% a interacțiunilor semnalează o nevoie de recalibrare a strategiei de engagement - conținutul ajunge la oameni, dar nu îi determină să interacționeze.

TikTok prezintă imaginea cea mai complexă: deși numărul de urmăritori a crescut cu 44,6% (de la 480 la 867), vizualizările au scăzut cu 35% (de la 588k la 382k), iar comentariile s-au redus la jumătate. Paradoxal, distribuiri au crescut cu 142%, sugerând că producem ocazional conținut viral, dar nu reușim să menținem consistență.

Schimbări în comportamentul audienței



Observăm o maturizare demografică pe TikTok: segmentul 25-34 ani a crescut la 30,8%, iar cel 45-54 ani la 22,7%, în timp ce publicul 18-24 ani a scăzut la 24,9%. Acest lucru indică fie o schimbare în natura platformei, fie o evoluție a strategiei noastre de conținut către teme mai profesionale și mai puțin axate pe entertainment pur.

Dominanța audienței feminine (66% pe TikTok) se menține constantă și reflectă atât demografia reală a profesiei farmaceutice, cât și comportamentul de consum media al acestui segment.

Ce a funcționat?

- Instagram și-a demonstrat potențialul de conversie superioară (de la vizualizare la follow) comparativ cu celelalte platforme
- Conținutul care a generat distribuiri pe TikTok a avut impact semnificativ, chiar dacă episodic

Ce necesită îmbunătățire?

- Strategia de retenție pe Facebook (vizualizări mari, dar creștere modestă de comunitate)
- Tipologia de conținut pe Instagram (vizualizări ridicate, dar engagement scăzut sugerează lipsă de call-to-action sau elemente interactive)
- Consistența pe TikTok (performanță oscilantă care indică lipsa unei strategii de conținut sustenabile)

Priorități pentru 2026 pentru promovarea în social media

Prioritate imediată:

- Dezvoltarea unui calendar editorial consistent pentru TikTok și Instagram Reels (1-2-3 postări/săptămână), axat pe behind-the-scenes din laboratoare, studenți și expertiză practică
- Optimizarea pentru engagement pe Instagram prin integrarea de elemente interactive (poll stickers, question boxes, carousel posts cu provocări vizuale)

Dacă vom avea resurse umane suplimentare:

- Focalizare pe video short-form (60-90 secunde) cu potențial de viralizare educațională
- Testare A/B sistematică pe timing-ul postărilor și tipologia de caption-uri
- Dezvoltarea unei strategii de user-generated content (colaborări cu studenți-ambasadori pentru autenticitate)
- Valorificarea maturizării demografice pe TikTok prin conținut orientat către decidenți (părinți, consilieri școlari) și tineri profesioniști interesați de reconversie
- Capitalizarea interesului crescut pentru wellness și științele sănătății în contextul post-pandemic
- Exploatarea avantajului competitiv local (Farmacia Universitară Gaudeamus, Grădina Botanică, Centrul de Microproducție FarmX) prin storytelling vizual distinctiv



Plan de măsuri cu scopul îmbunătățirii activității compartimentului

- Generarea unor materiale de conținut din viața de zi cu zi a studenților și promovarea lor pe canalele disponibile
- Inițierea unor campanii de promovare a profesiei de farmacist și a celorlalte profesii pregătite în facultate
- Capitalizarea prezenței Farmacie Universitare Gaudeamus (conținut generat acolo)
- Consolidarea relației cu absolvenții prin promovarea reuniunilor și conținut dedicate lor
- Realizarea unor activități care să implice mediul economic dincolo de simpla relație de furnizare a forței de muncă calificată și care să permită exploatarea capacităților de formare și cercetare ale facultății

Șef lucr. dr. Marius Calin Chereches
Coordonator CPFRME



Anexe: Date platforme social media

tici

ormanțele și altele.

Facebook

1 ian. 2025 – 31 dec. 2025
vs. 1 ian. 2024 – 31 dec. 2024

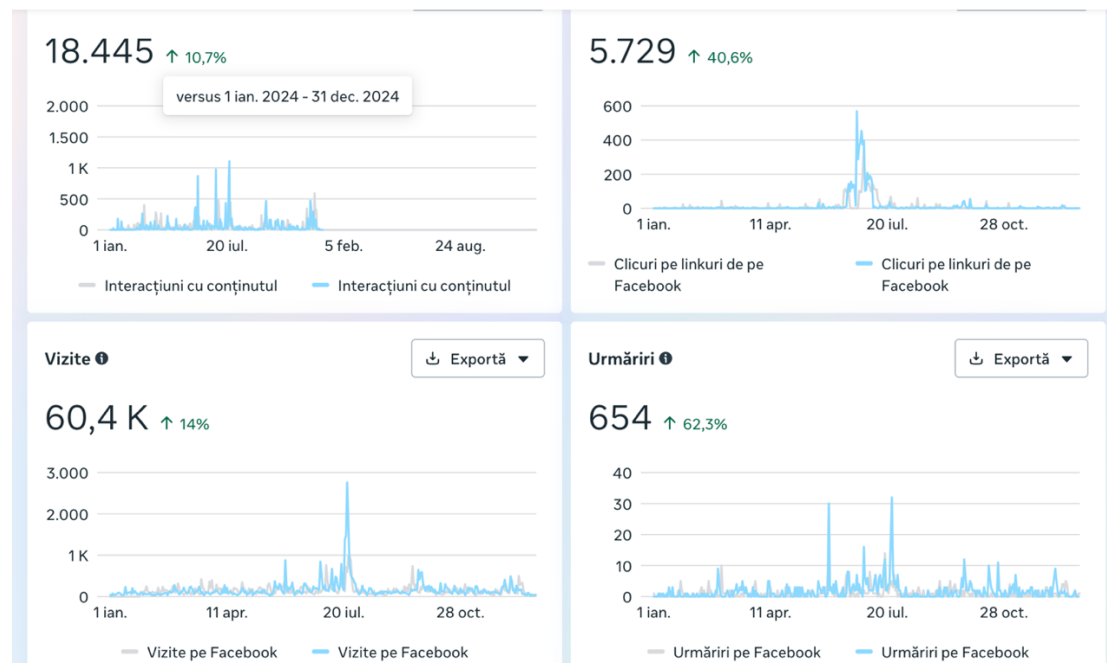


Figure 1: statistici cont Facebook, 2025

ci

manțele și altele.

Facebook

1 ian. 2025 – 31 dec. 2025

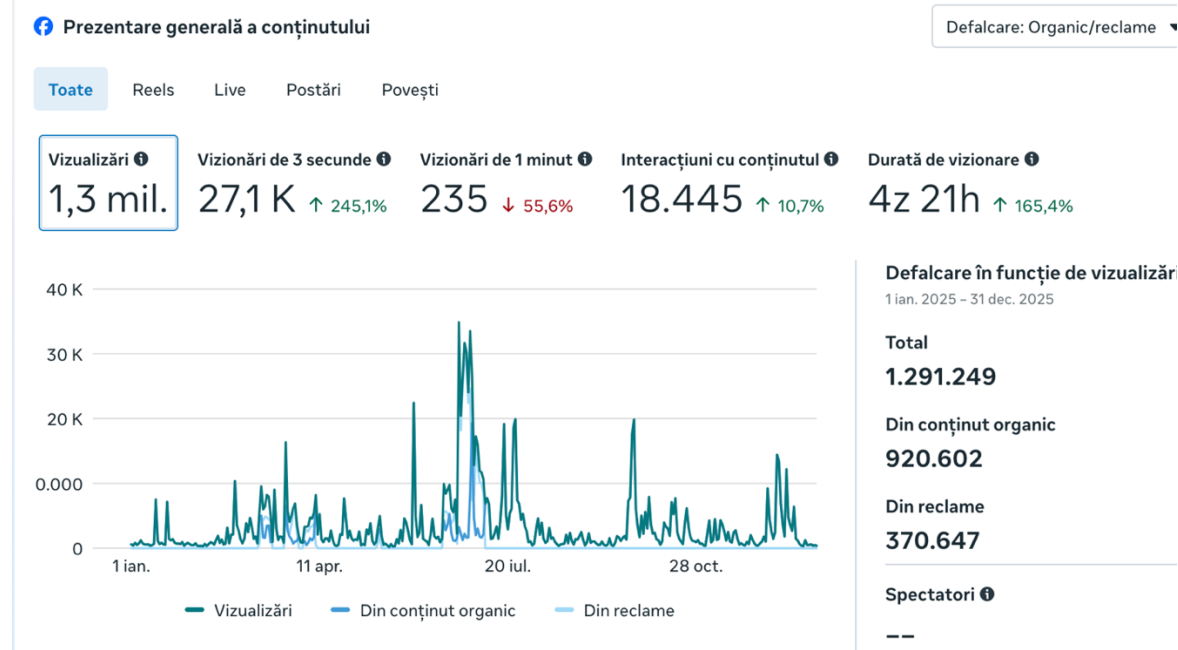


Figure 2: evolutie vizualizari, cont Facebook, 2026



ici

rmanțele și altele.

Instagram

1 ian. 2025 – 31 dec. 2025

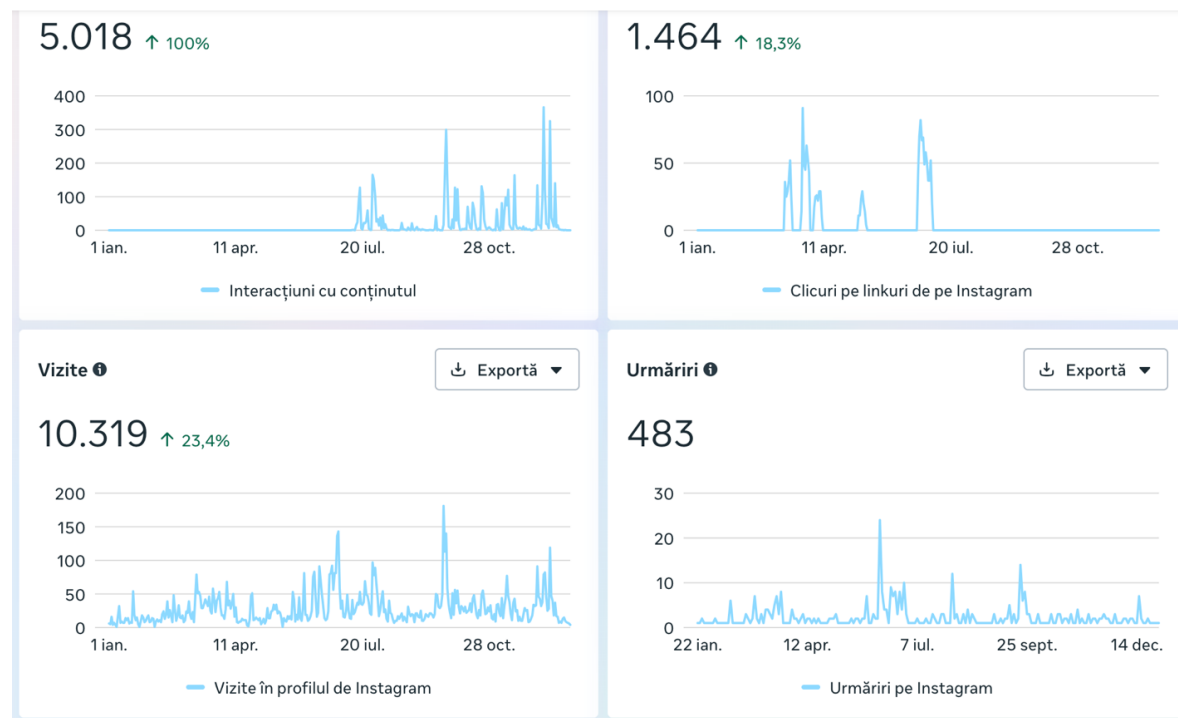


Figure 3: statistici cont IG, 2026

Top conținut în funcție de vizualizări

Promovează conținutul

Vezi tot conținutul



Figure 4: cele mai vizualizate postari, Facebook



FACULTATEA DE FARMACIE

Compartimentul de Promovare a Facultății și Relația cu Mediul
Economic (CPFRME)



Figure 5: cele mai vizualizate postari, IG