

**RAPORT**  
**Privind activitatea**  
**CENTRULUI DE PRESĂ ȘI IMAGINE**  
**al Universității din Petrosani de la înființare până în prezent**

Centrul de Presă și Imagine este o structură a Universității din Petroșani, menită să asigure promovarea imaginii Universității și consolidarea identității instituționale prin generarea unei vizibilități mai bune a instituției și prin crearea și menținerea unei imagini pozitive atât la nivel intern cât și la nivel extern.

Centrul a fost înființat prin HOTĂRÂREA NR. 2 din 02.04.2012 a Consiliului de Administrație al Universității din Petroșani, iar activitatea a fost statuată prin numirea directorului prin HOTĂRÂREA NR. 11 in data de 29 iunie 2012, a Consiliului de Administrație al Universității din Petroșani.

Centrul a funcționat până în luna aprilie 2014 fără personal salariat, iar după această dată a fost întărit prin încadrarea, pe bază de concurs a unui salariat.

Activitatea Centrului s-a derulat având în vedere următoarele axe prioritare:

- crearea și menținerea în actualitate, prin intermediul unui proces de comunicare constant, a unei imagini publice unitare, coerente, obiective, convingătoare, de interes pentru potențialii colaboratori și beneficiari din țară și străinătate;

- informarea eficientă intra-instituțională, prin dezvoltarea relațiilor de comunicare orizontală între facultățile și departamentele Universității, respectiv pe verticală, între structurile de management și cele de execuție;

- informarea eficientă prin crearea și/sau dezvoltarea relațiilor de comunicare cu alte instituții relevante pentru promovarea și sprijinirea politicii și viziunii universității cu : administrațiile publice, organismele de îndrumare și control, alte instituții educaționale, asociații și organizații non-profit, mediul de afaceri;

- crearea și dezvoltarea relațiilor de comunicare cu reprezentanții mass-media locale, regionale și naționale;

Acțiunile care sunt conferite prin prevederile din Carta universitară și deciziile Conducerii, prin care Centrul își îndeplinește atribuțiile specifice sunt :

- Programarea și planificarea activităților de relații publice, sub coordonarea Conducerii Universității;

- Orientarea și adaptarea informațiilor pe care Universitatea dorește să le transmită în exterior pentru un public specific;

- Coordonarea campaniilor publicitare și promoționale. astfel încât acestea să fie compatibile cu imaginea și mesajul care se doresc a fi promovate;

- Monitorizarea informațiilor din presa scrisă și audio-vizuală care se referă la sau pot afecta imaginea universității, semnalarea situațiilor delicate și propunerea de acțiuni corective;

- Elaborarea unui portofoliu de mențiuni pozitive la adresa Universității din presa scrisă, audiovizuală și spațiul virtual, și arhivarea acestora pe suport hârtie și electronic.

- Monitorizarea și evaluarea impactului de imagine al Universității pe plan național și internațional

Elaborarea de recomandări pentru îmbunătățirea imaginii Universității pe baza ecourilor din mass-media;

Menține legăturii cu mass-media, realizând comunicate de presă și alte acțiuni de informare publică specifice în conformitate strategia de promovare;

Distribuirea promptă către presă a informațiilor solicitate, adaptarea și corelarea lor cu obiectivele de imagine;

Facilitarea comunicării liderilor de opinie /specialiștilor universității cu mass-media,;

Realizarea, menținerea și dezvoltarea unui climat de încredere între universitate și partenerii, colaboratorii săi din mediile academice, de afaceri, ale administrațiilor publice;

Implicare în activitățile specifice de susținere și promovare (lobby)ale Universității pe lângă instituții publice, organisme locale, regionale, naționale și internaționale, publicul interesat;

Asigurarea de consultanță Conducerii, în procesul de planificare și realizare a materialelor informative, comunicatelor de presă, newsletter-e, și a altor materiale promoționale elaborate de către Universitate;

Participare, la pregătirea și organizarea - atunci când este solicitat -la evenimentele care presupun promovarea imaginii Universității.

Principalele acțiuni în care Centrul a fost implicat din punct de vedere al coordonării, în ultima perioadă au fost următoarele:

Redactarea, editarea și publicarea broșurii publicitare a Universității în limba română și în limba engleză;

Culegerea materialelor, documentarea, redactarea și editarea Monografiei Universității;

Participare la promovarea imaginii Universității în cadrul participării membrilor comunității academice la manifestări științifice internaționale;

Implicare în realizarea și consolidarea cooperării inter-universitare pe plan extern, între care cele mai recente au fost: organizarea Congresului VI Balcanmin, inițiativa Valea Jiului-Valea Energiei, conferințele și simpozioanele internaționale de la Miskolc, Krakovia, Aachen, Antalia, Albena;

Monitorizarea prezenței Universității în spațiul virtual;

Urmărirea prezenței Universității în media scrisă și audiovizuală;

Notificarea Conducerii cu privire la aspectele pozitive și negative susceptibile a afecta imaginea Universității;

Ca activități de perspectivă, aflate în derulare, menționăm:

Se află în curs de elaborare un Regulament de funcționare care va fi supus aprobării CA și a Senatului.

De asemenea se află în fază de amenajare un Centru de presă și imagine care să servească pentru desfășurarea prezentărilor, acțiunilor promoționale, conferințelor de presă etc.

Director,  
Prof.univ.dr.ing. Iosif Andras

