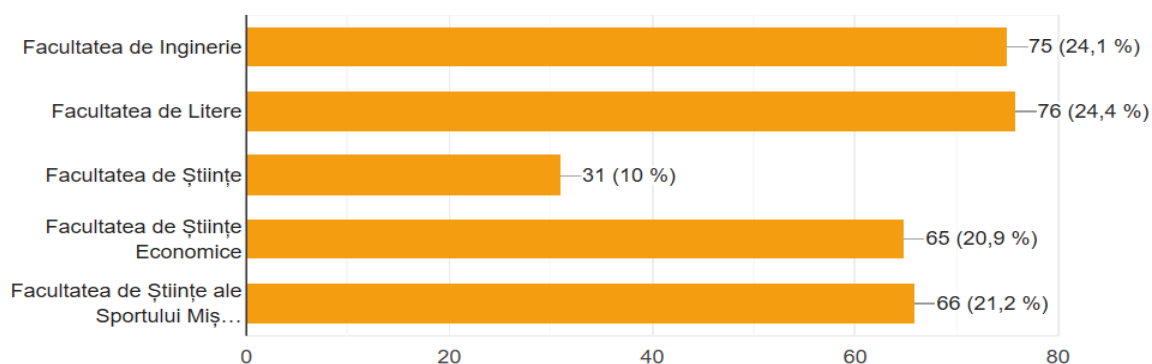


## SURSELE DE INFORMARE ALE STUDENȚILOR DIN ANUL I, CARE AU CONTRIBUIT LA ALEGEREA PROGRAMELOR DE STUDII DIN UVAB

*Studiul* cu referire la sursele de informare ale studenților din anul I, care au contribuit la alegerea programelor de studii din *Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău*, s-a desfășurat în perioada: *februarie – martie 2019*.

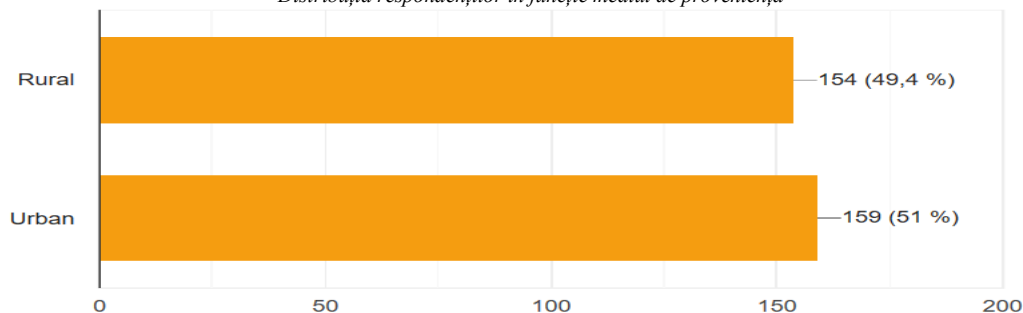
Pentru atingerea scopului propus am elaborat un chestionar, administrat online. Eșantionul a fost alcătuit din *311 studenți din anul I*, de la toate facultățile și programele de studii, ponderea lor fiind conform diagramei de mai jos:

311 răspunsuri

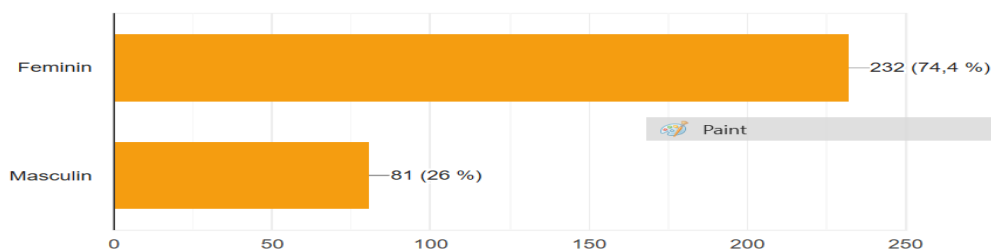


*Distribuția respondenților în funcție de facultatea la care sunt înscriși*

*Distribuția respondenților în funcție mediul de proveniență*



*Distribuția respondenților în funcție sex*



Rezultatele anchetei au scos în evidență următoarele aspecte:

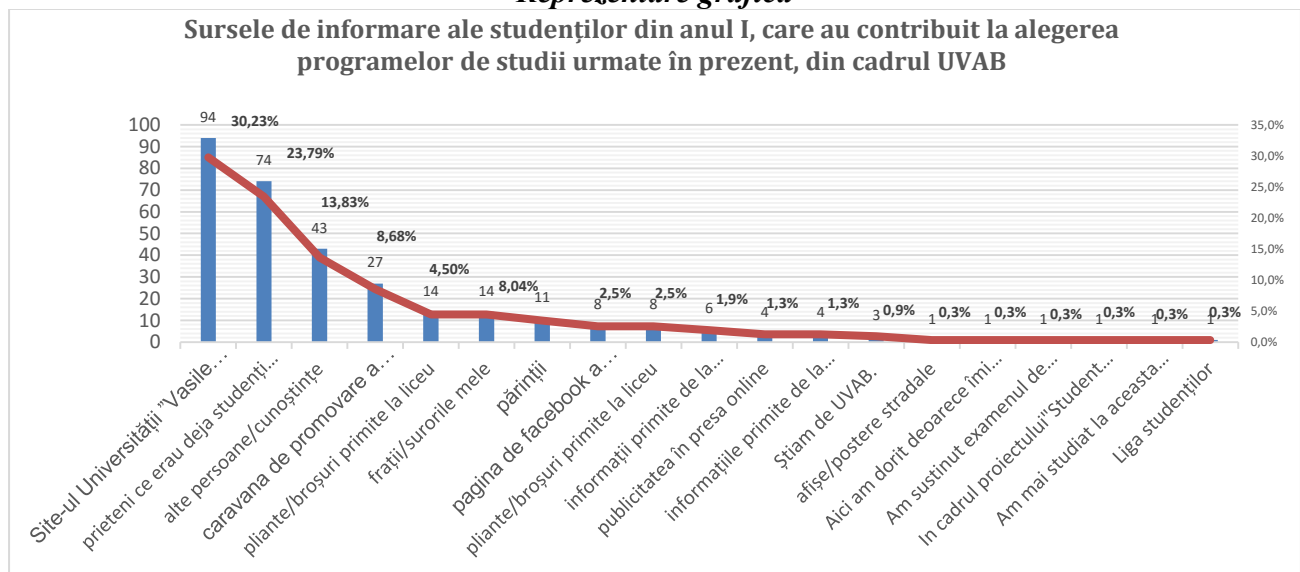
I. Principalele *canale de informare* pe care subiecții investigați le-au utilizează în vederea culegerii de informații cu referire la oferta educațională a *Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău*, care au stat la baza alegerii finale a programelor de studii, au fost următoarele (în ordinea descrescătoare a răspunsurilor):

- pe primul loc, în ierarhia răspunsurilor înregistrate, se află *consultarea site-ului Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău*(www.ub.ro), cu 30,23% (94 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul doi, *prietenii care erau deja studenți la UVAB*, cu 23,79% (74 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul trei, *cunoștințe/prieteni/alte persoane*, cu 13,83% (43 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul patru, *Caravana de promovare a ofertei educaționale a UVAB*, cu 8,68% (27 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul cinci, *informații primite de la membrii familie* (părinți/frați/surori), cu 8,04% (25 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul șase, *pliante/broșuri primite de la liceu*, cu 4,50% (14 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul șapte, informații primite de la *profesorii din liceu/diriginte*, cu 3,22 % (10 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul opt, *pagina de facebook a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău*, cu 2,57% (8 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul nouă, *publicitate în presa online*, cu 1,29 % (4 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul zece, *Știau de UVAB*, 0,96 % (3 răspunsuri, din totalul de 311);
  - pe locul unsprezece, *postere, afișaj electronic în diferite spații publice*, 0,32 % (1 răspuns, din totalul de 311);
- Celelalte răspunsuri (8 răspunsuri, din totalul de 311), sunt ne semnificative (0,32 %).

Tabelul nr.1

ITEM												
Principalele canale de informare utilizate în vederea culegerii de informații cu referire la oferta educațională a UVAB, care au stat la baza alegerii finale a programelor de studii												
a. consultare a site-ului UVAB	b. informații primite de la prietenii care erau deja studenți la UVAB	c. informații primite de la cunoștințe/alte persoane	d. Caravana aditerii UVAB (de promovare a ofertei educaționale)	e. informații primite de la membrii familie	f. pliante/broșuri primite de la liceu	g. informații primite de la profesorii de liceu/diriginte	h. informații de pe pagina de facebook a UVAB	i. publicitate în presa online	î. Știam de UVAB	m. postere, afișaj electronic în diferite spații publice	n. alte canale	TOTAL Răspunsuri
94 30,23%	74 23,79%	43 13,83%	27 8,68%	25 8,04%	14 4,50%	10 3,22%	8 2,57%	4 1,29%	3 0,96%	1 0,32%	8 2,57%	311 100%

Reprezentare grafică



II. Preferințele (sugestiile) pe care subiecții investigați le-au formulat cu referire la metodele de promovare a ofertei educaționale a *Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău*, au fost următoarele (în ordinea descrescătoare a răspunsurilor):

- pe primul loc, în ierarhia răspunsurilor înregistrate, se află *Caravana de promovare a ofertei educaționale a UVAB*, cu 24,44% (76 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul doi, *promovarea în mediul online* (prin mai multe canale), cu 14,47% (45 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul trei, *pliante/broșuri primite de la liceu*, cu 8,04% (25 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul patru, *un accent mai mare pe oportunitățile /beneficiile pe care Universitatea le oferă*, cu 7,40% (23 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul cinci, *interviuri cu studenții reprezentativi*, cu 7,07% (22 răspunsuri, din totalul de 311)
- realizare de cursuri și activități la care să participe și elevii, cu 4,50% (14 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul șase, la egalitate de procente, promovarea prin *mass-media* (radio/TV)/organizarea vizitelor în cadrul evenimentului, *„Ziua porților deschise”/„nu aș schimba nimic”*, cu 2,89%(9 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul șapte, la egalitate de procente, *interviuri cu absolvenții de succes/postere stradale și în afara județului/alte județe/ prezentarea cât mai clară, la obiect a ofertei educaționale*, cu 2,25% (7 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul opt, la egalitate de procente, la egalitate de procente, *videoclip atractiv de prezentare și reactualizarea permanentă a site-ului universității*, cu 1,61% (5 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul nouă, la egalitate de procente, *videoclip atractiv de prezentare și reactualizarea permanentă a site-ului universității*, cu 1,61% (5 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul zece, folosirea tuturor mijloacelor de promovare, cu 0,96% (3 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul unsprezece, *participarea unor persoane competente și convingătoare la prezentarea ofertei educaționale*, cu 0,64% (2 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul doisprezece, *organizarea unui târg alături de alte universități*, cu 0,32% (1 răspuns, din totalul de 311);

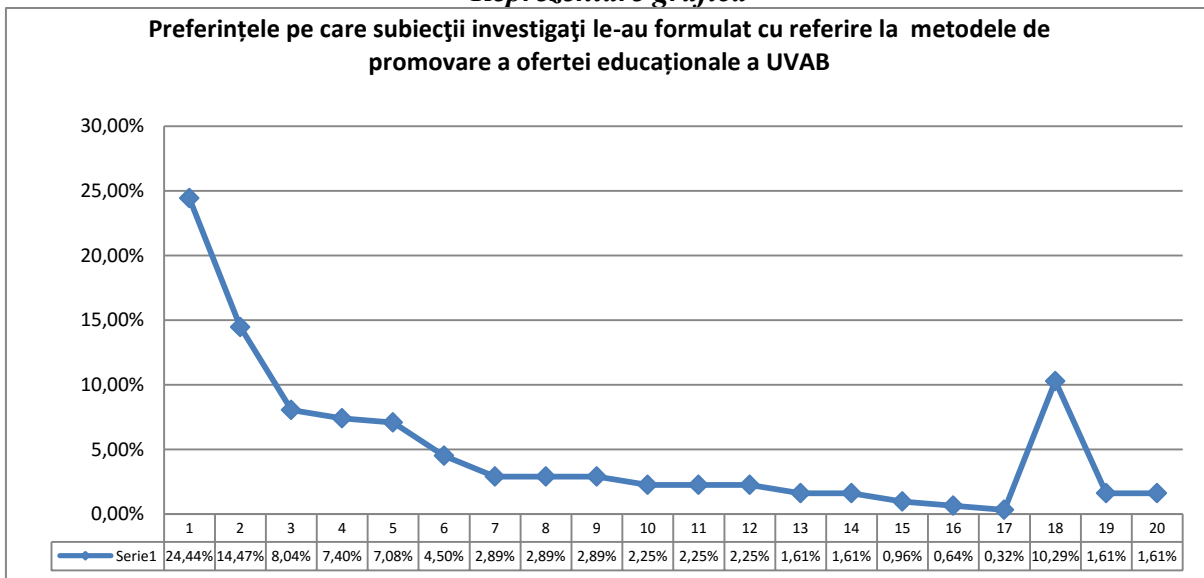
Celelalte răspunsuri sunt ne semnificative (*non-răspunsuri 10,29 %*, *nu știu 1,61% și nu au răspuns 1,61%*).

Tabelul nr.2

Nr. crt.	„Dacă voi ați realiza promovarea ofertei educaționale a Universității, cum ați proceda? Ce ați face?”	Total răspunsuri	
1.	Deplasări în licee cu Caravana universității	76	24,44%
2.	Promovare în mediul online	45	14,47%
3.	Distribuirea de broșuri și pliante atractive	25	8,04%
4.	Aș pune un accent mai mare pe oportunitățile /beneficiile pe care Universitatea le oferă	23	7,40%
5.	Interviuri cu studenții reprezentativi (incluere studenți în echipa de promovare a ofertei educaționale din Caravană)	22	7,08%
6.	Realizarea de cursuri și activități la care să fie invitați și elevii din ani terminali	14	4,50%
7.	Promovare TV și radio	9	2,89%
8.	Nu aș schimba nimic	9	2,89%
9.	Organizarea vizitelor în cadrul evenimentului „Ziua Porților Deschise”	9	2,89%
10.	Interviuri cu absolvenți de succes ai universității	7	2,25%
11.	Prezentarea cât mai clară/la obiect a ofertei educaționale în cadrul liceelor	7	2,25%
12.	Postere stradale și în afara județului/alte județe	7	2,25%
13.	Videoclip atractiv de prezentare a Universității și a oportunităților de angajare	5	1,61%
14.	Reactualizarea permanentă a site-ului universității	5	1,61%

15.	Folosirea tuturor mijloacelor de promovare	3	0,96%
16.	Participarea unor persoane competente și convingătoare la prezentarea ofertei educaționale	2	0,64%
17.	Organizarea unui târg alături de alte universități	1	0,32%
18.	Non-răspuns	32	10,29%
19.	Nu știu	5	1,61%
20.	Nu au răspuns	5	1,61%
21.	<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100%</b>

### Reprezentare grafică



**III.** Referitor la „*ce nu ar face*” subiecții investigați, dacă ar realiza promovarea ofertei educaționale a UVAB, 114 răspunsuri au fost ne semnificative, adică 36,65% (*non-răspunsuri 18,65%, nu știu 9% și nu au răspuns 9%*).

Din categoria răspunsurilor semnificative (care fac referire la întrebarea adresată), sugestiile formulate au fost următoarele (în ordinea descrescătoare a răspunsurilor):

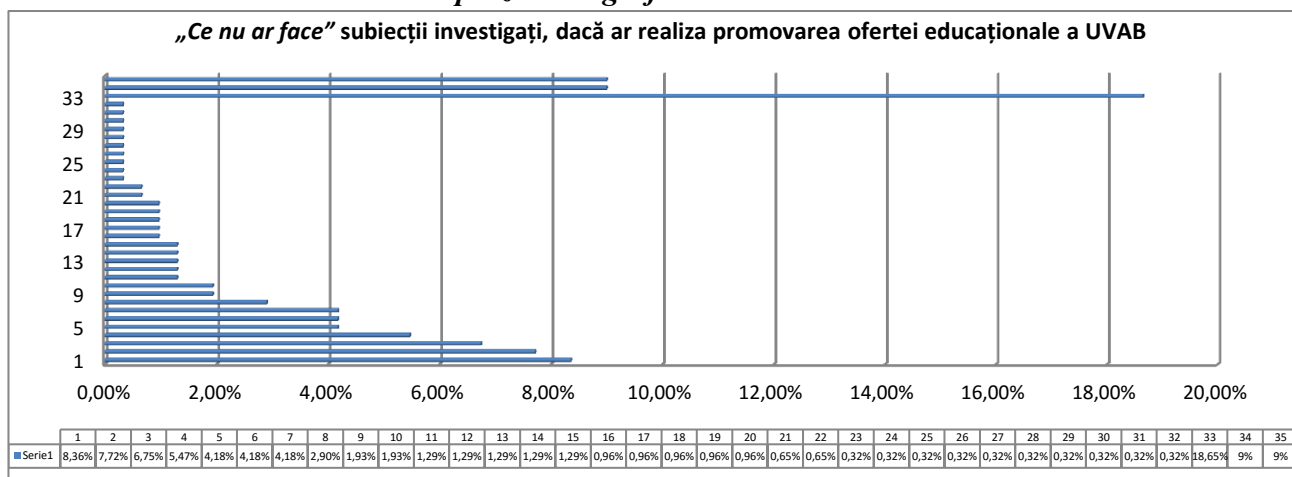
- pe primul loc în ierarhia răspunsurilor înregistrate, *nu aș mai folosi distribuirea de pliante, broșuri*, cu 2,36% (26 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul doi, *nu aș oferi informații eronate, false*, cu 7,72% (24 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul trei, *nu aș aglomera prezentarea cu multe informații, inutile*, cu 6,75% (21 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul patru, *nu a-și mai pune postere în spații publice*, cu 5,47% (17 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul cinci, la egalitate de procente, cu 4,18% (13 răspunsuri, din totalul de 311), *nu aș mai apela la publicitatea în presa scrisă / nu aș prezenta doar avantajele, ci și dezavantajele / nu aș prezenta lucrurile negative despre Universitate*;
- pe locul șase, *nu aș prezenta liceenii*, cu 2,90% (9 răspunsuri, din totalul de 311);
- pe locul șapte, la egalitate de procente, *nu aș apela la publicitatea TV / o investiție mai mare în promovare*, cu 1,93% (6 răspunsuri, din totalul de 311);

Celelalte variante de răspuns, în proporție de 15,75% (49 răspunsuri), sunt mai puțin semnificative (sub 5 răspunsuri, pentru fiecare).

Tabelul nr.3

Nr. Crt.	„Dacă voi ați realiza promovarea ofertei educaționale a Universității, ce nu ați face?”	Total răspunsuri	
1.	Nu aș mai folosi distribuirea de pliante, broșuri	26	8,36%
2.	Nu aș oferi informații eronate, false	24	7,72%
3.	Nu aș aglomera prezentarea cu multe informații, inutile	21	6,75%
4.	Nu a-și mai pune postere în spații publice	17	5,47%
5.	Nu aș mai apela la publicitatea în presa scrisă	13	4,18%
6.	Nu aș prezenta doar avantajele, ci și dezavantajele	13	4,18%
7.	Nu aș prezenta lucrurile negative despre Universitate	13	4,18%
8.	Nu aș presa liceenii	9	2,90%
9.	Nu aș apela la publicitatea TV	6	1,93%
10.	O investiție mai mare în promovare	6	1,93%
11.	Nu aș mai organiza Caravana universității	4	1,29%
12.	Nu aș adopta un limbaj, academic, greoi la prezentările din licee	4	1,29%
13.	I-aș îndruma să nu renunțe la planul pentru facultate	4	1,29%
14.	Nu aș schimba, este în regulă așa.	4	1,29%
15.	Nu aș face reclamă negativă altor universități.	4	1,29%
16.	Nu aș renunța la promovarea în mediul online	3	0,96%
17.	Selectivitate în alegerea persoanelor care vor prezenta oferta universității	3	0,96%
18.	Nu le-aș vorbi liceenilor despre examene	3	0,96%
19.	Nu aș omite informații importante	3	0,96%
20.	Nu aș insista pe anumite domenii	3	0,96%
21.	Aș arăta practic, concret și nu doar informativ	2	0,65%
22.	Nu aș posta pe rețele de socializare (Facebook)	2	0,65%
23.	Nu m-aș adresa doar liceenilor	1	0,32%
24.	Nu aș face promovarea în rândul liceenilor doar în ultimul an	1	0,32%
25.	Nu aș recomanda informarea de pe site, ci direct de la persoane	1	0,32%
26.	Nu m-aș rezuma la campanii doar în județ, ci și în altele	1	0,32%
27.	Nu aș implica promovarea UVAB cu mediul politic	1	0,32%
28.	Nu aș promova imaginea Universității în licee cu rezultate foarte slabe la BAC	1	0,32%
29.	Nu aș folosi materiale de calitate inferioară pentru partea de prezentări audio-vizuale/videoclipuri	1	0,32%
30.	Nu aș trimite email cu oferta educațională	1	0,32%
31.	Nu aș pune în evidență partea financiară	1	0,32%
32.	Nu aș avea un site nereactualizat	1	0,32%
33.	Non-răspunsuri	58	18,65%
34.	Nu au răspuns	28	9%
35.	Nu știu	28	9%
36.	<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100%</b>

**Reprezentare grafică**



**IV. Printre cele mai puțin eficiente mijloace de promovare a ofertei educaționale a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău, au fost evidențiate următoarele (în ordinea descrescătoare a răspunsurilor):**

- pe primul loc, informații transmise prin intermediul mass-media, cu 34,95% (137 răspunsuri, din totalul de 311), deoarece (citez câteva exemple reprezentative): ... „majoritatea tineretului nu mai folosește aceste mijloace pentru a se informa”, ..., „tinerii nu mai citesc ziare, reviste în ziua e astăzi”, ... „televiziunea nu mai reprezintă o preocupare majoră printre tineri”, ... „nu ascult radio” etc.

- pe locul doi, informații primite prin intermediul pliantelor/broșurilor/flyere, cu 18,62% (73 răspunsuri, din totalul de 311), deoarece ... „nu le dau o importanță prea mare”, ....., „le arunc în primul coș de gunoi fără să le citesc” etc.

- pe locul trei, informații obținute prin intermediul afișelor/posterelor/afișaj electronic în spații publice, cu 17,09% (67 răspunsuri, din totalul de 311), deoarece ... „tinerilor nu prea le pasă de aceste reclame”, ..., „nu captează atenția”, ..., „sunt ușor de ignoranți”, ... „pot fi vandalizate cu ușurință” etc.

- pe locul patru, informații obținute online, cu 13,01% (51 răspunsuri, din totalul de 311), deoarece ... „pot duce în eroare”, ..., „conțin informații insuficiente și neclare”, ..., „Site-ul Universității mi se pare prost structurat, nu are o estetică prea bună și informațiile sunt greu de găsit”, ..., „Site-ul Universității nu este actualizat”, ..., „Site-ul nu conține toate informațiile necesare”, „anumite site-uri de socializare sunt puțin frecventate de studenți”(ex: Instagram, Twitter, Snapchat) etc.

- pe locul cinci, prin intermediul participanților la „Caravana admiterii”(prezentări în licee), cu 9,95% (39 răspunsuri, din totalul de 311), deoarece ... „nici eu nici colegii pe care i-am întrebat ce este aceasta nu am știut de existența ei”, ..., „Vorbă multă”, „cei din mediul rural au acces mai greu la informațiile primite pe această cale”, ..., „nu prezintă interes, studenții care vorbesc au mai mare impact”, ... „unii studenți sunt neexperimentați în vorbitul în public” etc.

- pe locul șase, informații primite de la părinți/prieteni/colegi cu 4,85% (19 răspunsuri, din totalul de 311), deoarece ... „nu sunt informații prea sigure” etc.

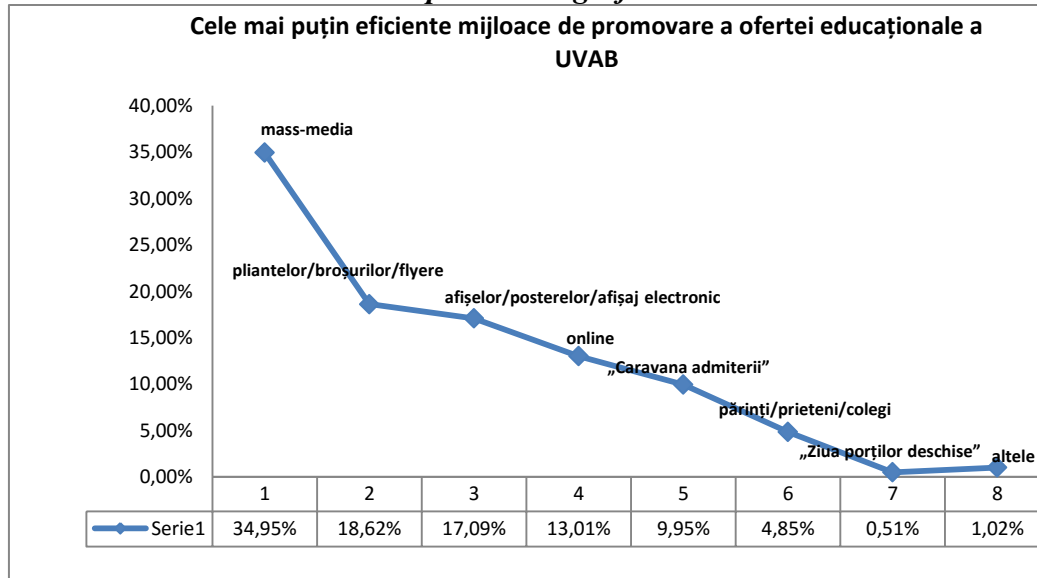
- pe locul șapte, informații primite în cadrul evenimentului „Ziua porților deschise”, cu 0,51% (2 răspunsuri, din totalul de 311), deoarece ... „nu sunt informații prea sigure” etc.

- altele, cu 1,02% (4 răspunsuri, din totalul de 311), (profesorii de la licee/consilierii școlari oferă informații... „deseori subiective și contradictorii”).

Tabelul nr.4

ITEM Cele mai puțin eficiente mijloace de promovare a ofertei educaționale a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău								
a. informații transmise prin mass-media (ziare, reviste, radio, TV, etc.)	b. informații primite prin intermediul pliantelor/ broșurilor/ flyere	c. informații obținute prin intermediul afișelor/ posterelor/ afișaj electronic în spații publice	d. informații obținute online	e. informații primite prin intermediul participanților la „Caravana admiterii”	f. informații primite de la părinți/ prieteni/ colegi	g. informații primite în cadrul evenimentului „Ziua porților deschise”	h. altele (profesori de liceu/ consilieri școlari)	TOTAL Răspunsuri
137 34,95%	73 18,62%	67 17,09%	51 13,01%	39 9,95%	19 4,85%	2 0,51%	4 1,02%	392 100%

### Reprezentare grafică



Întocmit,

Psiholog D.C.P. - Doina Pascal

Vizat:

Dir. D.C.P. Prof.univ.dr.Cojocariu Mihaela Venera