



UNIUNEA EUROPEANĂ



GVERNUL ROMÂNIEI



ROMANIA  
MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE  
OIPOSDRU



ICCV

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013**

**Investește în oameni !**

## NEWSLETTER NR. 2



Pentru o bună comunicare în cadrul proiectului „**Pluri și interdisciplinaritate în programe doctorale și postdoctorale**” a fost creat un buletin informativ electronic. Acesta va fi trimis lunar pe parcursul desfășurării proiectului. El va conține: exemple de bună practică; informații cu privire la proiect, beneficiar și parteneri; prezentarea participărilor la conferințe de presă, conferințe științifice; vizite de lucru, seminarii, paneluri, mese rotunde, diferite alte evenimente; informații referitoare la decizii organizatorice. Buletinul electronic este inclus în campania de comunicare la care vor participa toți membrii echipei.

Campania de comunicare se desfășoară în perioada aprilie 2014 – octombrie 2015 și are ca scop asigurarea suportului necesar mediatizării obiectivelor strategice ale proiectului precum și creșterea vizibilității rezultatelor de cercetare ale doctoranzilor sprijiniți în proiect prin stimularea publicării acestora la nivel național și internațional a unui număr important de articole științifice și dezvoltarea capacității de diseminare, continuare a cercetării.

Strategia de comunicare a obiectivelor și rezultatelor proiectului se va axa pe o campanie complexă care va avea în vedere atât diseminarea de materiale publicitare către publicul țintă cât și publicarea de articole în presa națională.

**Anul 1:** Campania de diseminare se va adresa publicului format din cercetători, profesori universitari, doctoranzi, post-doctoranzi, mass media pentru atingerea obiectivului de informare asupra obiectivului general și a obiectivelor specifice proiectului; pregătirea organizării conferinței de lansare, inclusiv lansarea comunicatelor de presă; realizarea, întreținerea și actualizarea paginii web a proiectului; editarea și tipărirea de materiale promoționale și participarea la cel puțin trei evenimente realizate de organizații, publice și private, în vederea promovării proiectului și diseminării rezultatelor.

Ulterior, strategia de comunicare va pune accent pe interconectarea bursierilor pentru asigurarea componentei de pluridisciplinaritate și pe promovarea rezultatelor obținute prin proiectele de cercetare înscrise în proiect. Se va anunța și promova metodologia de participare la concursul din cadrul proiectului, prin care este promovată excelența în cercetare prin premiarea doctoranzilor/postdoctoranzilor. Va fi realizată grafica de format pentru newsletter care va fi diseminat pe parcursul a 15 luni pe site-ul proiectului precum și intern, tuturor partenerilor și bursierilor din grupul țintă. De asemenea, pe site și în newsletter vor exista informații despre sesiunile de sensibilizare axate pe informarea privind tematicile specifice – egalitatea de gen, egalitatea de șanse, multiculturalitatea, dezvoltarea durabilă, spiritul antreprenorial.

**Anul 2:** Campania de diseminare a materialelor publicitare va continua. Ulterior, strategia de comunicare va pune accent pe interconectarea bursierilor pentru asigurarea componentei de pluridisciplinaritate și promovarea rezultatelor obținute prin proiectele de cercetare înscrise în proiect. Se va actualiza permanent site-ul proiectului; Va fi asigurată participarea la cel puțin 3 evenimente publice realizate de organizații, publice și private în vederea promovării proiectului și diseminării rezultatelor; Va continua promovarea pe site a newsletterelor lunare referitoare la activitatea din proiect cu accent pe promovarea de rezultate ale doctoratelor și a stagiilor de cercetare ale bursierilor din proiect și ale experților științifici coordonatori, fiind astfel diseminate intern și extern rezultatele cercetărilor din proiect; De asemenea, pe site și în newsletter vor continua să existe informații despre sesiunile de sensibilizare axate pe informarea privind tematicile specifice – egalitatea de gen, egalitatea de șanse, multiculturalitatea, dezvoltarea durabilă, spiritul antreprenorial. Vor fi promovate rezultatele obținute prin comunicarea între profesori și bursieri în cadrul panelurilor și seminariilor de networking. Vor fi prezentate și rezultatele obținute în cadrul activităților referitoare la dezvoltarea de rețele și parteneriate de cercetare la nivel național și european. Se va lansa un comunicat de presă la finalul proiectului și va fi organizată conferința de închidere.

Pentru atingerea obiectivelor se vor avea în vedere următoarele aspecte:

1. Analiza problemelor, așteptărilor, preocupărilor doctoranzilor, post-doctoranzilor înscrși în proiect și păstrarea legăturii cu aceștia, inclusiv cu cei care nu sunt din București, pentru a fi în permanență la curent cu noutăți referitoare la activitățile pe care le desfășoară pentru ca ulterior, împreună cu managerii de proiect, să se facă o analiză asupra subiectelor de interes pentru publicul larg, iar lucrările de interes general să fie promovate.
2. Menținerea dialogului permanent, al comunicării deschise, transparente cu participanții din proiect pe parcursul întregii perioade de derulare: mai 2014 – noiembrie 2015.
3. Comunicarea permanentă a echipei ICCV cu universitățile partenere ale proiectului, cu managerul de proiect și asistenții managerului de proiect.
4. Comunicarea permanentă cu reprezentanții OIPOS DRU MEN cu privire la activitățile, modul de implementare și rezultatele campaniei.

Având în vedere scopul proiectului și ținându-se cont de profilul publicului țintă, stabilirea unui proces de comunicare consistent este o parte esențială în gestionarea eficientă a proiectului, a imaginii beneficiarului și a partenerilor.

În acest sens se va urmări:

1. Stabilirea unei relații deschise cu bursierii, experții pe termen lung și experții pe termen scurt, precum și cu reprezentanții partenerilor
2. Analiza permanentă a nevoilor referitoare la comunicarea rezultatelor din proiect
3. Informarea publicului larg prin newslettere și comunicate de presă a rezultatelor cercetărilor și participării la conferințe naționale și internaționale
4. Poziționarea și crearea imaginii proiectului ca entitate deschisă dialogului, având ca obiectiv principal creșterea calității studiilor universitare de doctorat/postdoctorat, formarea inițială pentru cercetare - prin abordare pluri și interdisciplinară, crescând astfel atractivitatea carierei în cercetare.

### **Recomandare**

Pentru o foarte bună gestionare a relațiilor cu presa se va avea în vedere organizarea unor scurte sesiuni de training pentru orice persoană care participă în cadrul proiectului și care dorește să acorde interviuri în presă despre rezultatul cercetării și să stea de vorbă cu jurnaliști interesați de tema respectivă.

Activitățile de comunicare din cadrul proiectului se vor configura pe două direcții principale:

**Comunicarea internă**, care va construi forța organizațională a promovării rezultatelor obținute de cercetători. Echipa ICCV va comunica în permanență cu partenerii proiectului, înlăturând sau corectând o eventuală lipsă de coeziune internă. **Comunicarea internă** va fi construită pe transmiterea unor mesaje clare, asigurând un proces de comunicare eficient.

**Comunicarea externă**, cea de-a doua direcție, va avea în vedere următoarele aspecte:

- menținerea unui comunicări eficiente cu mediul extern (Academia Română, instituțiile partenerie, universități care au și componentă de cercetare, mass media);
- accesul publicului larg la o informație clară și utilă despre activitățile și rezultatele obținute;
- îmbunătățirea relației cu presa prin invitarea jurnaliștilor la evenimentele publice organizate în cadrul proiectului.

## **Abordare specifică și metodologie - COMPONENTA 1 – COMUNICARE INTERNĂ**

### **Abordarea comunicării eficiente**

Comunicarea internă este procesul pe care trebuie să și-l însușească fiecare persoană implicată în proiect. Odată însușită de către toți membrii echipei, de către parteneri și beneficiari, aceasta va trebui să fie respectată și îmbunătățită. Comunicarea este vitală pentru membrii echipei proiectului, susținând astfel forța instituțională a acestuia. Dacă membrii echipei nu înțeleg proiectul și obiectivele acestuia, dacă nu se identifică cu proiectul, procesul comunicării interne își pierde din capacitate. De aceea, ne vom asigura că toate persoanele implicate în derularea campaniei sunt bine informate, că sunt exprimate toate preocupările și problemele experților și ale organizațiilor - partenerie din cadrul proiectului. Vom pune accent pe abordarea pluri și interdisciplinară, promovarea mesajului de atractivitate a carierei în cercetare, nevoia formării de cercetători autonomi de elită, competitivi internațional, capabili să genereze soluții inovative, sustenabile, care să permită o dezvoltare durabilă instituțională și sectorială prin integrarea cunoștințelor științifice și manageriale dobândite în activitatea lor ulterioară.

Expertul de comunicare al ICCV, sprijinit de expertul asistent de comunicare din partea Institutului de Sociologie sunt cei care asigură inițierea și menținerea comunicării interne. Vor fi efectuate activități de cercetare, planificare, implementare și evaluare. Astfel, comunicarea internă va conferi coeziune proiectului, prin mesaje clare și prompte, sprijinind eficiența în management. Pentru realizarea acestor lucruri, este nevoie de:

- Cunoașterea procedurilor de implementare a strategiei de comunicare;
- Cunoașterea organizației finanțatoare și a cadrului instituțional;
- Înțelegerea atitudinilor, preocupărilor și background-ul experților implicați
- Comunicarea strânsă între expertul de comunicare și coordonatorii proiectului
- Cunoașterea organizației beneficiar și a organizațiilor partenere (familiarizarea cu membrii echipei de proiect, profilul organizațiilor, etc.).
- Înțelegerea obiectivului și activităților proiectului “Pluri și interdisciplinaritate în programe doctorale și postdoctorale”
- Construirea unei rețele de cercetători;
- Cunoașterea îndeaproape de către experții implicați în derularea campaniei a nevoii de susținere a grupului țintă cu acces la informații relevante, inclusiv la baze de date pentru acordarea suportului în elaborarea lucrărilor.

## **Abordare specifică și metodologie - COMPONENTA 2 – COMUNICARE EXTERNĂ**

**Comunicarea externă** trebuie să fie **continuă**, esențială în înțelegerea proiectului și nu trebuie înțeleasă doar ca o serie de evenimente specifice.

### **Obiectivele campaniei:**

- Promovarea proiectului “Pluri și interdisciplinaritate în programe doctorale și postdoctorale”
- Promovarea organizației beneficiar și a organizației partener-responsabilă cu implementarea campaniei
- Promovarea obiectivelor generale ale OIPOS DRU MEN
- Promovarea Uniunii Europene - Fondul Social European

### **Identitatea proiectului**

Identitatea proiectului nu înseamnă numai folosirea unui logo, ci și activități de comunicare, comportament de echipă. Cheia tuturor elementelor de comunicare devine comunicarea și colaborarea permanentă și acordarea suportului necesar tuturor persoanelor implicate în toate tipurile de activități.

Abordând transparent și credibil obiectivele de comunicare și dezvoltare a obiectivelor proiectului, se face un pas înainte în îmbunătățirea relației dintre cercetătorii doctoranzi și post-doctoranzi și experții, cadrele didactice care îi îndrumă. ICCV, fiind instituția care implementează această strategie de comunicare împreună cu partenerul Institutul de Sociologie, trebuie să ofere cu acuratețe informații despre proiect și despre activitățile acestuia. Prin urmare, beneficiarul și partenerii se vor poziționa ca o entitate care își asumă un rol important prin acțiuni consistente și repetate, demonstrând deschidere și obiectivitate. Aceasta va permite să se respecte nu numai indicatorii tehnici, ci să se realizeze și interconectarea cercetătorilor integrați în program, precum și promovarea cu succes a rezultatelor.

### **Principii:**

- Se va ține cont de profilul instituțiilor partenere în cadrul proiectului “Pluri și interdisciplinaritate în programe doctorale și postdoctorale”

- Se va ține cont de feed-back-ul reprezentanților acestora și al bursierilor pentru a răspunde nevoii de informare
- Mesajul comunicării va fi unul adaptat în funcție de activitățile experților coordonatori și ale doctoranzilor și post-doctoranzilor;
- Tipuri de subiecte abordate în newsletter și comunicate care trebuie să fie cunoscute de bursieri pentru a participa la realizarea acestor tipuri de documente: relatări despre participarea la diferite evenimente de prezentare a proiectului, știri despre rezultatele cercetărilor, posibilități de interconectare cu instituții similare din România și Uniunea Europeană, etc.
- Pentru a da valoare mesajelor, acestea vor fi comunicate în timp util
- Respectarea identității vizuale pentru toate activitățile de comunicare întreprinse în cadrul proiectului
- Se va utiliza același nume al proiectului - “Pluri și interdisciplinaritate în programe doctorale și postdoctorale”, aceeași semnătură pentru toate materialele publicitare/documente tip word.

**MECANISMELE COMUNICĂRII:** Dezvoltarea tehnologiei a determinat diferite preferințe în rândurile publicului-țintă. Vom evalua eficiența diferitelor canale media luând în considerare implicarea și atingerea publicului țintă.

Se va realiza o analiză a temelor de cercetare ale bursierilor și, prin comunicarea permanentă cu ei și cu experții coordonatori, ulterior realizării unei baze de date cu denumiri ale emisiunilor și realizatorilor interesați de cercetare, în diferite domenii, se vor trimite informații și prezenta disponibilitatea de a participa la emisiuni ale posturilor de televiziune, de radio sau acorda interviuri pentru presa scrisă.



Pluri și interdisciplinaritate în programe  
doctorale și postdoctorale

**Titlul programului:** ”Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013”

**Titlul proiectului:** “Pluri și interdisciplinaritate în programe doctorale și postdoctorale”

**Editorul materialului:** Institutul de Cercetare a Calității Vieții - Academia Română

**Data publicării:** 21.07.2014

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României