



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ERASMUS+ Capacity Building in the Field of Higher education Project (CBHE)
Library Network Support Services (LNSS): modernising libraries in Armenia,
Moldova and Belarus through library staff development and reforming library
services (LNSS) nr. 561633-EPP-1-2015-1-AM-EPPKA2-CBHE-JP

Planul de diseminare și dezvoltare durabilă al Bibliotecii Științifice USARB

2017

Cuprins

- 1. Context**
- 2. Obiectivele planului**
- 3. Grupurile țintă**
- 4. Strategia de diseminare**
- 5. Activitățile proiectului și măsurile/instrumentele de comunicare**
- 6. Managementul și implementarea**
- 7. Monitorizarea**

1. Context

În vederea asigurării unei bune vizibilități a proiectului, s-a elaborat acest plan de diseminare și dezvoltare durabilă, care își propune să adopte o serie de măsuri și instrumente de comunicare urmînd a fi aplicate și monitorizate pe perioada de implementare a Proiectului.

2. Obiectivele planului

Obiectivul general al planului este creșterea gradului de informare și conștientizare a grupului țintă asupra activităților proiectului, oportunităților și beneficiilor rezultate din implicarea/participarea în acest proiect, și asigurarea unei bune diseminări a rezultatelor proiectului, în vederea susținerii scopului proiectului. Asigurarea implementării măsurilor de diseminare cuprinse în Plan, urmărindu-se o cât mai mare prezență în mass-media, cu utilizarea formelor și metodelor de publicitate potrivite

Obiectivele specifice ale planului sunt:

- Crearea unui ansamblu comunicațional / un set de măsuri și instrumente de comunicare care se va concentra pe informarea, promovarea și publicitatea proiectului;
- Informarea membrilor grupului țintă asupra progresului activităților și a rezultatelor obținute în proiect;
- Mesajul vizual și informativ al materialelor de diseminare în proiect trebuie să ofere beneficiarilor finali înțelegerea corectă într-un mod atractiv asupra obiectivelor proiectului, în scopul obținerii de beneficii pentru o dezvoltare durabilă.

3. Grupurile țintă

În cadrul proiectului activitățile de comunicare și diseminare se adresează grupurilor țintă descrise mai jos:

Grup țintă principal

Grupul țintă este format din 5 178 de persoane: 52 bibliotecari, 4200 studenți, 396 cadre didactice, 530 bibliotecari din învățămîntul preuniversitar din zona de Nord și mun.Bălți.

Alți parteneri de comunicare:

4. Strategia de comunicare și diseminare

Prezentul document pune comunicarea la baza implementării. Se urmărește creșterea gradului de conștientizare și de informare privind oportunitățile de finanțare prin Erasmus+, intensificând rolul și valoarea adăugată a asistenței Comunității Europene, precum și efortul de finanțare național. În acest scop, obiectivele proiectului și implicit, Planul de Comunicare și Diseminare vor fi în concordanță cu prioritățile Erasmus+.

Măsurile de comunicare și diseminare propuse în cadrul acestui plan urmăresc să faciliteze relația dintre beneficiarii proiectului și grupurile țintă identificate, în vederea dezvoltării unor relații de bună colaborare, să asigure vizibilitatea oportunităților oferite acestora din urmă în cadrul proiectului, de dezvoltare a competențelor profesionale prin intermediul instrumentelor integrate oferite. Strategia de comunicare și diseminare are la bază asigurarea transparenței și accesul ușor la informația de interes despre proiect.

5. Activitățile proiectului și măsurile/instrumentele de comunicare:

Strategia de comunicare și diseminare a proiectului se bazează pe un set de măsuri și instrumente de comunicare alese în funcție de grupul țintă căruia i se adresează mesajul. Pentru informarea, promovarea și publicitatea proiectului, va fi creat un ansamblu comunicațional care se va concentra pe măsuri ca:

- realizare de materiale de informare și publicitate;
- servicii de organizare evenimente;
- anunțuri de presa în cotidian național și în publicațiile instituționale;
- editare pliante, broșuri, articole de presă;
- realizare pagina web pentru proiect;
- producere pixuri, mape inscripționate, memory stick-uri, bannere, roll-up-uri;
- organizarea de conferințe de lansare a proiectului și conferințe finale de presă.

Măsurile și instrumentele de comunicare aferente activităților proiectului sunt prezentate detaliat în tabelul de mai jos:

Activități proiect	Măsuri /instrumente de comunicare	Strategie de implementare a măsurii	Rezultate	Responsabil
A)Activități de promovare și publicitate a proiectului	Elaborare identitate vizuală proiect -Crearea planului de comunicare si diseminare a proiectului; - Elaborare materiale de informare și promovare proiect; - Elaborare și lansare comunicate de presă; - Distribuție materiale de informare; -Dezvoltarea structurii website-ului proiectului; - Elaborarea textelor; - Actualizarea permanentă a informațiilor;	În elaborarea identității vizuale se vor alege culori definitorii și grafică de impact și ușor de recunoscut. - Elementele de identitate vizuală vor fi incluse pe toate materialele de informare și promovare. Planul de comunicare și diseminare va face referire la toate măsurile necesare pe fiecare item de activitate în parte. - Materialele de promovare vor fi distribuite în cadrul evenimentelor organizate în proiect (conferințe de deschidere și de închidere). - În conferința de lansare se vor prezenta proiectul în ansamblu, beneficiarul și partenerii de proiect. În conferința finală se vor	- 1 logo - 1 slogan - 1 plan de diseminare -100 mape - 3 postere -100 pliante -30 prezentări - 100 broșuri - 150 pixuri -3 bannere 6 conferințe organizate 20 articole / comunicate de presă elaborate și diseminate	S. Ciobanu E.Harconița E.Stratan V.Topalo S.Ciobanu L.Mihaluța E.Harconița V.Topalo L.Mihaluța E.Stratan I.Afatin E.Harconița Bibliotecarii USARB

		<p>raporta rezultatele atinse în proiect vs rezultate asumate.</p> <ul style="list-style-type: none">- Pentru fiecare conferință se va elabora un comunicat de presă ante-eveniment și un comunicat de presă posteveniment. <p>Postarea comunicatelor pe website-ul proiectului, al beneficiarului și ale partenerilor.</p> <ul style="list-style-type: none">- Elaborarea și transmiterea invitației și agendei, primirea confirmărilor, finalizarea listei de participanți, elaborarea listei pentru semnături, completarea formularului de evaluare a conferinței. <p>Monitorizarea evenimentului în mass media.</p> <ul style="list-style-type: none">- Mesajele transmise în dialogul cu mass-media, trebuie să fie unitare, de aceea, trebuie stabilit la nivelul întregii echipe ce nu “trebuie” să se spună, care sunt mesajele și informațiile cele mai importante și, totodată, ce se spune atunci când, pe loc, nu se cunoaște răspunsul la o întrebare.- Obținerea materialelor video sau audio (știre, reportaj) de la instituția media respectivă și postarea pe site-uri – youtube și pe pagina web a proiectului <p>Articolele publicate pot fi scanate și postate și ele pe website-ul proiectului</p> <ul style="list-style-type: none">- Includerea adresei website-ului în toate documentele și	
--	--	--	--

		comunicatele de presă emise în proiect;		
B) Organizarea și implementarea unei campanii integrate de promovare	-Elaborarea conceptului de desfasurare a campaniei integrate de promovare; - Elaborarea și tipărirea materialelor promoționale	Conceptul campaniei integrate de promovare va fi realizat de expertul comunicare și organizare evenimente în colaborare cu managerul de proiect	- 1 concept de campanie -1 plan de campanie de promovare (resurse umane, resurse materiale resurse de timp); 1 spot radio 1 spot video 1 macheta presă 45 de bannere 50 de pliante 50 de materiale informative 5000 de persoane participante la campania de informare	

6. Managementul și implementarea

- Realizare/difuzare de materiale de informare și publicitate, editare pliante, broșuri, postere.
Centrul Marketing și Activitate Editorială 2016-2018
- Realizarea pe site-ului Bibliotecii Științifice USARB a paginii care reflecta activitățile proiectului;

Centrul Informatizare și activități în rețea 2016
- Prezentarea informației privind monitorizarea Proiectului în workshop-uri, ședințe de diseminare a bibliotecarilor privind dezvoltarea Proiectului în USARB; Senatului și Consiliului administrativ USARB; Consiliului Bibliotecilor din Învățământ pe lângă Ministerul Educației R. Moldova.

E.Harconița 2016-2018
- Elaborarea și postarea informațiilor, comunicate de presă privind participarea în Proiect și evenimentele ce au loc pe: site-ul USARB și a Bibliotecii, site-ul Ministerului Educației R.Moldova, Blogul Profesional, utilizarea instrumentelor web 2.0: Rețelele sociale: Facebook, Google+, Twitter, Flickr, Pinterest, YouTube. Partajarea informațiilor în mediul online.

Grupul de lucru

2016-2018

- Elaborarea și publicarea articolelor despre Proiect, anunțuri de presa în reviste naționale și internaționale: revista Bibliotecii Naționale a RM - Magazin Bibliologic, revista electronică de teorie și practică a bibliotecilor universitare din R.Moldova - Bibliouniversitas @ABRM.md, revista de specialitate a BȘ USARB - Confluente Bibliologice, revista USARB- Sintagmele etc.

Bibliotecarii USARB

2016-2018

- Producere pixuri, mape inscripționate, memory stick-uri, bannere, roll-up-uri

Centrul Marketing și Activitate Editorială

2016-2018

- Participare la organizarea de conferințe de lansare a proiectului și conferințe finale de presă

E.Harconița

2016-2018

- Adresa de internet a website-ului proiectului va apărea pe toate materialele editate ale proiectului, în comunicatele de presă și corespondență etc.

7. Monitorizare:

- Informarea partenerilor cu evoluția implementării Planului de publicitate și vizibilitate, măsurile de informare și publicitate întreprinse și mijloacele de informare utilizate.
- Includerea în rapoartele de monitorizare a Proiectului referiri concrete la măsurile de informare și publicitate derulate pe parcursul implementării Planului, activitățile în cadrul cărora au fost întreprinse aceste măsuri și rezultatele obținute.
- Materiale de informare și publicitate: număr postere afișate; număr pliante distribuite; număr de prezentări distribuite; număr comunicate de presă difuzate; număr de bannere afișate.
- Pagina website a Proiectului: numărul materialelor (articole, anunțuri, comunicate de presă etc.) publicate, număr de accesări website.
- Materiale de promovare: număr de difuzări spoturi radio; număr difuzări spoturi TV; număr de apariții în presă..