

 CPB COLEGIUL POLITEHNIC DIN BĂLȚI	REGULAMENTUL PRIVIND STRATEGIA DE COMUNICARE ÎN COLEGIUL POLITEHNIC DIN BĂLȚI	Ediția 1
		Revizia 0
		COD: REG- <u>34</u>



**REGULAMENTUL
PRIVIND STRATEGIA DE COMUNICARE
ÎN COLEGIUL POLITEHNIC DIN BĂLȚI**

BACKGROUND (INTRODUCERE)

Prezenta Strategie de Comunicare este un instrument de promovare a domeniului învățământului profesional tehnic și conține elementele caracteristice unui plan de comunicare a Instituției Publice Colegiul Politehnic din Bălți, fondată la 13 mai 1964 ca Tehnicumul Politehnic, reorganizat în Colegiu la 31.12.1991. Colegiul, din 13 iunie 2003 obține statut de instituție de învățământ mediu de specialitate, în 2015 - instituție de învățământ profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar, nivelurile IV și V ISCED.

Instituția Publică Colegiul Politehnic obține în anul 2020 „*Certificat de evaluare externă a calității pentru programe de formare profesională*”, seria ÎPT nr. 0032-20.

Instituția Publică Colegiul Politehnic oferă servicii educaționale de calitate la programele de formare profesională din domeniul [electronică](#), [mecanică](#), [electromecanică](#), [tehnologii informaționale și comunicații](#).

În prezent în Colegiu sunt organizate studiile la 7 programe de formare profesională:

61110 Calculatoare;

61230 Rețele de calculatoare;

71320 Electromecanică;

71410 Aparatură radioelectronică de uz casnic;

71420 Automatizarea proceselor tehnologice;

71570 Metrologie și certificarea conformității;

71589 Tehnologia construcțiilor de mașini.

Misiunea de bază a Colegiului este de a asigura formarea profesională inițială în limitele categoriilor de calificare existente, precum și dezvoltarea, eficientizarea, sporirea calității și relevanței învățământului profesional tehnic, orientat spre cerințele economiei naționale la nivel local, regional, național și sectorial, pentru asigurarea sinergiei dintre sistemul educațional și sectorul real al economiei.

Scopul Colegiului este formarea profesională a specialiștilor și corelarea sistemului educațional către cerințele pieței muncii pentru o angajabilitate eficientă.

Partenerii Colegiului sunt: Asociația Companiilor din Industria Electronică din Moldova, Asociația pentru Dezvoltarea Comunicațiilor Electronice și Tehnologiilor Inovaționale, Fundația «Terre des Homme» Lausanne-Elveția, Universitatea Tehnică din Moldova, Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, Institutul de Standardizare din Moldova, RED-Nord, CET-Nord, Star-Net.

Admiterea în cadrul Colegiului este organizată în baza

- studiilor gimnaziale cu durată de studii de 4 ani;
- studiilor liceale și medii de cultură generală cu durată de studii de 2 ani.

Realizarea eficientă a misiunii și atribuțiilor ce revin Colegiului, ține de colaborarea cu elevii, părinți, entitățile publice, precum și de susținerea societății, care, actualmente, este în creștere. Aceasta se datorează, inclusiv, și activității de informare despre activitatea Colegiului prin dezvoltarea unor forme și metode eficiente de colaborare prin seminare, conferințe, mese-rotunde, postări pe Facebook, pagina web a Colegiului, în mass-media.

Astfel, comunicarea este benefică atât pentru diseminarea informației necesară activității Colegiului, cât, și a unei interacțiuni viabile cu publicul larg, în scopul formării încrederii societății în realizarea misiunii instituției de învățământ.

1. O TRECERE ÎN REVISTĂ A ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE DEJA REALIZATE

Unul din principalele canale de comunicare a Colegiului este pagina web, Facebook, mass-media. Principiile de comunicare și informare au fost focusate pe promovarea programelor de formare profesională și creșterea transparenței activităților Colegiului și au fost aplicate atât pe segmentul comunicării interne, cât și externe, în acest mod asigurându-se realizarea obiectivelor de comunicare și o calitate mai bună a informației furnizate. Colegiul și-a stabilit mesajele de comunicare în domeniile sale de activitate.

Astfel, Colegiul a reușit:

- a. organizarea a peste 10 de seminare, conferințe și ateliere tematice la nivel național și internațional cu Ucraina și România;
- b. elaborarea și publicarea a peste 30 de rapoarte, documente (analize tematice) și note analitice;
- c. promovarea activităților Colegiului a peste 100 de apariții pe Facebook și pagina web a instituției.

2. ANALIZĂ SWOT A COMUNICĂRII

Pentru a vedea care sunt punctele forte și slabe ale Colegiului s-a elaborat o analiză SWOT. Luând în considerație aceste aspecte va trebui atenuate riscurile de imagine, pe care le va avea Colegiul, precum și de găsit noi tehnologii de comunicare care ar reduce numărul acestora.

Analiza SWOT

Puncte forte	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> - Resurse umane; - Baza de date mass-media; - Materiale de vizibilitate; - Arhivă și memorie instituțională; - Echipa managerială/absolvenți. 	<ul style="list-style-type: none"> - Resurse financiare; - Limbaj științific; - Formulări specializate.
Oportunități	Riscuri
<ul style="list-style-type: none"> - Rețea de contacte; - Site-ul; - Social media; - Interesul mass-media. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deturnarea mesajelor în mass-media; - Riscul de a fi evitat de unele grupuri media; - Flux mare de informații generate de Colegiu – pierderea valorii informației; - Abundența evenimentelor; - Suprapunerea evenimentelor cu alte instituții

3. STAKEHOLDERII ȘI AUDITORIUL –ȚINTĂ

ANALIZA STAKEHOLDERILOR

MENTȚINEREA SATISFAȚIEI	IPLICAREA PUTERNICĂ ȘI ÎNCERCAREA DE A INFLUENȚA
<p>1. Elevii: Nivel ridicat - Elevii sunt în centrul misiunii noastre și ne străduim să le oferim o experiență educațională satisfăcătoare.</p> <p>2. Cadrele didactice: Nivel ridicat - Susținem dezvoltarea profesională și personală a cadrelor didactice și le oferim resursele necesare pentru a preda într-un mod eficient.</p> <p>3. Personalul auxiliar: Nivel ridicat - Personalul auxiliar este esențial pentru buna funcționare a instituției noastre, iar nevoile lor sunt luate în considerație.</p>	<p>1. Elevii: Implicare puternică: Nivel ridicat - Elevii sunt implicați în mod activ în procesul educațional și sunt încurajați să își asume responsabilitatea propriei învățări. Încercarea de a influența: Nivel scăzut - Deși luăm în considerație feedbackul și sugestiile elevilor, acestea nu au un impact semnificativ asupra deciziilor instituției noastre.</p> <p>2. Cadrele didactice: Implicare puternică: Nivel ridicat - Cadrele didactice sunt implicate în proiectarea curriculum-ului și în definirea obiectivelor educaționale. Încercarea de a influența: Nivel ridicat - Cadrele didactice au un rol important în influențarea deciziilor instituției, inclusiv cele legate de programele educaționale și politicile instituționale.</p> <p>3. Personalul auxiliar: Implicare puternică: Nivel scăzut - Personalul auxiliar este implicat în unele decizii, dar nu la fel de mult ca și cadrele didactice. Încercarea de a influența: Nivel scăzut - Personalul auxiliar nu are un impact semnificativ asupra deciziilor instituției.</p>

<p>4. Părinții: Nivel ridicat - Încurajăm comunicarea cu părinții și ne străduim să răspundem prompt la întrebările și preocupările lor.</p> <p>5. Companiile din industrie, agenții economici: Nivel ridicat - Suntem dedicați să dezvoltăm parteneriate cu companiile din industrie pentru a ne asigura că programul nostru educațional răspunde nevoilor pieții.</p>	<p>4. Părinții: Implicare puternică: Nivel scăzut - Părinții sunt implicați într-o măsură limitată în procesul educațional. Încercarea de a influența: Nivel mediu - Părinții pot influența deciziile instituției prin feedback-ul lor și prin impunerea unor cerințe.</p> <p>5. Companiile din industrie, agenții economici: Implicare puternică: Nivel ridicat - Colaborăm cu companiile din industrie pentru a dezvolta programe educaționale relevante și pentru a oferi stagii de practică elevilor. Încercarea de a influența: Nivel ridicat - Companiile din industrie au un rol important în influențarea deciziilor instituției, în special în ceea ce privește dezvoltarea de programe educaționale relevante.</p>
<p style="text-align: center;">MONOTORIZARE (EFORT MINIM)</p> <p>1. Elevii: Efort minim - Urmărim progresul și performanțele elevilor și intervenim când este necesar.</p> <p>2. Cadrele didactice: Efort minim - Urmărim performanțele și feedback-ul cadrelor didactice și intervenim când este necesar.</p> <p>3. Personalul auxiliar: Efort minim - Urmărim performanțele și feedback-ul personalului auxiliar și intervenim când este necesar.</p> <p>4. Părinții: Efort minim - Urmărim feedback-ul și preocupările părinților și intervenim când este necesar.</p> <p>5. Companiile din industrie, agenții economici: Efort minim - Urmărim feedback-ul și preocupările companiilor din industrie și intervenim când este necesar.</p>	<p style="text-align: center;">INFORMARE PERMANENTĂ</p> <p>1. Elevii: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu elevii și le oferim informații relevante privind programele educaționale, evenimentele și resursele disponibile.</p> <p>2. Cadrele didactice: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu cadrele didactice și le oferim informații relevante privind politicile instituționale, resursele și programele educaționale.</p> <p>3. Personalul auxiliar: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu personalul auxiliar și le oferim informații relevante privind politicile instituționale, resursele și programele educaționale.</p> <p>4. Părinții: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu părinții și le oferim informații relevante privind performanțele elevilor și resursele disponibile.</p> <p>5. Companiile din industrie, agenții economici: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu companiile din industrie și le oferim informații relevante privind programele noastre educaționale și resursele disponibile.</p>

MENTINEREA SATISFACTIEI

6. Elevii:

Nivel ridicat - Elevii sunt în centrul misiunii noastre și ne străduim să le oferim o experiență educațională satisfăcătoare.

7. Cadrele didactice:

Nivel ridicat - Susținem dezvoltarea profesională și personală a cadrelor didactice și le oferim resursele necesare pentru a preda într-un mod eficient.

8. Personalul auxiliar:

Nivel ridicat - Personalul auxiliar este esențial pentru buna funcționare a instituției noastre, iar nevoile lor sunt luate în considerare.

9. Părinții:

Nivel ridicat - Încurajăm comunicarea cu părinții și ne străduim să răspundem prompt la întrebările și preocupările lor.

10. Companiile din industrie, agenții economici:

Nivel ridicat - Suntem dedicați să dezvoltăm parteneriate cu companiile din industrie pentru a asigura că programul nostru educațional răspunde nevoilor pieții.

IMPLICAREA PUTERNICĂ ȘI ÎNCERCAREA DE A INFLUENȚA

6. Elevii:

Implicare puternică: Nivel ridicat - Elevii sunt implicați în mod activ în procesul educațional și sunt încurajați să își asume responsabilitatea propriei învățări.

Încercarea de a influența: Nivel scăzut - Deși luăm în considerație feedbackul și sugestiile elevilor, acestea nu au un impact semnificativ asupra deciziilor instituției noastre.

7. Cadrele didactice:

Implicare puternică: Nivel ridicat - Cadrele didactice sunt implicate în proiectarea curriculum-ului și în definirea obiectivelor educaționale.

Încercarea de a influența: Nivel ridicat - Cadrele didactice au un rol important în influențarea deciziilor instituției, inclusiv cele legate de programele educaționale și politicile instituționale.

8. Personalul auxiliar:

Implicare puternică: Nivel scăzut - Personalul auxiliar este implicat în unele decizii, dar nu la fel de mult ca și cadrele didactice.

Încercarea de a influența: Nivel scăzut - Personalul auxiliar nu are un impact semnificativ asupra deciziilor instituției.

9. Părinții:

Implicare puternică: Nivel scăzut - Părinții sunt implicați într-o măsură limitată în procesul educațional.

Încercarea de a influența: Nivel mediu - Părinții pot influența deciziile instituției prin feedback-ul lor și prin impunerea unor cerințe.

10. Companiile din industrie, agenții economici:

Implicare puternică: Nivel ridicat - Colaborăm cu companiile din industrie pentru a dezvolta programe educaționale relevante și pentru a oferi stagii de practică elevilor.

Încercarea de a influența: Nivel ridicat - Companiile din industrie au un rol important în influențarea deciziilor instituției, în special, în ceea ce privește dezvoltarea de programe educaționale relevante.

4. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE PREZENTEI STRATEGII

Scopul Strategiei de comunicare este adoptarea unui stil de comunicare operativ și eficient, prin oferirea informației și mesajelor accesibile pentru părțile interesate, prin planificarea coerentă a acțiunilor de comunicare.

Obiective:

Obiectivele Strategiei de comunicare derivă din obiectivele stabilite în Statutul și Planul Strategic de Dezvoltare a Colegiului, și anume, dezvoltarea și promovarea unor noi idei de politici care ar asigura servicii educaționale de calitate relevantă, pentru integrarea pe piața muncii a absolvenților.

Se stabilesc următoarele obiective generale:

Obiectiv 1. Creșterea vizibilității Colegiului în rândurile absolvenților gimnaziilor și liceelor, părinților, agenților economici, comunității.

Obiectiv 2. Promovarea unei politici de imagine pro-active în relația cu mass-media a rezultatelor, produselor și proiectelor realizate în Colegiu (concursuri tematice, vizite de studii la întreprinderi, seminare, conferințe, etc.).

Obiectiv 3. Dezvoltarea comunicării interne, necesară unei activități eficiente.

Aceste obiective generale vor putea fi implementate prin intermediul următoarelor obiective specifice:

1. Consolidarea capacităților interne și crearea unui nucleu de comunicare, pregătit din rândul cadrelor de conducere și angajaților Colegiului.
2. Promovarea în continuare a platformelor digitale moderne și ușor de accesat, de către societate, care vor servi la creșterea nivelului de informare, cu privire la activitățile și oportunitățile de studii în Colegiu.
3. Transformarea platformelor digitale în mecanisme de dialog cu societatea.
4. Menținerea și îmbunătățirea continuă a comunicării cu mass-media pentru a facilita dialogul cu întreaga societate.
5. Îmbunătățirea comunicării cu alte instituții de învățământ de diferite nivele.

5. PRINCIPIILE DE BAZĂ ALE COMUNICĂRII

În cadrul comunicării vor fi respectate următoarele principii:

Accesibilitate

În procesul comunicării Colegiul va utiliza limbaj și termeni accesibili și informații necesare publicului țintă, ușor de obținut.

Transparența

Procesele educaționale din Colegiu vor fi bine definite și vizibile, cu respectarea dreptului la informare al beneficiarilor și angajaților.

Actualitate

Informațiile oferite de Colegiu vor fi oportune, comunicate la timp și conforme cu necesitățile grupului țintă. Comunicarea va fi integrată în activitățile instituției, înțeleasă și acceptată de publicul țintă intern și extern.

Continuitatea și coerența informației

Canalele informaționale vor asigura fluxul neîntrerupt de comunicare, mesajele vor fi coereccte, exacte, întemeiate, comprehensive și vor fi în strictă corespundere cu regulile lingvistice.

6. MESAJELE – CHEIE

Cele mai importante mesaje pe care le vom transmite prin comunicare noastră publicului vor avea menirea de a capta atenția și a trezi interesul publicului. Principalele mesaje vor fi:

Colegiul Politehnic din Bălți propune studii relevante care îți oferă oportunități pentru o carieră de succes.

Colegiul Politehnic din Bălți propune copiilor dumneavoastră un mediu prietenos de studii, dar pentru studii relevante și o integrare rapidă avem nevoie și de o cooperare bilaterală eficientă.

Colegiul Politehnic din Bălți este o instituție de încredere care oferă studii de calitate.

Colegiul Politehnic are personal bine instruit cu performanțe relevante.

Colegiul Politehnic din Bălți instruiște elevii pentru piața muncii, dar avem nevoie de implicare și susținere pentru desfășurarea stagiilor de practică de calitate la unități economice.

7. MISIUNE. VIZIUNE. VALORI

MISIUNE

Misiunea Strategiei de comunicare este îndreptată spre crearea, menținerea și promovarea imaginii Colegiului Politehnic din Bălți, prin activități gestionate cu maximă responsabilitate și într-un mod integrat și coerent.

VIZIUNE

Strategia de comunicare a Colegiului stabilește prioritățile sale în procesul de comunicare. În acest sens, Colegiul își propune să adopte un stil de comunicare operativ și eficient, prin oferirea informațiilor și mesajelor accesibile, și să aducă argumentele respective în susținerea acestora. În acest

context, este necesară planificarea eficientă a acțiunilor de comunicare, lansarea unor inițiative ce vor viza opiniile beneficiarilor și comunicarea cu ei.

Colegiul își propune:

- să asigure implicarea elevilor, cadrelor didactice în comunicare cu comunitatea;
- să informeze comunitatea despre activitățile Colegiului;
- să depășească bariera comunicațională generată de polarizarea mass-mediei;
- să implice activ elevii, cadrele didactice în procesul de elaborare a soluțiilor de alternativă, prin crearea unei platforme de comunicare deschisă pentru toți, inclusiv prin discuții, participarea la conferințe și seminare etc.

VALORI

Strategia de comunicare este fondată pe următoarele valori: Adevăr, Frumos, Dreptate, Transparență, Profesionalism, Inovație, Relevanță, Colaborare, Responsabilitate, Feedback, precum și promovarea de: Curiozitate, Cunoaștere, Onestitate, Corectitudine, Flexibilitate, Toleranță.

8. STRUCTURA COMUNICĂRII

La aplicarea metodelor de comunicare se va ține cont de următoarele cerințe:

1. mesajele vor fi scurte și consistente, pentru a sublinia mesajele-cheie, astfel încât beneficiarii să le înțeleagă și să le memoreze;
2. mesajele vor fi construite în așa fel, încât să îngusteze audiențele-țintă și să se menționeze care sunt acestea (de exemplu: „Ne adresăm absolvenților gimnaziilor. Ne adresăm oamenilor de afaceri etc.”);
3. mesajele se vor lansa și în formă scrisă (comunicat, precizare, postare pe rețelele socializare);
4. mesajele vor fi însoțite de elemente grafice (imagini, grafice, poze, video etc);
5. mesajele vor fi promovate prin intermediul tuturor instrumentelor de comunicare.

Instrumente de comunicare

Clasice	Inovative
1. Campanii de informare	1. Info și video-grafice
2. Știri/reporteje/interviuri	2. Transmisiuni live
3. Emisiuni TV	3. Newsletter on-line
4. Articole analitice	4. Video informative
5. Comunicate de presă	5. Live-uri pe social media
6. Prezentări PPT	6. Podcasturi

9. RAPORTARE ȘI EVALUARE

EVALUARE ȘI MONITORIZARE

Mediatizarea problemelor identificate în Strategie trebuie să fie monitorizate continuu pentru a urmări interesul grupului țintă, pentru a determina mesajele pe care le primesc, pentru a colecta feedback de la factorii interesați, expus în mass-media, rețele de socializare pentru a identifica noi idei de comunicare.

Criterii de evaluare vor fi cantitative, calitative și gradul de satisfacție pentru a măsura rezultatele.

În forma sa clasică **indicatorul cantitativ** cuprinde: creșterea/descrășterea procentuală a factorilor interesați; numărul sau procentajul grupului (grupurilor) de factori interesați cărora li s-a comunicat mesajul utilizând anumite metode, instrumente; numărul apelurilor telefonice; numărul articolelor și știrilor, numărul posterelor, broșurilor; numărul atelierelor, meselor rotunde, inclusiv numărul participanților; numărul de vizitatori ai paginii web, a paginilor pe rețele de socializare; numărul comentariilor la postările efectuate.

Evaluarea calitativă ulterioară este utilă pentru a explica de ce o inițiativă, abordare sau mesaj anume a avut sau n-a avut succes și pentru a decide dacă mesajele, abordările, instrumentele trebuie schimbate.

În evaluarea calitativă impactul activităților asupra publicului este un criteriu important.

Exemple:

- A crescut numărul evenimentelor organizate de/în Colegiu și a grupului țintă care sunt interesați de activitatea instituției? Dacă da, cu cât?
- A crescut numărul de aprecieri și de comentarii pe social media? Dacă da, cu cât? etc.

Strategia de Comunicare a Colegiului prevede crearea unui program continuu de activități, vizând menținerea imaginii construite, care poate fi îmbunătățite pe parcursul anilor de activitate.

PLANUL DE ACȚIUNI 2023-2025

Perioada	Activități	Indicator/Rezultate
2023-2025	Actualizarea site-ului Design nou Accesibilitate sporită Păstrarea arhivei Actualizarea bazei de date	Va fi una din platformele de comunicare cu publicul țintă. Versiunea nouă și îmbunătățită a site-ului va fi lansată în vara anului 2023.
	Lansarea paginii Colrgiului pe Instagram Un nou produs de comunicare al Colegiului	Pagina Colegiului pe Instagram va fi lansată până în luna mai 2025. Instagram va fi folosit pentru promovarea Colegiului în rândul tinerilor.
	<i>Elaborarea planurilor de activități pe comunicare</i> Plan de comunicare	Va fi elaborat planul de comunicare detaliat.
	<i>Comunicarea cu publicul prin mass-media</i> TV Radio Presa scrisă	Se va pune accent pe scrierea și difuzarea comunicatelor de presă, știrilor de la evenimente, pe relații personale cu jurnaliștii etc.
	<i>Comunicare cu publicul prin activități</i> Seminare Mese rotunde Conferințe Ateliere	Se va realiza în corelare cu domeniile de activitate a Colegiului. La evenimente va fi invitată mass-media. Periodicitate: în dependență de evenimente/proiecte. Organizarea de seminarii și workshop-uri.
	<i>Comunicarea cu publicul prin rețelele de socializare</i> Facebook Instagram	Vor fi promovate activitățile Colegiului, inclusiv participarea experților la alte evenimente și apariții media. Se va pune accent pe creșterea numărului de urmăritori / prieteni / distribuiri / aprecieri pe rețelele de socializare
	<i>Comunicarea cu publicul prin platformele online</i> Site-uri naționale și internaționale	Publicarea știrilor, evenimentelor, analizelor, rapoartelor etc., pe alte platforme de comunicare / parteneri
	<i>Comunicarea cu publicul prin intermediul materialelor informative</i> Pliante Video Radio podcast Video informative/explicative Istorii de succes	Vor fi create mai multe materiale informaționale care vor fi prezentate publicului într-o formă accesibilă. Crearea de materiale promoționale. Periodicitate: Independentă de activitate
	<i>Comunicarea prin intermediul activităților externe</i> Participări la evenimente organizate de alte instituții (naționale și internaționale) Prezentarea activităților	Se va promova imaginea Colegiului prin intermediul activităților, evenimentelor de promovare, participarea la târguri de cariere și expoziții educaționale
	<i>Comunicarea instituțională</i> Ședințe Teambuildinguri	Comunicare are drept scop consolidarea relațiilor între membrii Colegiului.