



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

METODOLOGIA DE COMUNICARE

în cadrul proiectului

Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

CUPRINS

Contents

<u>CAPITOLUL I. CADRUL GENERAL</u>	3
<u>1.1. Descriere proiect</u>	3
<u>1.2. Comunicarea în cadrul proiectului</u>	4
<u>1.3. Comunicarea internă</u>	5
<u>1.4. Canalele de comunicare</u>	7
<u>1.5. Comunicarea externă</u>	13
<u>CAPITOLUL II. INSTRUMENTE SI CANALE DE PROMOVARE</u>	16
<u>2.1 Informare si publicitate</u>	17
<u>2.2 Elemente de Identitate Vizuala</u>	18
<u>2.3 Anunturi</u>	19
<u>2.4 Materiale promotionale</u>	19
<u>2.5 Evenimente</u>	20
<u>2.6 Promovarea web</u>	20



UNIUNEA EUROPEANĂ



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul Specific 3.1: Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Obiectivul Specific 3.4: Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Titlul proiectului: Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

CAPITOLUL I. CADRUL GENERAL

1.1. Descriere proiect

Proiectul **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”** Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222, în cadrul Programului Operațional Capital Uman 2014- 2020 Axa prioritară 3: "Locuri de muncă pentru toți" Obiectivul specific 3.1: „Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație”, Obiectivul Specific 3.4: Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație, se derulează pe o perioadă de 12 luni. Acest proiect este implementat de către **ASOCIATIA SOCIETATEA ROMANA DE PROTECTIA MEDIULUI - SRPM**, în calitate de solicitant

Obiectivul general al proiectului este susținerea și facilitarea accesului persoanelor șomere și a persoanelor inactive din regiunile mai puțin dezvoltate, la măsuri, activități, acțiuni și intervenții integrate, active, inovative, profesionale și personalizate de ocupare, în vederea dobândirii unor noi cunoștințe, competențe și aptitudini de muncă, având ca scop creșterea gradului de ocupare/angajabilitate în rândul acestora a cel puțin 202 persoane (șomeri și inactivi), prin facilitarea accesului acestora la diferite activități, acțiuni, servicii, măsuri, programe și instrumente integrate precum programe de formare profesională (inclusiv în sistem formal și informal/non-formal), programe de evaluare și certificare a competențelor dobândite în sistem informal/non-formal și la programe de mediere a muncii, în vederea creșterii gradului de ocupare al acestora.

Obiectivele specifice ale proiectului sunt:

Obiectiv specific 1 - Susținerea și creșterea gradului de inserție și ocupare pe piața muncii a persoanelor șomere și a persoanelor inactive, prin susținerea participării acestora la servicii specializate, profesionale, integrate și personalizate de stimulare a ocupării, precum serviciile de informare și consiliere profesională și serviciile de mediere și plasare pe piața muncii





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul Specific 3.1: Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Obiectivul Specific 3.4: Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Titlul proiectului: Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Obiectiv specific 2 - Susținerea și creșterea gradului de pregătire profesională și de îmbunătățire a nivelului de competențe profesionale, precum și dezvoltarea, dobândirea și certificarea de noi cunoștințe, competențe, abilități și aptitudini, în corelare cu cerințele, nevoile și necesitățile actuale ale pieței muncii, prin susținerea participării persoanelor din grupul țintă la programe specializate, profesioniste, integrate și personalizate de formare profesională.

1.2. Comunicarea în cadrul proiectului

În mod fundamental relațiile se dezvoltă în urma comunicării, iar funcționarea și supraviețuirea organizației se bazează pe relațiile eficiente între indivizi și grupuri. Comunicarea ajută indivizii și grupurile să își coordoneze activitățile în vederea îndeplinirii scopurilor și este vitală în procesele de socializare, luarea deciziilor, rezolvarea problemelor, și schimbările ale managementului. Nu există o definiție concretă a comunicării însă se poate spune cel puțin că, comunicarea înseamnă transmiterea intenționată a datelor informației.

Pentru a facilita transmiterea eficientă a mesajelor cheie în vederea atingerii obiectivelor vizate, se vor avea în vedere derularea de activități specifice care să contribuie la asigurarea unui proces transparent de comunicare între toate părțile vizate. Astfel metodologia de comunicare va fi adaptată pentru a răspunde unor cerințe diferite vizate de cele două componente majore - comunicarea internă (în cadrul proiectului) și comunicarea externă (cu grupul țintă, cu reprezentanții OIR/AM POSDRU SUD-EST, cu formatorii, cu mass media, etc.)

Comunicarea internă și cea externă:

- trebuie să existe un echilibru între mesajul transmis, astfel încât aceste două componente să fie sincronizate
- mesajele să nu se contrazică, să aibă un fundament comun chiar dacă abordarea comunicării și conținutul sunt diferite la nivel intern și extern.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Din cauza eterogenității, fiecare grup va fi tratat diferit în funcție de specificul, motivația și de interesele acestuia, urmând a se aborda metode diferite de comunicare și adaptarea a mesajului.

1.3. Comunicarea internă

Comunicarea ajută indivizii și grupurile să își coordoneze activitățile în vederea îndeplinirii scopurilor și este vitală în procesele de socializare, luare a deciziilor, rezolvarea problemelor și schimbări ale managementului.

Comunicarea internă oferă angajaților informații importante în legătură cu postul pe care îl ocupă, organizația în care lucrează, mediul extern sau informații despre alți colegi de-ai lor. Comunicarea poate contribui la motivarea angajaților, consolidarea încrederii, crearea unei identități comune sau poate mări implicarea personală; ea oferă indivizilor un mod de a-și exprima sentimentele, de a împărtăși speranțele și ambițiile și de a celebra și rememora realizările. Comunicarea constituie modul prin care indivizii și grupurile își înțeleg organizația, ce este și ce reprezintă ea.

Obiective ale comunicării interne:

- creșterea gradului de colaborare interdepartamentală;
- informarea eficientă a personalului despre activitățile, strategiile, proiectele și programele în care organizația respectivă este parte;
- fluidizarea informațiilor pe verticală și orizontală;
- răspunsul în timp util la solicitările și sesizările primite;
- responsabilitatea angajaților asupra sarcinilor care le revin;

Comunicarea formală este din ce în ce mai concentrată asupra nevoilor și problemelor receptorilor. Angajații comunică informal unii cu alții în interiorul și în afara organizației prin intermediul comunicărilor rapide.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Prin stabilirea canalelor și mijloacelor optime de comunicare internă se va avea în vedere coordonarea și derularea eficientă a tuturor activităților din proiect. Comunicarea internă va avea în vedere toate aspectele care pot influența atingerea obiectivelor proiectului și se va axa pe identificarea și utilizarea consecventă a tuturor mijloacelor necesare care să asigure coordonarea cu succes a proiectului de către beneficiar.

Comunicarea internă reprezintă un element foarte important pentru îndeplinirea cu succes a obiectivelor proiectului de aceea este esențială determinarea unui flux intern care să aibă în vedere toate partile interesate (beneficiar).

Comunicarea internă va avea în vedere diminuarea acțiunilor cu potențial conflictual sau de risc, identificarea modului optim de transmitere a informațiilor în cadrul proiectului, asigurarea transparenței procesului de diseminare a informațiilor, oferirea de feedback prompt pentru corectarea eventualelor disfuncționalități.

În cadrul proiectului se vor lua toate măsurile pentru a asigura o comunicare permanentă între fiecare dintre membrii echipei de implementare a proiectului. Managerul de proiect va coordona întreaga echipă de proiect, va superviza activitățile derulate în cadrul proiectului, împreună cu echipa formată din persoanele responsabile cu activități specifice.

Funcțiile organizatoriale ale comunicării:

- funcția de control - să clarifice îndatoririle, să stabilească autoritatea și responsabilitățile
- funcția de informare - să furnizeze baza deciziilor
- funcția de coordonare - să facă posibilă atingerea comună eficientă
- funcția de motivare - să stimuleze cooperarea și implicarea în atingerea obiectivelor
- funcția emoțională - să permită exprimarea sentimentelor

Reguli generale de comunicare aplicabile în managementul proiectelor:





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul Specific 3.1: Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Obiectivul Specific 3.4: Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Titlul proiectului: Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Managementul comunicării în cadrul unui proiect este aria de cunoștințe care întrebunțează procesele cerute pentru a asigura generarea, colectarea, distribuirea, păstrarea, retragerea și punerea la dispoziție în final a informațiilor potrivite și în timp util pentru proiect.

Procesele de management al comunicării oferă legăturile critice între oameni și informația care este necesară pentru o comunicare de succes și include următoarele:

- Planificarea comunicării - determinarea necesarului de informații și nevoilor de comunicare între părțile interesate.
- Distribuirea informației - informația necesară este pusă la dispoziția părților interesate în timp util.
- Raportarea performanțelor - colectarea și distribuirea informațiilor privind performanța. Aceasta include: raportarea statusului, măsurarea progresului și previziunile.
- Managementul părților interesate - managementul comunicării pentru a satisface cerințele și a rezolva problemele cu părțile interesate.

1.4. Canalele de comunicare

1.4.1 Considerente generale

Prin canal de comunicare se înțelege orice mijloc întrebunțat de emitator pentru a transmite un mesaj la receptor.

Pentru a transmite mesajele există două tipuri de canale de comunicare: personale și impersonale. Folosind canalele personale, doi sau mai mulți oameni (organizații) pot comunica direct unii cu alții. Comunicarea se poate face față în față, o persoană către un auditoriu, prin telefon sau prin poșta. Utilizarea acestui tip de canal de comunicație este eficientă deoarece permite transmiterea personală a mesajului și obținerea unui feedback: comunicarea personală este în general mai credibilă, poate genera mai multă încredere, se poate adapta mai bine nevoii de informare a auditorului.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Comunicarea personala prezinta si anumite limite: poate fi destul de costisitoare si nu se pot stabili prea multe contacte de acest fel. Trebuie facuta o distinctie suplimentara intre canalele “specializate” si canalele sociale, pentru ca pot fi folosite cu succes toate aceste canale. Pentru mai multe domenii o importanta deosebita o pot avea canalele sociale, care constau in vecini, colegi de serviciu, prieteni, membrii ai familiei si alte persoane care vorbesc cu expertii de recrutare ai grupului tinta si pot influenta decizia celor care se inscriu in proiect.

Canalele de comunicare impersonale sunt formate din mijloace care transmit mesajele fara a folosi contactul direct si fara obtinerea reactiei inverse a receptorului. In aceasta categorie se includ principalele mijloace de comunicare, cum sunt: tipariturile, posturile de radio sau televiziune, sau mijloacele de expunere exterioara (publicitatea exterioara). Tot in aceasta categorie pot fi incluse si evenimentele - manifestari organizate cu scopul de a transmite anumite mesaje unui auditoriu vizat. Aceasta forma de comunicare impersonala s-a dovedit a fi eficienta mai ales in ceea ce priveste crearea si intarirea opiniilor.

Este recomandat sa fie utilizate ambele modalitati de comunicare, tinand cont de avantajele pe care le prezinta fiecare dintre ele. Pentru a fi eficienta - cost minim si efect maxim - comunicarea se poate face in doua etape: intr-o prima etapa trebuie influentati liderii de opinie (sau inovatorii) - un grup mai restrans, care la randul lor, in a doua etapa, pot influenta pe ceilalti (imitatorii). Dificultatea consta in faptul ca este destul de greu de identificat care sunt liderii de opinie, daca acea comunitate nu si-a creat proprii lideri. Folosind canalele personale, doi sau mai multi oameni (organizatii) pot comunica direct unii cu altii. Comunicarea se poate face fata in fata, o persoana catre un auditoriu, prin telefon sau prin posta. Utilizarea acestui tip de canal de comunicatie este eficienta deoarece permite transmiterea personala a mesajului si obtinerea unui feedback: comunicarea personala este in general mai credibila, poate genera mai multa incredere, se poate adapta mai bine nevoii de informarea auditorului.

Canalele neformale constituie „pulsul” organizatiei. De exemplu, canalele neformale pot fi folosite de manager pentru testarea reactiilor la anumite masuri sau decizii avute in vedere. Daca reactiile sunt negative managerul nu le va oficializa sau le va reformula.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Canalele formale de comunicare sunt create in mod controlat prin stabilirea unui sistem formal de responsabilitati si delegari de sarcini care urmaresc structura organizationala ierarhica. Ele sunt proiectate si stabilite in cadrul organizatiei pentru a putea permite transferul de informatii intre unitati si niveluri, strangerea de informatii despre mersul activitatii organizatiei sau de date din exterior despre concurenta, clienti, cererea pietei etc.

Sunt implicati si factori emotionali in procesul de comunicare de factura psihologica, factori care nu isi gasesc mediul adecvat transmiterii in cadrul comunicarii prin canalele formale de comunicare din organizatie. De aceea managerul trebuie sa cunoasca, sa analizeze, sa influenteze si sa foloseasca si un alt tip de canale de comunicare, canale existente inevitabil acolo unde exista oameni intercorelati. Este vorba despre canalele neformale de comunicare.

1.4.2. Canale de comunicare specifice prezentului proiect

In literatura de profil se vorbeste despre patru tehnici fundamentale:

- a) Comunicare de masa (public nediferentiat, de masa);
- b) Comunicarea personalizata (public - tinta bine definit);
- c) Comunicare organizationala interna;
- d) Coercitia si recompensa.

Dupa ce retinem o anumita tehnica, va trebui sa optam pentru canalul mediatic potrivit pentru publicul nostru. Orice tehnica poate folosi diverse canale media care nu se pot substitui perfect.

Pana in prezent se cunosc patru mari familii de mass-media traditionale:

- a) presa scrisa;
- b) radioul;
- c) televiziunea;
- d) afisajul.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Fiecare canal mediatic posedă o anumită persoanlitate și caracteristici proprii.

În cadrul strategiei de comunicare vom alege canalul care poate permite atingerea obiectivelor stabilite în planul de comunicare. Alegerea unui canal va ține seama de trei criterii:

- gradul în care atinge publicul - tinta;
- gradul în care se adaptează pentru realizarea sarcinii comunicationale (AIDA);
- gradul în care opțiunea se încadrează în bugetul și timpul caracteristic din planul de comunicare.

Un canal de comunicare reprezintă mediul prin care se transmit și se primesc mesajele. Canalele sunt de trei tipuri: "fața în față", tiparite și electronice. Canalele "fața în față" includ prezentări, întâlnirile echipelor, întâlniri în cadrul unor evenimente organizate în proiect etc.

Comunicarea "fața în față", extrem de importantă de-a lungul întregului proiect. Comunicarea la nivel de grup se manifestă la membrii care formează echipele de implementare. Acest nivel se concentrează asupra diseminării și împărtășirii informațiilor, discutării problemelor, coordonării sarcinilor de lucru, a rezolvării problemelor și identificării soluțiilor optime pentru atingerea obiectivelor proiectului.

Canalele tiparite includ rapoarte, minute, materiale diverse etc. Calitatea informației centralizată în materialele tiparite este foarte importantă atât pentru o bună desfășurare a activităților cât și pentru asigurarea unei imagini de proiect puternic pozitive.

Canalele electronice includ mesajele de tip e-mail. În cadrul proiectului se va acorda o atenție specială comunicării prin mijloace electronice pentru asigurarea unor fluxuri eficiente și rapide de transmitere a informațiilor. Convorbirile telefonice, mesajele e-mail, fax, au avantajul că sunt rapide și transmit feedback prompt. De asemenea, costul de utilizare a echipamentelor este redus și contribuie la eficientizarea consumului de hârtie. S-au observat anumite dezavantaje însă, cum ar fi riscul de pierdere a unor informații sau de transmitere defectuoasă.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul Specific 3.1: Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Obiectivul Specific 3.4: Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Titlul proiectului: Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Intalnirile sunt modalitati concrete, imediate si directe de transmitere sau obtinere de informatii, fiind eficiente pentru ca se obtine feedback prompt si complet. Permit eficientizarea eforturilor pentru transmiterea/receptionarea informatiilor, solutionarea problemelor, documentarea deciziilor etc. Pot fi si mijloace eficiente de motivare a echipei. Prezinta insa si dezavantaje, cum ar fi faptul ca necesita un consum relativ mare de timp. Nu toate discutiile/intalnirile prezinta importanta pentru toti participantii invitati. Daca nu sunt structurate si gestionate eficient pot genera potentiale efecte negative care pot conduce la imposibilitatea luarii unor decizii sau luarea unor decizii pe baza unor informatii viciate.

Mijlocul de transmitere prin posta al unor scrisori, informari, notificari, rapoarte, etc. Prezinta avantajul ca acestea raman in arhiva de proiect si pot fi consultate pentru obtinerea in orice moment a oricaror informatii necesare. Prezinta insa dezavantajul ca necesita spatiu de depozitare. Volum excesiv. Risc de intarziere in receptionarea mesajului de catre receptor ceea ce poate genera un feedback intarziat.

Pentru a putea fi caracterizata drept *organizata*, comunicarea organizationala trebuie sa prezinte urmatoarele caracteristici:

- sa fie orientata spre *finalitate* (scop), adica sa reflecte un plan de ansamblu si obiectivele pe care si le asuma organizatia
- sa fie *multidirectionala*, adica sa se realizeze de sus in jos, pe orizontala, pe verticala etc.
- sa fie *instrumentala*, adica sa se sprijine pe o varietate de suporturi in functie de obiectiv
- sa fie *adaptata*, adica sa foloseasca sistemele de informare specifice fiecarui sector de activitate si sa concorde cu cultura organizationala promovata
- sa fie *flexibila* pentru a integra comunicarea informala si pentru a crea structurile care o favorizeaza.

Comunicarea la nivel intern presupune dezvoltarea si aplicarea unei strategii care sa asigure suport pentru un management de proiect eficient. In acest sens se va avea in vedere organizarea proceselor de lucru prin standardizarea, ordonarea si colectarea corecta a informatiilor (prin



UNIUNEA EUROPEANĂ



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

intermediul unor formulare diverse - rapoarte, minute etc.) in vederea procesarii si generarii de date utile pentru proiect.

Riscuri potientiale si masuri de diminuare

Proiectul va debuta cu constituirea echipei de management care, in cadrul intalnirii initiale va elabora metodologia de coordonare si implementare prin intermediul careia vor fi stabilite masuri pentru: mobilizarea resurselor pentru fiecare sarcina/obiectiv, promovarea proiectului si implementarea activitatilor. In orice tip de proiect, cu cat complexitatea acestuia creste, cu atat riscurile legate de deficiente in comunicare sunt mai mari. Este importata identificarea timpurie a potentialelor riscuri si identificarea de solutii pentru diminuarea sau eliminarea completa a acestora. Comunicarea organizata presupune evitarea unor astfel de situatii prin analiza prealabila a necesitatilor si obiectivelor proiectului.

Au fost identificate urmatoarele riscuri potientiale in etapa de analiza:

1. Comunicarea interna ineficienta se asociaza cu un esec in obtinerea angajamentului angajatilor, fapt ce are un impact devastator asupra nivelului lor de motivare.
2. Motivarea insuficienta se soldeaza cu o scadere dramatica a performantelor obtinute de angajati in activitatea lor curenta tocmai intr-o perioada in care este o mai mare nevoie de rezultate .
3. Expertii de recrutare a grupului tinta sunt cei care mentin legatura curenta cu grupul tinta si ei sunt purtatorii mesajului transmis de firma. Daca acestia nu inteleg ce se intampla in cadrul proiectului, care sunt planurile si strategiile pentru aceasta perioada, nu vor fi capabili sa transmita un mesaj coerent si pozitiv. Mai mult, daca domina un climat de nesiguranta, confuzie si zvonuri negative, acestia vor transmite un mesaj incarcat de incertitudine si pesimism.
4. Volumul informatiei transmise- cantitatea de informatie este prea mare pentru a fi utilizate eficient toate datele, creand blocaje sau intermitente in fluxurile de comunicare.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

5. Calitatea scăzută a informației - de multe ori, datele sunt imprecise sau irelevante și sunt necesare eforturi suplimentare pentru identificarea problemei și corectarea fluxurilor

6. Transmiterea defectuoasă a informației - viteza de difuzare a informațiilor este prea lentă sau prea rapidă.

Pentru diminuarea riscurilor se vor avea în vedere o serie de măsuri ce se vor aplica în funcție de situațiile specifice întâlnite în cadrul proiectului. De asemenea se va avea în vedere corelarea resurselor alocate (timp, oameni, bani) cu transmiterea unui mesaj coerent atât în cadrul echipei de proiect cât și în exterior.

Fiecare membru al echipei va avea responsabilități clare și se va stabili ce informații să fie comunicate cui, când, cum și de ce, menționându-se și consecințele nerespectării acestor lucruri stabilite.

1.5. Comunicarea externă

Obiective ale comunicării externe:

- informarea corectă și constantă a partenerilor externi cu privire la activitatea organizației respective
- îndeplinirea cu profesionalism a angajamentelor asumate
- construirea unor relații de colaborare reciproc avantajoase
- formarea și menținerea unei imagini pozitive pe piață

Comunicarea externă îmbracă și alte forme, diferite de comunicarea de tip managerial. Annie Bartoli menționează existența a trei tipuri de comunicare externă:

- *Comunicarea externă operațională*, realizată între membrii organizației cu interlocutori din exteriorul organizației
- *Comunicarea externă strategică*, care constă în construirea sau extinderea unei rețele de comunicare



UNIUNEA EUROPEANĂ



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul Specific 3.1: Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Obiectivul Specific 3.4: Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație

Titlul proiectului: Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

- *Comunicarea externa de promovare* (publicitate, relatii publice)

Comunicarea externa operationala se refera la faptul ca mare parte din salariatii intretin relatii profesionale cu persoane din mediul extern al organizatiei. Fiecare din acesti angajati sunt deci, obligati sa comunice, in calitate de reprezentanti ai organizatiei cu partenerii externi ai acesteia: clienti, furnizori, contractanti, autoritati publice, eventuali concurenti. Astfel, fiecare vehiculeaza o anumita imagine si anumite mesaje din partea organizatiei si primesc in acelasi timp informatii pe care le retransmit in interiorul organizatiei. Aceste schimburi sunt vitale pentru activitatea pe termen scurt a organizatiei.

Comunicarea externa strategica imbraca doua forme de baza: dezvoltarea de relatii de comunicare cu mediul extern si previzionarea evolutiei si schimbarilor care se pot produce in exteriorul organizatiei si care pot afecta activitatea acesteia. Organizatia incearca sa reziste in mediul extern, in mod necesar concurential prin construirea de relatii profitabile cu actorii cheie ai acestuia: autoritatile locale, directori ai altor organizatii, in general cu persoanele care sunt considerate a fi influente. La momentul initierii acestor retele de comunicare, acestea nu sunt cu adevarat indispensabile. Cu toate acestea, ele sunt proiectate in ideea ca se pot dovedi utile in cazul unei crize sau a altui eveniment neasteptat.

Observarea atenta a mediului extern si previzionarea evolutiei acestuia se realizeaza prin intermediul unor anumiți membri ai organizatiei care capteaza toate informatiile considerate strategice. O atentie deosebita este acordata activitatilor concurentei, evolutiei suporturilor tehnice, noilor norme si reglementari legislative care pot afecta organizatia si transforma mediul sau extern, evolutiei situatiei locurilor de munca, eventualelor miscari sociale etc. Aceste informatii sunt foarte utile in luarea de decizii, in alegerea strategiilor si in optiunea pentru o anume politica.

Comunicarea cu rol de promovare reprezinta in realitate un caz aparte, pentru ca, desi literatura de specialitate o considera fara exceptie ca facand parte din comunicarea externa, ea se desfasoara unilateral, dinspre organizatie catre mediul exterior al acesteia. In aceasta situatie, nu mai sunt membrii organizatiei cei care intretin legatura cu exteriorul, ci organizatia ca



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

institutie. Ea da informatii despre produsele sau serviciile pe care le ofera, incearca sa-si amelioreze imaginea de ansamblu sau pur si simplu vrea sa se faca cunoscuta si sa-si promoveze valorile.

Formele principale prin care se concretizeaza acest tip particular de comunicare sunt:

- publicitatea - prin mass media sau prin propriile materiale publicitare
- promovarea vanzarilor
- sponsorizarilor - finantarea activitatilor culturale sau sportive
- mecenatul - ajutor financiar sau logistic acordat artistilor, organizatiilor umanitare sau non-profit
- articole care prezinta organizatia in publicatii de specialitate.

Comunicarea externa are doua forme de baza: dezvoltarea relatiilor de comunicare cu mediul extern si previzionarea evolutiei si schimbarilor care se pot produce in exterior si pot afecta desfasurarea activitatilor. Factorii de decizie din cadrul proiectului trebuie sa se adapteze factorilor de mediu extern prin construirea de relatii profitabile cu actorii cheie.

La nivelul proiectelor din aceasta sfera pot aparea blocaje in comunicare, in relatiile cu persoanele din grupul tinta. Aceste blocaje pot conduce la frustrare, nemulțumire, la formarea unei imagini proaste despre Solicitant iar in timp la un posibil esec al proiectului implementat.

Comunicarea cu grupurile cointeresate

Alegerea si segmentarea grupurilor cointeresate reprezinta un aspect cheie in comunicarea externa, fiind singurul mod prin care eforturile de informare si publicitate pot fi directionate eficient. In cadrul proiectului au fost identificate urmatoarele grupurilor cointeresate:

Institutii (Autoritatile locale si entitatile subordonate) - OIR/AM POCU.

Grupul tinta. Grupul tinta al proiectului este descris in sectiunea de „Grup tinta” .





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Mass-media. Mass media cuprinde presa scrisa si internetul.

Comunicarea externa operationala

Comunicarea externa operationala se refera la faptul ca o mare parte din membrii echipei de proiect intretin relatii profesionale cu persoane din mediul extern al proiectului. Fiecare trebuie sa comunice, in calitate de reprezentant al proiectului cu partenerii acestuia: beneficiari, furnizori, contractanti, autoritati etc. Fiecare vehiculeaza o imagine si anumite mesaje din partea proiectului si primesc in acelasi timp informatii pe care le transmit echipei de proiect.

CAPITOLUL II. INSTRUMENTE SI CANALE DE PROMOVARE

a) In cadrul comunicării de masa identificam ca principale tipuri:

- relatiile publice;
- relatiile cu presa;
- afacerile publice (lobby-ul);
- propaganda;
- publicitatea;
- comunicarea directa;
- sponsorizarea.

b) Comunicarea personalizata

Comunicare directa, personalizata, este mai eficace, deoarece ea presupune un feed-back imediat la orice reticenta a publicului - tinta.

In aria de cuprindere a acestui gen de comunicat se include:

- Comunicarea interpersonală (directă, telefonică, publi-post, promovare produsului/serviciului, expozitiile etc).



UNIUNEA EUROPEANĂ



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

- Reuniuni de grupuri mici (întalniri specifice, conferințe, sesiuni de informare, evenimente etc.);
- Reuniuni de angajare.

c) Comunicarea organizațională

Urmărește să difuzeze mesaje publicului intern al organizațiilor. Pentru desfășurarea ei au loc interacțiuni:

- **Interacțiunile funcționale**
 - ✚ orientările și obiectivele organizației;
 - ✚ coerența și eficacitatea angajaților;
 - ✚ controlul și evaluarea rezultatelor.
- **Interacțiunile psihosociale**
 - ✚ menținerea și dezvoltarea unui client pozitiv;
 - ✚ stimularea motivației angajaților (personalului);
 - ✚ gradul de coeziune (sentimentul de apartenență în cadrul echipei).

d) Coercitia și recompensarea.

De regulă, legile, decretele, normele și deciziile care impun limite comportamentului persoanelor, constituie factori de coerciție. Dintre tehnicile de recompensă și privilegiu putem aminti: prime, cadouri, reduceri, decorații, distincții, momente de omagiere și recunoaștere publică a prestigiului.

2.1 Informare și publicitate

Activitățile de informare și de publicitate în cadrul proiectului **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”** - număr de identificare al programului POCU/1080/3/16/157222, au ca obiectiv **Creșterea ocupării șomerilor și a**





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație și Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație.

De asemenea în cadrul acțiunilor de informare și publicitate se va asigura o cât mai mare vizibilitate, transparență și promovarea corespunzătoare a proiectului **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**, a obiectivelor și a rezultatelor obținute. Se va avea în vedere îndeplinirea următoarelor criterii:

- Informarea corectă, pe tot parcursul și ulterior, și cu mijloacele de informare adecvate;
- Precizarea clară a implementării proiectului cu ajutorul fondurilor structurale;
- Respectarea tuturor prevederilor și regulamentelor în vigoare, precum și a Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumente Structurale;
- Asigurarea accesibilității informației pentru grupul țintă.

În cadrul strategiei de informare și publicitate se va avea în vedere respectarea identității vizuale a proiectului precum și respectarea tuturor prevederilor Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumente Structurale 2014-2020, pentru materialele de informare și publicitate internă și externă.

Strategia de informare și publicitate va fi promovată atât în mediul extern cât și în cel intern (în cadrul echipei de proiect) astfel încât să se asigure diseminarea informațiilor relevante pentru atingerea obiectivelor proiectului.

2.2 Elemente de Identitate Vizuală

Conceperea și realizarea identității vizuale reprezentative pentru proiectul ” **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și**





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”, include un Logo, un template pentru documentele utilizate în cadrul proiectului și template grafice pentru materialele de promovare. Identitatea vizuală a proiectului va fi prezentă pe toate materialele informative și de promovare, potrivit Manualului de Identitate Vizuală.

Este important ca proiectul să aibă o identitate publică, specifică, formată într-o mare măsură din logo, dar și din materialele sale de promovare - broșuri, șabloane de documente diverse, website etc., aceste elemente de comunicare contribuind la formarea și consolidarea opiniei generale asupra imaginii proiectului.

Conceptul de identitate vizuală poate fi definit ca suma elementelor vizuale prin care publicul recunoaște proiectul și prin care acesta se diferențiază în raport cu alte proiecte. Reprezintă unul dintre elementele fundamentale ale strategiei abordate în cadrul campaniei de promovare și publicitate și susține creșterea și promovarea imaginii proiectului, a rezultatelor și obiectivelor vizate.

Un concept de identitate vizuală unitar susținut de valoarea simbolică a logotipului și de alte elemente grafice, interese, în percepția publicului, imaginea proiectului și susține activitățile acestuia.

2.3 Anunțuri

Anunțul de înscriere în grupul țintă se va publica cel puțin pe site-ul proiectului.

2.4 Materiale promotionale

Materialele promotionale din cadrul proiectului ” **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**”, au ca scop promovarea obiectivelor și activităților proiectului.

Materialele promotionale, sub formă de print, sunt elemente importante care asigură vizibilitatea proiectului prin diseminarea către un grup divers de persoane.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

Pentru promovarea continuă a proiectului se vor realiza diferite materiale de promovare (pliante, afise, mape, pixuri, banner, roll-up, etc). Toate materiale de promovare vor respecta manualul de identitate vizuala si vor include logo-ul proiectului. Materialele de promovare vor fi puse la dispozitia tuturor partilor implicate in proiect si vor insoti toate campaniile de informare/promovare ce se vor desfasura pe perioada proiectului.

2.5 Evenimente

Scopul prezentului proiect este îmbunătățirea accesibilității, a utilizării și a calității tehnologiilor informației și comunicațiilor în cadrul prezentului proiect, obiectiv care va fi atins prin promovarea și abordarea acestei teme secundare în cadrul tuturor conferințelor, evenimentelor, cursurilor și a activităților cu grupul țintă recrutat. Succesul organizării unui eveniment constă în planificarea strategică, începută cu mult înaintea deschiderii oficiale. Structura serviciilor necesare poate fi extrem de complexă, și poate genera dificultăți de gestionare și risipa de resurse. Coordonarea centralizată cu ajutorul unei echipe de profesioniști este asadar o garanție de performanță, acesta putând identifica, proiecta și gestiona integral cele mai potrivite servicii necesare, permitând astfel echipei de proiect să se concentreze asupra conținutului conferinței.

2.6 Promovarea web

Promovarea web este un trend crescător la nivel mondial, astfel este de înțeles că reprezintă o abordare eficientă și în România. Promovarea web este foarte dinamică, în continuă schimbare, an de an și permite diseminarea cu ușurință a unor informații diverse cu impact mare asupra publicului vizat.

Activitățile de promovare web ce vor fi derulate în cadrul proiectului ” **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**”, au ca rol diseminarea pe scară largă a obiectivelor proiectului și transmiterea de mesaje personalizate în funcție de grupul țintă vizat. Accesul la informație este o cerință actuală a dezvoltării societății, în contextul globalizării proceselor și fenomenelor contemporane, de aceea proiectul își propune prin



UNIUNEA EUROPEANĂ



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

intermediul unei promovări web eficiente, să faciliteze, prin mijloace moderne ce țin de tehnologia informației și comunicării, accesul grupului țintă la informații relevante despre proiect, desfășurarea acestuia, activitățile și modalitățile de implementare, precum și rezultatele acestuia. Prin publicitatea și informarea specifică promovării web, se intenționează diseminarea informațiilor către un număr cât mai mare de persoane, fapt ce contribuie la creșterea vizibilității și a transparenței proiectului și activităților desfășurate în cadrul proiectului.

Site-ul web va fi un site de prezentare, dedicat proiectului ” **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**, și activităților desfășurate în cadrul acestuia. Acesta va fi accesibil oricui, reprezentând o sursă de bază pentru informarea și interacționarea cu proiectul. Structurile și schemele de navigare din interiorul site-ului web vor fi special dezvoltate pentru a asigura accesul rapid către funcționalitățile site-ului precum și către informațiile de interes pentru grupul țintă al proiectului. Dinamica și grafica acestuia vor fi de asemenea aspecte ce vor fi luate în seamă de către dezvoltatori, în vederea atingerii unui grad ridicat de atractivitate pentru utilizatorii săi. Conceperea site-ului web se va baza pe utilizarea celor mai moderne tehnologii pentru a asigura o experiență cât mai plăcută și utilă pentru vizitatori.

Web site-ul va putea fi accesat de pe orice dispozitiv (smartphone, tableta, notebook, computer etc.).

Postarea informațiilor importante și relevante referitoare la proiect este o parte importantă a strategiei de promovare web a proiectului. Campania de promovare pe internet prin intermediul site-urilor de socializare va presupune realizarea unei pagini de facebook a proiectului, precum și realizarea de bannere online postate pe site-ul proiectului.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin „Programul Operațional Capital Uman 2014-2020”

Axa prioritară 3: **Locuri de muncă pentru toți**

Obiectivul Specific 3.1: **Creșterea ocupării șomerilor și a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Obiectivul Specific 3.4: **Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al șomerilor și persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată, lucrătorii vârstnici (55-64 ani), persoanelor cu dizabilități, persoanelor cu nivel redus de educație**

Titlul proiectului: **Creșterea gradului de ocupare a șomerilor și a persoanelor inactive, prin programe de formare profesională și prin măsuri de ocupare personalizate - „S.R.P.M. - Șomeri și Inactivi!”**

Număr de identificare al contractului: POCU/1080/3/16/157222

**NB: Prezenta metodologie poate fi modificata/adaptata/actualizata in functie de realitatea din implementarea proiectului, cu scopul unei optime implementari, precum si in conformitate cu legislatia nationala*

Am luat la cunostinta:

Numele si prenumele	Funcția	Semnatura
Misu Mariana	Manager de proiect	
Radu Madalina	Coordonator activitati grup tinta si facilitator dezvoltare	
Iacob Nicoleta Cerasela	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 1	
Tirca Vasile	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 2	
Fratila ALEXANDRA	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 3	
Iamandi Alexandru Cristian	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 4	
Lupasc Diana Andreea	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 5	
Ciuciula Malvina Cristina	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 6	
Radita Maria Bianca	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 7	
Pupaza Marina Daniela	Expert Identificare, recrutare,inscriere si monitorizare grup tinta 8	