



CPB
COLEGIUL POLITEHNIC
DIN BĂLȚI

**REGULAMEN PRIVIND STRATEGIA DE
COMUNICARE
ÎN COLEGIUL POLITEHNIC
DIN MUN. BĂLȚI**

Ediția 1

Revizia 1

COD:
REG- *38*

APROBAT

Consiliul de administrație
proces-verbal nr. *1*

28.08.2023

MODIFICĂRI APROBATE

Consiliul de administrație
proces-verbal nr. *6*

din *29.10.2026*

membru CRAIȚMAN



REGULAMENT PRIVIND

STRATEGIA DE COMUNICARE

ÎN COLEGIUL POLITEHNIC DIN MUN. BĂLȚI

STRATEGIA DE COMUNICARE

1. BACKGROUND (INTRODUCERE)

Instituția Publică Colegiului Politehnic din mun. Bălți fondată la 13 mai 1964 ca Tehnicumul Politehnic, din 13 iunie 2003 obține statut de instituție de învățământ mediu de specialitate. Colegiul Politehnic din mun. Bălți, în 2015 obține statut de 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 domeniile de educație conform nomenclatorului domeniilor de formare profesională pentru ÎPT: [Inginerie și activități inginerești](#), [Tehnologia informației și a comunicațiilor](#).

În prezent Colegiu oferă studiile la:

Programe de formare profesională învățământ clasic

Nr. crt	Domeniul de formare profesională	Programul de formare profesională	Calificarea	Credite studii	Durata
1.	0611. Utilizarea calculatorului	0611.1 Calculatoare	0611.1.1 Tehnician/tehniciană suport tehnic al calculatoarelor	120	4 ani/ 2 ani
2.	0611. Utilizarea calculatorului	0611.2 Rețele de calculatoare	0611.2.1 Tehnician/tehniciană suport tehnic al rețelor	120	4 ani
3.	0611. Utilizarea calculatorului	0611.4 Programarea și testarea produselor program	0611.4.1 Programator/programatoare	120	4 ani
4.	0713. Energetică și inginerie electrică	0713.2 Electromecanică	0713.2.1 Tehnician/tehniciană electromecanic	120	4 ani/ 4 ani
5.	0714. Electronică și automatizări	0714.1 Aparatură radioelectronice de uz casnic	0714.1.1 Tehnician/tehniciană echipamente optice, electronice	120	4 ani
6.	0714. Electronică și automatizări	0714.2 Automatizarea și robotizarea proceselor de producție	0714.2.1 Tehnician/tehniciană în automatizarea proceselor de producție	120	4 ani
7.	0714 Electronică și automatizări	0714.6 Mecatronică	0714.6.1 Tehnician/tehniciană mecatronică	120	4 ani
8.	0715. Mecanică și prelucrarea metalelor	0715.6 Metrologie și certificarea conformității	0715.6.1 Tehnician metrolog/tehniciană metrologă	120	4 ani

Programe de formare profesională Învățământ dual

Nr. crt	Domeniul de formare profesională	Programul de formare profesională	Calificarea	Credite studii	Durata
1.	0713. Energetică și inginerie electrică	0713.2 Electromecanică	0713.2.1 Tehnician/tehniciană electromecanic	120	2 ani ÎD
2.	0715. Mecanică și prelucrarea metalelor	0715.10 Utilaj tehnologic industrial și accesorii	0715.10.1 Tehnician/tehniciană mentenanță mecanică a echipamentelor industriale	120	2 ani ÎD

Misiunea de bază a Colegiului este formarea și dezvoltarea profesională inițială a specialiștilor competenți și competitivi în domeniul profesional tehnic, oferind servicii educaționale de calitate, în parteneriat și cooperare cu agenții economici, pentru dezvoltarea personalităților cu spirit de inițiativă, gândire flexibilă, capacități de autodezvoltare și cu competențe necesare pentru a se integra pe piața muncii.

Scopul Colegiului este formarea profesională a specialiștilor și corelarea sistemului educațional către cerințele pieții 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 Alecu Russo din Bălți, Institutul de Standardizare din Moldova, RED-Nord, CET-Nord, Star-Net, Magnetec Componets, Elektromanufacturing, Megavent-Clima.

Admiterea în cadrul Colegiului este organizată în baza:

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

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

Unul din principalele canale de comunicare a Colegiului este prin 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 asigurând 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:

- Organizarea a peste 10 de seminare, conferințe și ateliere tematice la nivel național, internațional în Ucraina și România;
- Elaborarea și publicarea a peste 30 de rapoarte, documente și note analitice, studii;
- Promovarea activităților Colegiului prin peste 100 de apariții pe pagina web și facebook.

3. ANALIZĂ SWOT A COMUNICĂRII

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

Puncte forte	Puncte slabe
- Resurse umane - Vizibilitate sporită - Baza de date mass-media - Materiale de vizibilitate - Arhivă și memorie instituțională - Echipa managerială/absolvenți	- Resurse financiare - Limbaj științific - Formulări specializate
Oportunități	Riscuri
- Rețea de contacte - Site-ul - Social media - Interesul mass-media.	- 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

4. STAKEHOLDERII ȘI AUDITORUL –ȚINTĂ

ANALIZA STAKEHOLDERILOR

MENȚINEREA SATISFACȚIEI	IPLICAREA PUTERNICĂ ȘI ÎNCERCAREA DE A INFLUENȚA
1. Elevii: Nivel ridicat - Elevii sunt în centrul misiunii noastre și ne străduim să le oferim o experiență educațională satisfăcătoare. 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. 3. Personalul auxiliar: Nivel ridicat - Personalul auxiliar este esențial pentru buna funcționare a instituției noastre, iar nevoile lor sunt luate în considerare. 4. Părinții: Nivel ridicat - Încurajăm comunicarea cu părinții și ne străduim să răspundem prompt la întrebările și preocupările lor. 5. 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.	1. Elevii: <i>Implicare puternică:</i> Nivel ridicat - Elevii sunt implicați în mod activ în procesul educațional și sunt încurajați să își asume responsabilitatea propriei învățări. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel scăzut - Deși luăm în considerare feedback-ul și sugestiile elevilor, aceștia nu au un impact semnificativ asupra deciziilor instituției noastre. 2. Cadrele didactice: <i>Implicare puternică:</i> Nivel ridicat - Cadrele didactice sunt implicate în proiectarea <u>curriculum-ului</u> și în definirea obiectivelor educaționale. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel ridicat - Cadrele didactice au un rol important în influențarea deciziilor instituției, inclusiv cele legate de programele educaționale și politicile instituționale. 3. Personalul auxiliar: <i>Implicare puternică:</i> Nivel scăzut - Personalul auxiliar este implicat în unele decizii, dar nu la fel de mult ca și cadrele didactice. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel scăzut - Personalul auxiliar nu are un impact semnificativ asupra deciziilor instituției. 4. Părinții: <i>Implicare puternică:</i> Nivel scăzut - Părinții sunt implicați într-o măsură limitată în procesul educațional. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel mediu - Părinții pot influența deciziile instituției prin feedback-ul lor și prin impunerea unor cerințe. 5. Companiile din industrie, agenții economici: <i>Implicare puternică:</i> Nivel ridicat - Colaborăm cu companiile din industrie pentru a dezvolta programe educaționale relevante și pentru a oferi stagii de practică elevilor. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel ridicat - Companiile din industrie au un rol important în influențarea deciziilor instituției, în special în ceea ce privește dezvoltarea de programe educaționale relevante.
MONOTORIZARE (EFORT MINIM)	INFORMARE PERMANENTĂ
1. Elevii: Efort minim - Urmărim progresul și performanțele elevilor și intervenim când este necesar. 2. Cadrele didactice: Efort minim - Urmărim performanțele și feedback-ul	1. Elevii: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu elevii și le oferim informații relevante privind programele educaționale, evenimentele și resursele disponibile. 2. Cadrele didactice: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu cadrele didactice și le oferim informații relevante privind politici instituționale, resurse și programe educaționale.

cadrelor didactice și intervenim când este necesar. 3. Personalul auxiliar: Efort minim - Urmărim performanțele și feedback-ul personalului auxiliar și intervenim când este necesar. 4. Părinții: Efort minim - Urmărim feedback-ul și preocupările părinților și intervenim când este necesar. 5. Companiile din industrie, agenții economici: Efort minim - Urmărim feedback-ul și preocupările companiilor din industrie și intervenim când este necesar.	3. Personalul auxiliar: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu personalul auxiliar și le oferim informații relevante privind politici instituționale, resurse și programe educaționale. 4. Părinții: Nivel ridicat - Comunicăm constant cu părinții și le oferim informații relevante privind performanțele elevilor și resursele disponibile. 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.
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.	IMPLICAREA PUTERNICĂ ȘI ÎNCERCAREA DE A INFLUENȚA 6. Elevii: <i>Implicare puternică:</i> Nivel ridicat - Elevii sunt implicați în mod activ în procesul educațional și sunt încurajați să își asume responsabilitatea propriei învățări. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel scăzut - Deși luăm în considerare feedback-ul și sugestiile elevilor, aceștia nu au un impact semnificativ asupra deciziilor instituției noastre. 7. Cadrele didactice: <i>Implicare puternică:</i> Nivel ridicat - Cadrele didactice sunt implicate în proiectarea <u>curriculum-ului</u> și în definirea obiectivelor educaționale. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel ridicat - Cadrele didactice au un rol important în influențarea deciziilor instituției, inclusiv cele legate de programele educaționale și politicile instituționale. 8. Personalul auxiliar: <i>Implicare puternică:</i> Nivel scăzut - Personalul auxiliar este implicat în unele decizii, dar nu la fel de mult ca și cadrele didactice. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel scăzut - Personalul auxiliar nu are un impact semnificativ asupra deciziilor instituției. 9. Părinții: <i>Implicare puternică:</i> Nivel scăzut - Părinții sunt implicați într-o măsură limitată în procesul educațional. <i>Încercarea de a influența:</i> Nivel mediu - Părinții pot influența deciziile instituției prin feedback-ul lor și prin impunerea unor cerințe.

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.	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.
--	---

5. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE PREZENTEI STRATEGII

Scopul strategiei 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 Strategia 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:

Obiectiv 1. Creșterea cu cel puțin 30% a nivelului de informare a absolvenților gimnaziilor și liceelor din mediul urban și rural privind oferta educațională a Colegiului, prin organizarea a minimum 20 activități de informare (vizite în instituții de învățământ, prezentări, campanii online și evenimente promoționale) în perioada 2023–2025.

Obiectiv 2. Promovarea programelor de formare profesională prin organizarea anuală a cel puțin 2 concursuri tematice și 3 vizite de studiu la întreprinderi, cu participarea a minimum 20 elevi din gimnazii, în scopul familiarizării acestora cu domeniile de calificare oferite de Colegiu.

Obiectiv 3. Creșterea vizibilității activităților, rezultatelor și proiectelor instituției prin publicarea a minimum 3 materiale informative lunar pe site-ul oficial și pe rețelele de socializare, precum și prin organizarea și mediatizarea evenimentelor publice.

Obiectiv 4. Îmbunătățirea comunicării interne pentru asigurarea unei activități instituționale eficiente, astfel încât 100% din personalul instituției să aibă acces la informații oficiale, în timp util și prin canale de comunicare instituționale clare.

6. 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 informațiile necesare publicului țintă, care va fi 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 trebuie să fie 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 coerente, exacte, întemeiate, comprehensive și vor fi în strictă corespundere cu regulile lingvistice.

7. MESAJELE – CHEIE

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

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

Colegiul instruieste elevi pentru piața muncii dar avem nevoie de implicare și susținere pentru desfășurarea stagiilor de practică de calitate.

8. MISIUNE. VIZIUNE. VALORI

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 a mesajelor accesibile, și să aducă argumentele respective în susținerea acestora. În acest sens, este necesară planificarea eficientă a acțiunilor de comunicare, lansarea unor inițiative ce vor viza ascultarea părerii 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-media;
- 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.

9. STRUCTURA COMUNICĂRII

Metode de comunicare:

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

10. RAPORTARE ȘI EVALUARE

Evaluare și monitorizare

Mediatizarea problemelor identificate în Strategie trebuie să fie monitorizată 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: 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 organizație de 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.

Planul de acțiuni

Activitate	Perioada	Responsabil	Indicator/Rezultate
DOMENIUL 1 – COMUNICAREA DIGITALĂ			
Domeniul 1 – vizează utilizarea platformelor online și a instrumentelor digitale (site instituțional, rețele sociale, e-mail, platforme partenere) pentru promovarea ofertei educaționale, informarea publicului țintă și creșterea vizibilității instituției la nivel local și național.			
Acest domeniu contribuie la modernizarea procesului de comunicare și la asigurarea unui acces rapid, transparent și continuu la informație.			
Actualizarea și modernizarea site-ului instituțional (design nou, actualizarea bazei de date, arhivare informații)	2023 – 2025	Responsabil site	Versiune îmbunătățită a site-ului; creșterea accesibilității și a numărului de vizitatori
Lansarea și administrarea paginii oficiale a Colegiului pe Instagram	2023 – 2025	Administrația Responsabil site	Pagină activă; creșterea vizibilității în rândul tinerilor
Promovarea activităților instituției prin rețelele de socializare (Facebook, Instagram)	Permanent	Administrația	Număr publicații externe; extinderea vizibilității
Elaborarea și distribuirea materialelor informative digitale (video informative, istorii de succes, materiale explicative)	Permanent	Administrația Responsabil site	Număr materiale elaborate și distribuite online
Utilizarea sistematică a e-mailului instituțional pentru transmiterea informațiilor oficiale	Permanent	Administrația	Flux rapid și eficient de informare digitală
Comunicarea digitală prin platforme online (site, e-mail, rețele sociale)	2023 – 2025	Administrația	Asigurarea unui sistem integrat de comunicare online
Dezvoltarea conținutului video educațional și promoțional (tur virtual al instituției, prezentări de programe)	2023 – 2025	Administrația Cadrele didactice	Min. 5 materiale video realizate anual
Elaborarea unui calendar editorial digital (planificarea lunară a postărilor online)	2024 – 2025	Administrația	Calendar aprobat; postări regulate și coerente
DOMENIUL 2 – COMUNICAREA FORMALĂ			
Domeniul 2 – include totalitatea actelor administrative și a mecanismelor oficiale de transmitere a informațiilor (ședințe, ordine, avize, note informative, planuri aprobate), prin care sunt reglementate și comunicate deciziile instituționale.			
Acest domeniu asigură transparența decizională, claritatea responsabilităților și respectarea cadrului normativ intern.			
Comunicarea instituțională prin organizarea ședințelor de lucru	Permanent	Director / Administrație	Procese-verbale întocmite; decizii adoptate
Emiterea actelor administrative (ordine interne)	2023–2025	Director / Secretariat	Număr ordine emise și comunicate

Activitate	Perioada	Responsabil	Indicator/Rezultate
Elaborarea și transmiterea avizelor și notelor informative	2023–2025	Administrație / Secretariat	Număr avize și note informative elaborate
Elaborarea planurilor anuale de activitate pe comunicare	Anual	Echipa managerială	Plan aprobat și implementat
Standardizarea formatului documentelor oficiale (șabloane pentru ordine, avize, procese-verbale)	2024 – 2025	Secretariat / Administrație	Set de șabloane aprobate și utilizate unitar
Monitorizarea respectării termenelor de comunicare a deciziilor administrative	Permanent	Administrație	Reducerea întârzierilor

DOMENIUL 3 – COMUNICAREA DIRECTĂ

Domeniul 3 – *presupune interacțiunea nemijlocită (față în față) cu stakeholderii instituției: elevi, părinți, absolvenți ai gimnaziilor și liceelor, agenți economici, parteneri educaționali și comunitatea locală.*

Acest domeniu are drept scop consolidarea parteneriatelor, promovarea programelor de formare profesională și creșterea nivelului de informare privind oferta educațională a Colegiului.

Organizarea seminarelor, meselor rotunde, conferințelor și atelierelor tematice	Permanent	Administrație / Cadre didactice	Număr evenimente organizate; număr participanți
Participarea la evenimente organizate de alte instituții (naționale și internaționale)	Permanent	Director / Reprezentanți desemnați	Număr participări; prezentări realizate
Desfășurarea întâlnirilor directe cu instituții partenere (discuții față în față)	2023 – 2025	Director / Adjunct	Min. 5 întâlniri; extinderea colaborărilor
Promovarea programelor de formare profesională prin vizite în gimnazii și licee	Anual	Echipa managerială / Cadre didactice	Minimum 20 activități de informare realizate; creștere cu 30% a nivelului de informare
Organizarea anuală a „Zilei Ușilor Deschise” pentru elevi și părinți	Anual	Administrație / Cadre didactice	Min. 1 eveniment/an; număr participanți
Realizarea întâlnirilor de informare cu părinții elevilor (ședințe consultative)	Semestrial	Diriginți / Administrație	Min. 2 întâlniri/an; grad de satisfacție
Consolidarea relațiilor cu agenții economici prin vizite la întreprinderi și negocieri pentru stagii de practică	Permanent	Director / Adjunct instruire practică	Număr acorduri/parteneriate noi
Desfășurarea campaniilor de informare directă în mediul rural și urban	Anual	Administrație / Cadre didactice	Număr localități vizitate

DOMENIUL 4 – COMUNICAREA PUBLICĂ (MASS-MEDIA)

Domeniul 4 – *vizează promovarea imaginii instituției prin intermediul canalelor media (TV, radio, presă scrisă, publicații online), precum și prin organizarea și reflectarea evenimentelor publice.*

Acest domeniu contribuie la creșterea notorietății, consolidarea credibilității și promovarea rezultatelor obținute de instituție.

Activitate	Perioada	Responsabil	Indicator/Rezultate
Comunicarea cu publicul prin mass-media (TV, radio, presă scrisă) prin redactarea și difuzarea comunicatelor de presă și a știrilor de la evenimente	2023 – 2025	Administrație / Cadre didactice	Număr apariții media; publicarea a minimum 3 materiale informative lunar pe site și rețele sociale
Publicarea articolelor analitice și a interviurilor în presa locală și regională	2023 – 2025	Administrație / Cadre didactice	Număr articole/interviuri publicate
Promovarea activităților instituției prin anunțuri și informări publice	2023 – 2025	Administrație / Cadre didactice	Min. 2 anunțuri publice; reflectare în mass-media
Invitarea reprezentanților mass-media la evenimentele organizate de instituție	2023 – 2025	Administrație	Participare media la evenimente
Crearea și actualizarea bazei de date cu instituții media și jurnaliști	2024–2025	Administrație	Bază de date funcțională și actualizată
Monitorizarea aparițiilor media și analiza impactului public	Permanent	Administrație	Raport anual privind vizibilitatea media
DOMENIUL 5 – COMUNICAREA INTERNĂ			
Domeniul 5 – vizează fluxul informațional dintre conducere, cadre didactice, personal auxiliar și elevi, în scopul asigurării coerenței organizaționale, eficienței activității instituționale și consolidării culturii organizaționale.			
Acest domeniu contribuie la crearea unui climat instituțional bazat pe colaborare, transparență și responsabilitate.			
Comunicarea instituțională prin organizarea ședințelor interne de lucru	Permanent	Director / Administrație	Procese-verbale; decizii comunicate personalului
Organizarea activităților de coeziune instituțională (team-building)	Anual	Administrație	Min. 1 activitate/an; consolidarea relațiilor interne
Informarea permanentă a personalului privind politicile și deciziile instituționale	Permanent	Director / Adjunct	Grad sporit de informare internă
Implementarea unui sistem intern de comunicare electronică (grup instituțional / platformă internă)	2023 – 2025	Administrație	Sistem funcțional; reducerea timpului de informare
Realizarea sondajelor interne privind satisfacția personalului și a elevilor	Anual	Administrație	Min. 1 sondaj/an; raport de analiză
Organizarea ședințelor de informare periodică privind obiectivele strategice ale instituției	Semestrial	Administrație	Min. 2 ședințe/an
Organizarea sesiunilor de informare privind modificările legislative sau educaționale relevante	Ori de câte ori este necesar	Administrație	Număr sesiuni realizate
Publicarea rapoartelor interne privind realizarea obiectivelor strategice	Anual	Administrație	Director / Echipa managerială