



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



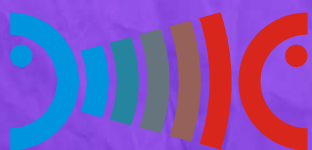
ANOFM
AGENȚIA NAȚIONALĂ PENTRU
OCUPAREA FORȚEI DE MUNCĂ
OPOSDRU



Comunicare personalizată cu grupurile țintă ale SPO.


Investește în oameni!


Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă




**Comunicare
personalizată
cu grupurile țintă
ale SPO.**

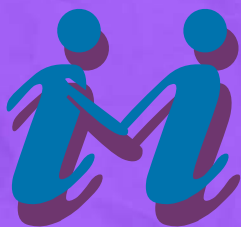
Informații generale despre proiect

 Proiect strategic finanțat din Fondul Social European (FSE) prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 (POSDRU), Axa prioritară 4 – „Modernizarea Serviciului Public de Ocupare”.

 Proiectul „Comunicare personalizată cu grupurile țintă ale SPO” are o durată de 36 de luni (decembrie

2010-noiembrie 2013) și un buget total de 20.820.000 lei.

 Beneficiarul proiectului este Agenția Națională de Ocupare a Forței de Muncă - ANOFM, iar implementarea acestuia se face în parteneriat cu Fundația Centrul Român pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și SC Data Media SRL.



Informații despre parteneri

Fundația „Centrul Român pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii” este o organizație neguvernamentală și non-profit. Scopurile sale constau în promovarea creării și sprijinirea dezvoltării sectorului de întreprinderi mici și mijlocii din sfera privată. Ariile

prioritare de interes sunt, printre altele, dezvoltarea spiritului și comportamentului creativ și diseminarea inovării în întreprinderi, în corelare cu extinderea transferului de tehnologie, a cercetării dezvoltării și introducerea de noi tehnologii.

De ce acest proiect?

Problema șomajului este una stringentă și de permanentă actualitate. Întotdeauna au existat și vor exista oameni aflați în căutarea unui loc de muncă. De aceea, este necesar ca Serviciul Public de Ocupare să vină în ajutorul clienților săi cu metode eficiente de comunicare. În acest sens, serviciile acordate trebuie să fie oferite personalizat, în concordanță cu natura și tipologia clienților SPO. Aceste servicii personalizate presupun:



* analizarea profilului căutătorului de loc de muncă



* identificarea posibilelor obstacole pe care acesta le întâmpină în procesul de reactivare pe piața muncii



* dezvoltarea unui plan de acțiune personalizat de integrare/reintegrare în muncă



* îmbunătățirea procesului de comunicare cu persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă, precum și cu angajatorii.

S.C. DATA MEDIA SRL

este o companie națională care activează pe piață de 13 ani și al cărei domeniu de activitate îl constituie cercetările cantitative și calitative în mai multe domenii. Astfel, aceasta se specializează în cercetare socială și de opinie despre: mentalități, valori, atitudini,

stiluri de viață; comportamente politice și electorale; percepții ale evenimentelor și tendințelor actuale etc. De asemenea, arealul de cercetare media & comunicare analizează comportamentele de consum (obiceiuri, preferințe, motivații, așteptări), mesajele (analize

de conținut), impactul campaniilor de informare și de promovare, imaginea de produs, de brand, instituție ori persoană publică etc. Nu în ultimul rând, compania realizează cercetări de marketing despre: satisfacția și motivația consumatorilor, potențialul de piață.



Cu cât persoana aflată în căutarea unui loc de muncă este mai expusă riscului de marginalizare socială și de excludere de pe piața muncii, cu atât serviciile de comunicarea specializată și personalizată sunt mai importante. În acest context, devin din ce în ce mai necesare:

*** dezvoltarea și îmbunătățirea competențelor profesionale ale angajaților personalului SPO – adică ale acelor angajați ai agențiilor de ocupare care intră în contact direct cu persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă;**

*** elaborarea unui plan de formare continuă a angajaților SPO în domeniul comunicării.**

Aceste măsuri vor înlesni acomodarea cu instrumentele destinate îmbunătățirii abilităților de relaționare cu persoanele aflate în situații de maximă vulnerabilitate. În același timp, ele vor asigura construirea unei relații optime între potențialul angajat și angajator.



Obiectivele proiectului



- ⊙ **Obiectivul general** al proiectului este specializarea și perfecționarea personalului SPO în vederea îmbunătățirii competențelor sale profesionale.
- ⊙ **Obiectivul specific** al proiectului este îmbunătățirea competențelor de comunicare ale angajaților SPO în sensul dobândirii unor tehnici de comunicare personalizate, în funcție de specificitatea grupurilor țintă și a unor tehnici de comunicare internă.

⊙ **Obiectivele orizontale** sunt:

Dezvoltarea durabilă – obiectiv realizat prin includerea în programa de curs a unor teme obligatorii ce vizează dezvoltarea durabilă.

Egalitatea de șanse – obiectiv realizat prin susținerea promovării de către Uniunea Europeană a drepturilor fundamentale, nediscriminării și egalității de șanse, respectând principiile de intervenție ale Fondurilor Europene.



Grupul țintă



Proiectul se adresează unui număr de 500 de angajați ai Serviciului Public de Ocupare, selectați în baza unei metodologii de selecție. Cursurile de formare în domeniul comunicării vor cumula peste 15.500 de zile de formare, tratând atât subiecte de comunicare directă cu beneficiarii SPO, dar și tehnici de comunicare internă.

Principalele activități ale proiectului

Rezultate așteptate

☉ Informare și publicitate

*Strategie de comunicare internă/externă;
Pliantul și broșura proiectului;
Achiziție de spațiu media*

☉ Cercetare și analiză

6 rapoarte de analiză privind specificul și problematica procesului de comunicare dintre angajați și clienți, obținute prin:

- ☉ *derularea de interviuri directe cu echipa de management;*
- ☉ *observarea directă a activității angajaților SPO;*
- ☉ *analizarea site-urilor SPO, precum și a referințelor din media;*
- ☉ *consultarea documentelor interne, dar și a studiilor și cercetărilor referitoare la activitatea și angajații SPO;*
- ☉ *cercetare în rândul categoriilor de grupuri țintă ale clienților SPO*

- Analiza nevoilor de formare** ————— *Un raport de analiză a nevoilor de formare în care vor fi cuprinse rezultatele și concluziile extrase din:*
atelierile de lucru, chestionarele aplicate angajaților SPO, analiza situațiilor interne privind sesiunile de formare la care angajații SPO au participat pe tema comunicării interne și externe în anii precedenți, analiza rapoartelor de activitate, a fișelor de evaluare a performanțelor angajaților, interviurile cu angajații SPO.
- Selecția participanților la curs** ————— *500 de persoane selectate să participe la instruire*
- Dezvoltarea curriculumelor de curs** ————— *8 module de curs, suporturi de curs, manuale, manualul formatorului, ghidul participantului pentru 500 de persoane participante la instruire*
- Organizarea sesiunilor de formare** ————— *15.550 zile de formare realizate*
- Formare informală online** ————— *O platformă care să faciliteze accesul la cursuri (posibilitatea de a descărca suporturile de curs, cât și facilitarea accesului la informații de interes comun, baze de date, forum de discuții unde să fie prezentate exemple interne de bune practici sau probleme specifice etc.).
www.spocomunica.ro*
- Evaluarea sesiunilor de formare** ————— *2 studii cantitative și calitative pentru a observa modificările nivelului de cunoștințe și competențe dobândite de angajați, dar și feedbackul publicului extern al SPO cu privire la calitatea comunicării și pentru a identifica modalitățile de eficientizare a activităților de formare*
- Realizarea unui plan de formare în domeniul comunicării pe termen mediu** ————— *Un program pe termen mediu de cursuri pentru angajații SPO în domeniul comunicării, cursuri în care vor fi implicați angajații care nu au beneficiat de formare în cadrul proiectului și care vor fi susținute de formatorii în comunicare ce au fost instruiți în cadrul proiectului*

Beneficiile grupului țintă

Pentru grupul țintă, respectiv personalul SPO, beneficiile care derivă din implementarea proiectului sunt constituite de cunoștințele și deprinderile dobândite, precum și de realizarea unui plan de formare pe termen mediu, care include necesitățile de formare pentru angajații SPO care nu beneficiază de cursuri în cadrul proiectului.

Prin implementarea activităților proiectului se asigură nu numai atingerea unui nivel superior de cunoștințe specifice ale angajaților SPO, ci și instrumentele adecvate pentru îmbunătățirea abilităților de relaționare cu persoane aflate în situații de maximă vulnerabilitate. Acest demers va conduce la creșterea gradului de ocupare prin valorificarea tuturor oportunităților de formare profesională a persoanei aflate în căutarea unui loc de muncă.

Astfel, proiectul își propune să contribuie:

- la specializarea, perfecționarea și asigurarea unitară a calității serviciilor pe întreg teritoriul țării, precum și la dezvoltarea competențelor de comunicare internă și externă ale angajaților SPO necesare furnizării de servicii inovatoare specializate pentru clienții SPO.

Modulele de formare



În cadrul proiectului vor fi organizate 8 module de curs, însumând 15.550 de zile de formare, pentru 500 participanți. Programul de formare în domeniul comunicării personalizate cu grupurile țintă se adresează funcționarilor publici din cadrul Serviciului Public de Ocupare, cu precădere celor care lucrează cu publicul.

Modulele de formare în domeniul comunicării sunt împărțite astfel:

6 module de formare în domeniul comunicării împărțite pe două mari categorii: comunicare internă și comunicare externă;

1 modul de leadership pentru personalul de conducere al structurilor teritoriale ale SPO;

1 modul de formare de formatori la care va participa un număr de 20 de persoane.

Cele 6 module de formare în domeniul comunicării vizează două tipuri principale de comunicare:

comunicare internă

1 un modul de comunicare interpersonală și lucrul în echipă;

2 un modul de rezolvare de probleme;

3 un modul de teambuilding.

comunicare externă

1 două module de tehnici de comunicare personalizată, în funcție de specificitatea grupurilor țintă;

2 un modul de comunicare externă și promovarea serviciilor SPO (comunicarea cu mass media, societatea civilă, autoritățile locale, alte instituții publice, etc.)

Durata unui modul va fi de 5 zile iar durata unei zile de instruire va fi de 6 ore.

Participanții vor fi organizați în grupuri de maximum 26 de persoane iar lectorii vor folosi metode integrate de formare, îmbinări de metode de formare tradițională cu unele inovative care vor include coaching și mentoring, în cadrul cărora aproximativ 30% din timp este alocat pentru teorie și restul pentru exerciții practice.

Metodele de instruire sunt variate și cuprind prezentări, discuții în grup, simulări sau demonstrații, jocuri de roluri.

În cadrul fiecărui modul vor exista două părți: prima include 2 zile de formare, iar cea de-a doua 3 zile de practică, din care una este destinată evaluării cursului și a competențelor dobândite.

Fondul Social European

Programul Operațional Sectorial
Dezvoltarea Resurselor Umane
2007-2013

Proiect:

„Comunicare personalizată
cu grupurile țintă ale SPO”,
implementat de către ANOFM
în parteneriat cu Fundația
Centrul Român pentru Întreprinderi
Mici și Mijlocii, SC Data Media SRL

Editorul

Agenția Națională pentru
Ocuparea Forței de Muncă

Data publicării

aprilie 2012

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