

Cuprins

1. Introducere	1
2. Promovarea online în mediul universitar	5
3. Branding și promovare online	12
4. Canale de promovare online	15
5. Elemente de identitate vizuală a universităților	23
6. Aspecte privind comunicarea instituțiilor din învățământul superior	28
6.1. Necesitatea promovării online	28
6.2. Strategii de promovare online	32
6.3. Factori care determină succesul în mediul online al brandului universitar	40
7. Analiza metodelor de promovare online a universităților	44
8. Descrierea universităților selectate	51
London School of Economics and Political Sciences (LSE-PS)	51
King's College London (Kings College)	52
KU – Leuven (KU-Leuv)	53
Universitatea din Manchester (Univ. Man.)	54
Wageningen University Research (Wageningen)	55
Universitatea din Amsterdam (Amst. Univ.)	55
Erasmus University Rotterdam (Erasm. Univ.)	57
Universitatea Utrecht (Utrec. Univ)	58
Universitatea din Groningen (Groningen)	59
Universitatea din Warwick (Warw. Univ)	60
Universitatea din Glasgow (Univ. Glas.)	60
Universitatea Lund (Lund Univ.)	62
Universitatea din Helsinki (Univ. Hels)	62

Free University of Berlin (Univ. Ber.)	63
Universitatea din Sheffield (Univ. Sheff.)	64
Universitatea Durham (Univ. Durh.)	65
Universitatea din Birmingham (Univ. Birm.)	65
Universitatea din Copenhaga (Univ. Cop.)	66
Universitatea din Oslo (Univ. Oslo)	67
Universitatea Aarhus (Univ. Aarhus)	67
Universitatea Thomas Bata din Zlin (Th. Bata Univ.)	68
Universitatea din Sofia (Sofia Univ.)	68
Universitatea din Vilnius (Vilnius Univ.)	69
Pablo de Olavide University (Pablo de Olavide Univ.)	70
Universitatea din Sevilla (Univ. Seville)	70
Universitatea Transilvania din Brașov (Unitbv)	71
9. Analiza comunicării online pentru universitățile selectate	72
Pentru primele 20 de universități din universul cercetării	72
Pentru cele 5 universități aflate pe poziții inferioare în top	76
10. Model de promovare online a universității Transilvania din Brașov	81
11. Analiza de brand a Universității Transilvania din Brașov	83
12. Harta perceptuală a brandului Universității Transilvania Brașov	98
13. Cercul mărcii/Bull's eye pentru Universitatea Transilvania	100
14. Descrierea vizuală a mărcii	104
15. Concluzii	106
Bibliografie	111