



BRIEF - CAMPANIE PROMOVARE & COMUNICARE

ADMITERE 2024/2025



Nume proiect: Campania Admitere URA 2024/2025

Data lansare pitch: 9 noiembrie 2023

Obiective generale:

- Atragerea unui număr cât mai mare de viitori studenți printr-o campanie integrată de promovare ce va avea două etape de focus: sesiunea de admitere vară și cea de toamnă 2024/2025.*
- Promovarea programelor de studii pentru cele 7 Facultăți din portofoliul Universității cu focus în sesiunea de admitere de vară și de toamnă.

*Campania se adresează atât programelor de studii de licență, cât și celor de masterat, pe plan național și internațional, iar textele vizualurilor vor trebui traduse în limba engleză pentru Universitate, în general, și specific pentru facultățile și programele de studii (licență și masterat) cu predare în limba engleză.

Posibilitate de extindere a contractului pe 2 ani.

Despre Universitatea Româno-Americană

Cu o istorie de peste 32 de ani, Universitatea Româno-Americană este singura instituție privată de învățământ superior inclusă în topul celor mai bune 25 de universități din România.

Programele de studiu ale Universității Româno-Americane, atât cele cu predare în limba română, cât și cele în limba engleză, sunt permanent actualizate pentru a corespunde cerințelor pieței muncii, oferind totodată studenților săi programe educaționale de tip double degree în parteneriat cu universități de prestigiu din lume.

Universitatea își propune să ofere studenților numeroase posibilități de dezvoltare, atât academice, cât și personale prin organizarea de cursuri cu profesori internaționali, prezentări ale unor personalități de renume, activități extra-curriculare (evenimente de socializare sau culturale, conferințe, workshop-uri susținute de reprezentanți din mediul de business, colaborările cu companii sau instituții pentru dezvoltarea de soft-skills).

Perspectiva corpului profesoral de a le oferi cursanților mentorat constant, este una foarte apreciată de studenți și reprezintă un alt atu al Universității Româno-Americane.

Despre Universitatea Româno-Americană

VALORI:

- promovarea excelenței;
- responsabilitatea profesională, morală și socială;
- libertatea de gândire și exprimare;
- creativitate și inovare;
- cooperare și comunicare.

KEY Selling Points:

- 20% dintre studenții înmatriculați la programele de studii de licență cu predare în Limba Română pot beneficia de burse de studiu.
- 10% dintre studenții înmatriculați la programele de studii de masterat cu predare în Limba Română pot beneficia de burse de studiu.
- Înscriere și admitere online pe bază de dosar și interviu.
- Tehnici inovative de predare și învățământ adaptat la abilitățile studenților.
- Mediu multi-cultural, peste 40 de naționalități sunt prezente în campus, activități extra-curriculare.
- Proiecte internaționale, curriculum adaptată la piața muncii, implicare în dezvoltarea abilităților practice ale studenților, rată mare de angajare în domeniul studiat, cadre didactice implicate.
- Posibilitatea de studia în străinătate în mai multe țări și de a experimenta viața în diferite colțuri ale lumii.
- Practică în țară și străinătate.
- Programe de studii de tip Dublă Diplomă (licență și masterat), Program de An Pregătitor (doar pentru targetul internațional).

Facultăți din cadrul Universității Româno-Americane

P.S. = program de studii

- **Facultatea de Afaceri Internaționale - Licență RO (2 P.S.) și ENG (2 P.S.)**
Master RO (1 P.S.) și ENG (3 P.S.)
- **Facultatea de Drept - Licență RO (1 P.S.)**
Master RO (1 P.S.)
- **Facultatea de Educație Fizică, Sport și Kinetoterapie - Licență RO (2 P.S.)**
Master RO (2 P.S.)
- **Facultatea de Finanțe și Contabilitate – Licență RO (2 P.S.)**
Master RO (2 P.S.) și ENG (1 P.S.)
- **Facultatea de Informatică Managerială - Licență RO (1 P.S.) și ENG (1 P.S.)**
Master RO (1 P.S.) și ENG (1 P.S.)
- **Facultatea de Management-Marketing – Licență RO (2 P.S.) și ENG (1 P.S.)**
Master RO (3 P.S.) și ENG (2 P.S.)
- **Facultatea de Turism și Managementul Ospitalității - Licență RO (1 P.S.)**
Master RO (1 P.S.) și ENG (1 P.S.)

Target URA

Cei care urmează programele de studii ale Universității Româno-Americane sunt absolvenți de liceu, absolvenți de altă facultate sau studenți care se mută de la o facultate de stat la una privată, care își doresc să obțină mai mult de la educația lor. Caută să aibă parte de cunoștințe academice, dar în același timp caută susținere și deschidere din partea cadrelor didactice, caută o facultate unde să existe perspective de viitor, să aibă conexiuni cu piața muncii, să pună accent pe partea practică și dezvoltarea abilităților. Își doresc să evolueze, să aibă parte de experiența de student internațional, fără să fie nevoiți să se mute din țară.

Sunt părinții care își doresc o educație de calitate pentru copiii lor, profesori bine pregătiți, mediu academic competitiv, care să recompenseze performanța și să îi motiveze, un mediu conectat la piața muncii, ce le oferă copiilor posibilitatea să descopere și să își descopere noi abilități. Beneficiile sunt de asemenea foarte importante, atât pe partea de dotări (cămin, campus), cât și pe partea de dezvoltare: proiecte internaționale, cursuri cu profesori străini, etc.

Target URA – Internațional

Cei care urmează programele de studii ale Universității Româno-Americane sunt absolvenți de liceu, absolvenți de altă facultate sau sunt cei care vin la cursurile Anului Pregătitor pentru a învăța limba Română, criteriu necesar în vederea înscrierii la facultatea dorită în România (de ex. Medicina). Ei vor să aibă oportunități de dezvoltare globală, care să le dezvolte cunoștințele academice, dar și abilitățile practice. Aleg România pentru că este o destinație sigură din punct de vedere social, cu o rată scăzută de criminalitate, care oferă oportunități de studii de calitate. În campus sunt prezente peste 40 de naționalități din regiuni ca: Asia, Orientul Mijlociu, Africa de Nord și America Latină.

Programele de Licență se adresează elevilor de liceu și părinților acestora, iar programele de masterat se adresează absolvenților de facultat și tinerilor profesioniști.

Target Licență

Alegerea unei facultăți este o decizie importantă la care participă, atât elevii de liceu, cât și părinții, fie în calitate de îndrumători, fie în calitate de finanțatori ai studiilor pentru copii. Grupul de prieteni are o influență rezonabilă în alegerea unei facultăți.

Informarea despre opțiunile de studii se realizează majoritar online. Cele mai folosite canale de către ei pentru informare sunt: motoarele de căutare (principal), prietenii, părinții, absolvenți/ actuali studenți, social media.

Elevi de liceu - Clasa a XII-a

Părinții elevilor de liceu de clasa a XII-a

Target Masterat

Alegerea unui masterat este o decizie ce poate varia foarte mult în ziua de azi. Necesitatea urmării unui masterat trebuie recreată, deoarece au apărut foarte multe variante de a te profesionaliza pe anumite segmente după terminarea facultății (cursurile de scurtă durată, cursuri de formare profesională, formarea la locul de muncă).

Informarea despre opțiunile de studii se realizează majoritar online. Cele mai folosite canale de informare sunt: motoarele de căutare, social media, prietenii, absolvenți.

Absolvenți de studii universitare la stat sau la privat (categorie de vârstă: 22 - 45)

Angajatori

Consilieri de carieră

Profesioniști din HR

Competiție

Facultăți de stat

- Există facultăți cu renume care au avantajul gratuității, dar, în timp, percepția s-a mai schimbat, nivelul de învățământ e similar și sistemul de învățare este adesea prea conservator.

Facultăți particulare

- Există oferte asemănătoare pe piață.

Facultăți din străinătate

- În contextul actual există foarte mulți tineri care își doresc să meargă la studii în străinătate, datorită sistemului de învățământ și a oportunităților pe termen lung pe care le pot avea.
- **Cursuri de formare profesională (doar pentru programele de masterat) .**

Campanie de Comunicare și Promovare

Campanie integrată de comunicare și promovare care să cuprindă cele două etape de admitere, vară/toamnă, printr-o campanie Generală a Universității și declinarea acesteia în campanii pentru Facultăți, în conformitate cu programele de studii disponibile.

Campania Generală de Ads a Universității Româno-Americane cu focus pe admiterea de vară și cea de toamnă, la nivel național și internațional, pe canale ca Social Media, YouTube, LinkedIn, Spotify, Google Ads și Display.

Creație:

Minim câte un vizual pentru fiecare etapă (vară/toamnă) pentru Campania Generală a Universității:

Licență (RO+ EN)

Master (RO + EN)

Livrabile: KVs declinate în bannere statice, bannere animate, video, audio, slidere HP, vizualuri Covers Social Media, copy-uri pentru ADS.

Campanie de Comunicare și Promovare

Campanii de Ads pentru fiecare Facultate din portofoliul URA, cu focus pe admiterea de vară și de toamnă, pe canale ca Social Media, YouTube, LinkedIn, Google Ads și Display.

Creăție:

Campaniile Facultăților vor fi declinate în funcție de target:

Programe de Licență (TOV adaptat targetului) – minim un vizual campanie vară/ un vizual toamnă

Programe de Masterat (TOV adaptat targetului) – minim un vizual campanie vară/ un vizual toamnă

Adaptarea materialelor în lb. Engleză la Facultățile care au programe de studii cu predare în această limbă.

Livrabile: KVs declinate în bannere statice, bannere animate, copy-uri pentru ADS.

Campanie de Comunicare și Promovare

Management de campanie - implementare, targetare, optimizări, evaluări, consultanță, monitorizare rezultatelor, raportarea rezultatelor.

Plan de postări săptămânal pentru social media care să susțină conceptul creativ pe paginile Universității (TBD).

Campanie de PR care să cuprindă direcții pentru generarea de brand awareness URA și facultăți în outlet-uri media de renume, follow-up, monitorizare de presă, parteneriate media.

Timeline Campanie

Național:

First Flight: Februarie - Aprilie

Second Flight Focus Admitere Vară: Mai- Iulie

Third Flight: Focus Admitere Toamnă: August - Septembrie

Internațional:

First Flight: Februarie - Aprilie

Second Flight Focus Admitere - Mai - August, cu focus prioritar pentru Iulie.

Aplicare

Pentru Pitch solicităm concepte creative pentru campania Generală a Universității și declinări de vizualuri adaptate specificului fiecărei facultăți pentru:

- **Facultatea de Drept : un vizual licență și un vizual masterat**
- **Facultatea de Afaceri Internaționale: un vizual licență (RO și ENG), un vizual master (RO și ENG)**

Termen limită de trimitere a propunerilor pentru pitch:

29 noiembrie 2023, ora 14:00.

Propunerile se trimit pe adresa: promo2023@rau.ro

Criteriu eliminator: Propunerile trebuie însoțite de short credentials, prezentarea echipei, portofoliu compus din exemple de best practice și preț.

***Propunerile vor fi evaluate în cadrul unor focus grupuri formate din reprezentanți ai targetului URA.**

Aplicare

Procesul de selecție se va desfășura astfel:

- 4-5 decembrie evaluare propuneri și selecție
- 7-8 decembrie - susținere prezentări selectate
- 12-15 decembrie - focus grup evaluare propuneri selectate
- 20 decembrie - răspuns final

Fee de agenție estimat – 30.000 euro + TVA

Buget Campanie Ads minim – 40.000 euro + TVA

Pentru întrebări suplimentare vă rugăm să ne contactați pe adresa de e-mail comunicare@rau.ro



Vă mulțumim!