



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

România profesională- Resurse umane competitive

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020

Axa prioritară – 3 "Locuri de munca pentru toți"

Domeniul major de intervenție - 3.8 " Creșterea numărului de angajați care beneficiază de noi instrumente, metode, practici etc., de management al resurselor umane și de condiții de lucru îmbunătățite în vederea adaptării activității la dinamica sectoarelor economice cu potențial competitiv identificate conform SNC/domeniilor de specializare inteligentă conform SNCI!"

Titlul proiectului: " Competitivitatea și inovarea mediului de afaceri din Regiunea Sud Vest Oltenia!"

Contract nr. POCU/227/3/8/117525

Avizat,  
Responsabil tehnic

Aprobat,  
Manager proiect

### STRATEGIE DE COMUNICARE

**Ref.: asigurarea activităților de informare și comunicare a proiectului „Competitivitatea și inovarea mediului de afaceri din Regiunea Sud Vest Oltenia!” și promovarea activităților în rândul grupului țintă și a opiniei publice asigurand eficientizarea comunicării cu publicul tinta si atingerea obiectivelor propuse**

#### A. Considerente generale:

Proiectul „Competitivitatea si inovarea mediului de afaceri din Regiunea Sud Vest Oltenia POCU/227/3/8/117525, are ca obiectiv general cresterea performantelor in plan profesional a angajatilor din departamentele de resurse umane, cat si managerilor si antreprenorilor care isi gestioneaza propriile afaceri din cadrul IMM-urilor active in domenii prioritare si identificate in SNC.

*Grupul țintă* al proiectului:

- angajati cu contract individual de munca (cu norma intreaga sau cu partial), care asigura managementul strategic si care ocupa pozitii de management manager general, director general, manager executiv, director executiv, director adjunct, manager de departament, manager de proiect, manager de linie, etc.);
- angajati cu contract individual de munca (cu norma intreaga sau cu timp partial) din departamentele de resurse umane;
- antreprenori care isi gestioneaza propriile afaceri.



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale  
2014-2020

Activitățile	Rezultatele	Justificarea bugetului
A1 -SA.1.1. - Selectarea angajatorilor si a grupului tinta a proiectului si comunicarea permanenta cu acestia pentru buna implementare a activitatilor	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 comunicate (inceput și final proiect) vor promova finanțatorul și proiectul</li> </ul>	Costurile de informare și publicitate vor fi realizate cu respectarea regulilor de asigurare a vizibilității conform Manualului de Identitate Vizuală.
A1 - SA 1.2. - Informarea mediului de afaceri cu privire la rolul și avantajele formării profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Campanie informare / constientizare angajatori (2 evenimente /judet regiune x 1 zi x50 persoane).</li> <li>-Anunturi de presa - 4;</li> <li>-cel puțin 500 de persoane vor fi informate despre activitățile proiectului.</li> <li>-Site actualizat (al solicitantului) cu informații despre formarea profesională - o subpagina web a proiectului.</li> <li>-Spot radio realizat și difuzat și raport de monitorizare a audienței elaborat ;</li> <li>-1 strategie de comunicare ce va avea ca scop eficientizarea comunicării cu publicul tinta și atingerea obiectivelor propuse</li> <li>-Editare și tipărire broșuri formare profesională format A5: - 500 buc broșura management strategic și planificare economică</li> <li>-editare și tipărire afișe format A2 - 50 buc</li> <li>- 500 kit-uri materiale de promovare.</li> </ul>	Liniiile bugetare alocate acestor activități sunt prevăzute în cererea de finanțare
A2- SA 2.5. - Organizarea și derularea unui program de conferințe tematice tip Forum adresate atât angajaților din departamentele de resurse umane, cât și managerilor și antreprenorilor care își gestionează propriile afaceri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- metodologia de organizare a evenimentelor, materiale suport, liste de participanți, prezentări power point, etc elaborate ;</li> <li>- FORUMUL OAMENILOR DE RESURSE UMANE - HR STRATEGIC</li> <li>-CONFERINȚA OAMENILOR DE AFACERI ȘI LEADERSHIP-UL MODERN</li> <li>2 comunicate de presă elaborate și difuzate;</li> <li>Rapoarte de eveniment elaborate.</li> </ul>	

Sursa: Extras cerere de finanțare



UNIUNEA EUROPEANĂ



## **B. Strategia de comunicare, informare si promovare - propunere:**

Prin proiectul „Competitivitatea si inovarea mediului de afaceri din Regiunea Sud Vest Oltenia” se are in vedere implicarea intr-un program complex si motivant de formare a 510 persoane angajate in IMM-uri ce activeaza in sectoarele economice cu potential competitiv identificat in SNC si in corelare cu domeniile de specializare inteligenta conform SNCDI.

Prin proiect se dezvoltă oportunități crescute de dezvoltare și reorganizare strategică bazate pe metode noi și inovative (sprijinirea a unui număr de 57 IMM-uri în planificarea strategică pe termen lung) ce vor genera pe termen scurt și lung noi locuri de muncă mai bune și mai bine plătite în aceste entități, fapt ce va contribui la creșterea competitivității în regiunile mai puțin dezvoltate din România și la dezvoltarea inteligentă a unui mediu economic durabil, datorită asistenței și activităților de sprijin derulate în cadrul proiectului, prin intermediul parteneriatului. Scopul final al proiectului este ca prin formarea formală și non-formală la nivelul Regiunii de dezvoltare, bazată pe inovare și transfer tehnologic, să crească abilitatea persoanelor de a materializa cunoștințele dobândite în creșterea productivității și eficienței IMM-urilor de unde provin, fapt ce va contribui la atingerea obiectivului tematic 8-Axa prioritară 3-POCU.

Astfel, putem spune că prin campania pe care o propunem în cadrul acestui proiect o să se asigure atât o vizibilitate a activităților proiectului cât și asigurarea unei bune informări a grupului țintă și diseminarea rezultatelor și experiențelor.

Publicul țintă direct căruia îi este adresată campania este format:

- angajați cu contract individual de muncă (cu normă întreaga sau cu parțial), care asigură managementul strategic și care ocupă poziții de management manager general, director general, manager executiv, director executiv, director adjunct, manager de departament, manager de proiect, manager de linie, etc.);
- angajați cu contract individual de muncă (cu normă întreaga sau cu timp parțial) din departamentele de resurse umane;
- antreprenori care își gestionează propriile afaceri.

Dar pentru a asigura premisele unei mai bune deschideri a opiniei publice spre activitățile proiectului este necesar ca mesajul campaniei să atingă și un public țintă indirect, respectiv minim 57 de întreprinderi (angajatori) care vor fi sprijinite în planificarea strategică pe termen lung dar și în creșterea competențelor profesionale a angajaților lor.

Pentru a putea ajunge la acest public țintă, fie el direct, fie el indirect, MESAJUL campaniei trebuie centrat pe avantajele promovării formării formale, nonformale și informale.

Prin instrumentele de comunicare pe care le avem în vedere în realizarea acestei campanii dorim să asigurăm o expunere cât mai largă a activităților proiectului și a promovării formării formale, nonformale și informale în rândul opiniei publice.



UNIUNEA EUROPEANĂ



### 1. Asigurarea unui identități vizuale a proiectului:

- dezvoltare imaginii vizuale si slogan, schemă de culori, corp de literă, stil de design si modele de layout pentru toate materialele informative si promotionale, pentru prezentări si alte tipuri de documente utilizabile în cadrul proiectului.

### 2. Realizarea si administrarea paginii de internet a proiectului:

- Pagina de internet va constitui principala resursă de informatii actualizate despre activitățile proiectului pe parcursul implementării acestuia.
- Pagina va contine:
  - o un forum de discutii (pentru persoanele implicate în diverse aspecte privind formarea profesională),
  - o un calendar electronic al evenimentelor,
  - o un motor de căutare,
  - o pagini de înscriere (de tip formular) pentru evenimentele din proiect si

Pagina se va constitui ca sub-pagină din site-urile partenerilor.

### 3. Realizarea de materiale informative

Pliante informative - în care sunt mentionate importanta cresterii performantelor in plan profesional a angajatilor din departamentele de resurse umane, cat si managerilor si antreprenorilor care isi gestioneaza propriile afaceri din cadrul IMM-urilor active in domenii prioritare si identificate in SNC. Se vor distribui cu ocazia evenimentelor din cadrul A1 - SA 1.1., precum si la diferitele reuniuni ce se vor organiza cu grupul tinta.

Afise - au ca scop promovarea proiectului, dar si a mesajului campaniei. Aceste afise vor fi „generale” nepersonalizând tipul evenimentului, pentru a putea transmite mult mai bine mesajul astfel încât acesta să ajungă si să rămână în memoria publicului tinta. Afisele se vor posta la sediul solicitantului, precum si la sediile diferitelor entitati ce ar putea să fie sprijine implementarea proiectului precum si la actori relevanti pe piata muncii la nivelul Regiunii Sud Vest Oltenia.

Comunicate de presă - acestea vor realizate pentru lansarea si încheirea proiectului.

Anunturi de presă - vor elabora în cadrul activității de informare a grupului tinta si va mentiona elemente importante privind eligibilitatea, criteriile de selectie, etc. Aceste comunicate vor fi postate pe site-ul solicitantului, precum si în diferite cotidiane locale, regionale sau nationale.



UNIUNEA EUROPEANĂ



#### 4. Organizarea de evenimente de informare si promovare:

Campania de informare/ constientizare angajatori va cuprinde cate 2 evenimente / judet (cca.40-50 persoane persoane eveniment) de informare a angajatorilor, organizate la sediul Camerelor de Comert locale, universitati, alte spatii publice reprezentative si cu notorietate locala. La aceste evenimente vor participa angajatori care isi desfasoara activitatea in sectoarele economice cu potential competitiv identificate conform SNC si in corelare cu domeniile de specializare inteligenta conform SNCDI, dar si angajatori care doresc sa-si adapteze activitatea la aceste sectoare economice/domenii de specializare inteligenta. Evenimentele vor fi o platforma de discutii despre “managementul bazat pe inovare” si „formarea profesionala specializata si inovativa a angajatilor”. Pentru sustinerea acestor sesiuni, alaturi de expertii din proiect vor fi invitati si personalitati marcante ale domeniului economic, antreprenori de success care si-au reorientat activitate si au inovat in organizarea acesteia, profesori din domeniu, etc.

ATELIERELE DE IDEI SI BUNE PRACTICI-presupune organizarea unor serii de ateliere de lucru/seminare care reunesc atat angajatilor din departamentele de RU,managerilor si antreprenorilor care isi gestioneaza propriile afaceri si care isi propun dezbaterile unor tematici de actualitate si gasirea de solutii la problemele si preocuparile comune ale intreprinderilor de unde provin. Vor fi organizate 5 seminare tematice care vor reuni pe o perioada de 2 zile cate 30 de pers. apartinand GT si care se vor reuni periodic in locatii ce vor fi stabilite si care vor discuta aspecte legate de managementul strategic si politici de RU.

Seria de WORKSHOPURI „INOVAREA ÎN ACTIVITATEA ECONOMICA A IMMURILOR” prin care ne propunem sa organizam o serie de grupuri de lucru ce reunesc atat angajatilor din departamentele de RU, cat si managerilor si antreprenorilor care isi gestioneaza propriile afaceri pentru a contribui in demersul colectiv la formarea unei noi mentalitati si a unei culturi a inovarii, care sa duca la un sistem de inovare care sa functioneze la parametri maximi în folosul societății românești.Vor fi organizate 5 grupuri de lucru care vor reuni pe o perioada unei zile cate 30 de pers. apartinand GT in locatii ce vor fi stabilite ulterior.

FORUMUL OAMENILOR DE RESURSE UMANE - HR STRATEGIC ce va reuni specialisti din departamentele de resurse umane ale intreprinderilor, specialisti si cercetatori din domeniul resurselor umane din toate industriile, psihologi ce au preocupari in dezvoltarea si implementarea de noi procedee, metode, mecanisme in domeniu. Evenimentul se va derula pe perioada a 2 zile si agenda va cuprinde sesiuni plenare si organizarea in paralel a 2 grupuri de lucru unde se vor dezbate teme specifice ce necesita solutii comune. De asemenea, pe parcursul evenimentului se va prezenta si cazuistica in HR si se vor analiza provocarile si solutiile gasite in solutionarea acestora, noile schimbari legislative si modalitatile de punere in practica, etc. Numarul asteptat de participanti este de 100 persoane pentru o durata de 2 zile. Evenimentul va genera discutii interesante si provocatoare despre amploarea schimbarilor tehnologice actuale, efectele acestora asupra locurilor de munca si implicatiile pentru domeniul HR, angajati si organizatii.

CONFERINTA OAMENILOR DE AFACERI SI LEADERSHIP-UL MODERN, eveniment ce isi propune sa reuneasca pe parcursul unei zile cca. 100 de persoane reprezentanti ai mediului de afaceri, antreprenori, manageri conform GT. Scopul este de a dezbate principalele aspecte legate de consolidarea pozitiei firmei in mediul de afaceri, precum si provocarile la care este supus mediul de afaceri in contextul actual legislativ si de transformari tehnologice si sociale.



UNIUNEA EUROPEANĂ



### Principiile strategiei

Prin prisma semnificatiei sporite a initiativei proiectului, strategia de comunicare cu beneficiarii si potentialii beneficiari se fundamentează pe următoarele principii:

- **Non-discriminarii si egalității sanselor** implică furnizarea informatiilor în mod egal, fără a considera criteriile discriminatorii precum religia, sexul, etc precum si asigurarea informării în mod egal, respectiv furnizarea aceluasi pachet de informatii către toti potentialii beneficiari ai proiectului;
- **Exhaustivității** prevede furnizarea întregului sprijin informational si administrativ de care este nevoie pentru ca persoanele interesate să participe în cadrul proiectului sau să disemineze informatiile în cadrul comunitătilor de care apartin;
- **Solidarității si comuniunii sociale** presupune capacitatea de constructie a unui sistem social economic sustenabil pornind de la dezvoltarea gândirii si practicii antreprenoriale prin intermediul proiectului;
- **Profesionalismului** consideră experienta în comunicare a personalului implicat în cadrul proiectului precum si experienta derulată de către experti în domeniul fondurilor europene si antreprenoriatului, fapt ce asigură o calitate superioară a mijloacelor de comunicare cu potentialii beneficiari;
- **Bulgărelui de zăpadă** presupune transmiterea informatiilor către persoanele cheie din cadrul comunitătilor, dar si către potentiali beneficiari astfel încât cunoasterea detaliilor generale ale proiectului să vizeze o cât mai însemnată parte a populatiei care poate fi încadrată în cadrul grupului tinta al proiectului.

### Viziunea generală a strategiei

La nivel de ansamblu, viziunea generică a strategiei porneste de la specificatiile cuprinse în cadrul Ghidului solicitantului, în cadrul cererii de finantare si în cadrul altor documente programatice de existente în domeniul fondurilor europene. Aceasta reprezintă componenta



UNIUNEA EUROPEANĂ



tehnic-administrativă. Din punct de vedere comunicational, componenta informatională vizează capacitatea de dezvoltare a angajaților cu contract individual de muncă (cu normă întreaga sau cu parțial), care asigură managementul strategic și care ocupă poziții de management manager general, director general, manager executiv, director executiv, director adjunct, manager de departament, manager de proiect, manager de linie, etc.); a angajaților cu contract individual de muncă (cu normă întreaga sau cu timp parțial) din departamentele de resurse umane și nu în ultimul rând a antreprenorilor care își gestionează propriile afaceri..

### **Expertii implicați**

În cadrul activității de informare a publicului cu privire la programul de formare profesională, metodologia de selecție a grupului țintă se vor implica următorii experți:

- Expert activitate conștientizare și informare
- Expert GT
- Responsabil tehnic
- Expert planificare strategică
- Expert facilitator ateliere de lucru
- Expert inovare socială și tehnologică
- Expert analiză și evaluare teme secundare
- Formatorii
- Expert coaching și dezvoltare personală
- Specialist resurse umane

### **Modalitatea de comunicare cu beneficiarii**

Din punct de vedere procedural și tehnic, comunicarea cu beneficiarii se va realiza astfel:

- În manieră directă, experții implicați în cadrul proiectului vor contacta potențialii beneficiari pentru a le prezenta detaliile proiectului și pentru a obține feedback util pentru implementarea proiectului. Comunicarea dintre beneficiari și echipa de experți a proiectului se va realiza pe toată durata de implementare precum și în perioada post-implementare a proiectului pentru asigurarea sprijinului informațional necesar dezvoltării afacerilor;



- În manieră indirectă, prin intermediul materialelor de prezentare și informare ale proiectului, așa cum apar acestea descrise în cadrul strategiei prezente.

### **Construcția mesajului/mesajelor transmise potențialilor beneficiari**

Elaborarea mesajului către potențiali beneficiari ai proiectului se va realiza considerând următoarele aspecte fundamentale:

- Prevederile ghidului orientări generale;
- Prevederile ghidului condiții specifice;
- Prevederile cererii de finanțare;
- Elementele stabilite în cadrul discuțiilor managementului de proiect sau discuțiilor efectuate între experții implicați în cadrul proiectului;
- Conturarea unui design informațional util, eficient și necesar atragerii potențialilor beneficiari;
- Construcția mesajului astfel încât să conducă la impact măsurat prin implicarea potențialilor beneficiari în cadrul proiectului;
- Asigurarea feedbackului astfel încât să contribuie la implementarea eficientă a proiectului.

### **Asigurarea ratei de convertibilitate dintre informațiile prezentate și înscrierea în grupul țintă**

Scopul elaborării strategiei constă în transmiterea informațiilor despre proiect către persoanele interesate încadrabile în grupul țintă al proiectului. Din acest punct de





UNIUNEA EUROPEANĂ



vedere, convertibilitatea dintre informațiile prezentate și înscrierea persoanelor în grupul țintă al proiectului vizează următoarele elemente:

- Transmiterea întreg pachetului informațional către potențialii beneficiari;
- Preluarea feedbackului de la beneficiari și potențialii beneficiari;
- Asigurarea întregului suport comunicational, logistic și administrativ necesar cunoașterii detaliilor despre proiect;
- Înscrierea beneficiarilor în proiect;
- Construcția unui model comunicational adecvat nevoilor reale ale beneficiarilor, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ;
- Sustinerea grupului țintă prin comunicare constantă pentru realizarea activităților proiectului;
- Implementarea activităților proiectului pe baza comunicării cu beneficiarii;
- Extragerea aspectelor pozitive și negative din cadrul interacțiunii cu beneficiarii și îmbunătățirea acestora pe parcursul implementării activităților proiectului.

#### **Elemente de cuantificare a informațiilor/documentelor elaborate și transmise beneficiarilor**

Din perspectiva elaborării materialelor de informare și de transmitere a informațiilor către beneficiari, strategia de comunicare prevede elemente de cuantificare pentru a avea o imagine de ansamblu reală asupra procedurilor comunicationale realizate pentru beneficiari și potențialii beneficiari. Astfel, strategia prevede:

- Elaborarea unui număr de 500 broșuri formare profesională
- Elaborarea unui număr de 500 broșuri management strategic și planificare economică
- Elaborarea unui număr de 50 afișe



- Elaborarea si transmiterea unui număr de 2 comunicate de presă
- Elaborarea unui numar de 500 kit-uri materiale de promovare
- Organizarea a 2 evenimente /judet de informare a angajatilor
- Organizarea FORUMULUI OAMENILOR DE RESURSE UMANE - HR STRATEGIC
- Organizarea unei CONFERINTE OAMENILOR DE AFACERI SI LEADERSHIP-UL MODERN reuniune de informare si transferabilitate experiente;

Toate materialele si documentele elaborate îndeplinesc rolul informării potentialilor beneficiari si ulterior a beneficiarilor în raport cu detaliile semnificative ale proiectului, cu stadiul derulării activităților si cu modalitățile de interactiune între echipa de experti implicată în proiect si grupul țintă al proiectului.

În vederea demarării activităților de comunicare si informare se vor realiza specificatiile tehnice/ caietele de sarcini pentru lansarea procedurilor de achizitie, astfel încât să se asigura buna derulare activităților de comunicare si informare din cadrul proiectului.

Întocmit,

Expert activitate conștientizare și informare

Ungureanu Laura Gabriela