



Vizat rector,
prof. univ. dr. ing. Constantin Oprean



Raport de evaluare a impactului achiziției serviciilor de promovare a ofertei educaționale a ULBS

Autoritatea contractantă: Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Adresa: Sibiu, B-dul Victoriei nr. 10
Tel: + 40 269 21.60.62
Fax: + 40 269 21 04 92

Achizitorul contractului, Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu, a stabilit următorul **obiectiv:** promovarea prin mijloace outdoor, televizate, prin publicații de nișă și presa scrisă județeană, prin care să prezinte publicurilor țintă (categoriile de public specifice – absolvenții de liceu, viitorii absolvenți, studenți absolvenți, persoanele interesate de urmarea unei alte facultăți și celor interesate de formarea continuă) un mesaj format din datele specifice admiterii: facultățile ULBS, specializările, condițiile de admitere, taxele de școlarizare și de admitere, cifrele de școlarizare, precum și alte aspecte demne de a fi aduse la cunoștință publicurilor alături de elementele de imagine ale ULBS.

Județele vizate pentru promovare au fost: Alba, Brașov, Mureș, Hunedoara, Vâlcea, Sibiu, Covasna, Harghita, Bacău și Olt.

Pentru promovarea ofertei educaționale a ULBS senatul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu a alocat un buget de 165050 lei, utilizat, în temeiul prevederilor legale ale OUG 34/2006 cu modificările și completările ulterioare, pentru achiziționarea de:

- Servicii de tipărire și livrare - CPV 79823000-9
- Servicii de tipărire și distribuție - CPV 79824000-6
- Servicii de publicitate - CPV 79341000-6
- Servicii de promovare - CPV 79342200-5
- Materiale publicitare - CPV 22462000-6

Autoritatea contractantă a avut în vedere drept criteriu de evaluare a ofertelor depuse prețul cel mai mic și zonele de expunere cu trafic cât mai intens, în cazul serviciilor outdoor, prețul cel mai mic, tirajul BRAT și aria de difuzare în cazul publicațiilor de presă scrisă/și de nișă, audiența și ari de difuzare în cazul mijloacelor televizate.

Impactul preconizat a fost ocuparea locurilor din cifra de școlarizare aprobată pentru scoatere la concurs de către Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului pentru 2010, în cele două sesiuni de admitere organizate.

Impactul obținut: În cazul studiilor de licență, cu frecvență, gradul de ocupare cu candidați înscriși a locurilor scoase la concurs în prima sesiune de admitere a fost în medie de 92 % iar la Facultățile de Medicină, Jurnalistică, Științe Economice și SAIAPM s-a realizat un grad de ocupare de 100%.



De subliniat este faptul că, la Facultatea de Medicină concurența a fost de peste 2 studenți pe un loc iar la unele dintre specializările ULBS, precum Administrarea Afacerilor, Finanțe, Contabilitate din cadrul Facultății de Științe Economice, locurile s-au ocupat în proporție de 100 % încă din prima sesiune, astfel încât nu s-a mai organizat o a doua sesiune de admitere (toamnă) pentru aceste specializări.

De asemenea, locurile bugetate s-au ocupat în proporție de peste 95% încă din prima sesiune, la majoritatea specializărilor organizându-se o a doua sesiune de admitere doar pentru locuri cu taxă. Locurile cu taxă s-au ocupat în proporție de 100 % în cea de-a doua sesiune de admitere.

Menționăm că la unele dintre facultățile ULBS, cum ar fi Facultatea de Drept, Facultatea de Litere și Arte, Facultatea de Medicină și Facultatea de Științe numărul de candidați înscriși pentru sesiunea de admitere din vară a depășit cu peste 100 de candidați numărul candidaților înscriși pentru admiterea din vară 2009, în contextul în care numărul absolvenților de liceu, și a celor care au trecut examenul de bacalaureat a scăzut cu peste 25%.

Având în vedere acestea, apreciem că impactul urmărit prin achiziția de servicii de promovare a ULBS a fost atins, în sensul realizării integrale a cifrei de școlarizare aprobată, atât global, cât și analitic pe domenii și specializări.

Prezentul raport de evaluare a impactului poate fi descărcat de pe site-ul ULBS de pe pagina: http://www.ulbsibiu.ro/ro/universitate/publ_interne/index.php

Vizat,
Departamentul de Comunicații și Marketing
Director,
conf. univ. dr. Remus Brad

Întocmit,
Biroul de Marketing și Relații Publice
Alexandra Todoran