



PRELIMINARII

Universitatea de Stat din Moldova parcurge o perioadă deosebită în evoluția sa prin intermediul reformelor ample și fundamentale lansate în ultimii ani și cristalizate prin rezultate concrete. Obiectivele principale ale acestei metamorfoze au consolidat calitatea învățământului universitar, au cultivat excelența în cercetarea universitară, în spiritul performanței și competitivității la nivel local, național și internațional, au dezvoltat și modernizat infrastructura instituției.

Prezenta strategie stabilește principalele direcții de activitate și urmărește creșterea vizibilității naționale și internaționale a ofertei educaționale la programele de licență, master și doctorat. Obiectivele strategice cu acțiunile concrete de realizare au la baza lor dorința comunității academice de a continua, dezvolta și consolida ceea ce este valoros și bun, contribuind la dezvoltarea educației, științei și culturii naționale, la formarea și perfecționarea resurselor umane înalt calificate.

Pentru a menține aceste poziții, pentru a putea aspira la accesul universității în topul celor mai bune universități, planul strategic reprezintă un act fundamental de asumare a responsabilităților managementului universității în scopul asigurării compatibilității misiunii cu obiectivele învățământului superior și consolidării unei culturi organizaționale bazate pe performanță și calitate.

Pentru realizarea misiunii, declarată de către USM, Strategia include obiectivele și acțiunile pentru următoarele domenii prioritare: învățământ, cercetare științifică, studenți, relații internaționale, comunicare și imagine, dezvoltare instituțională.

Strategia presupune organizarea și realizarea activității de atragere a noilor candidați la toate cele trei nivele de organizare a studiilor din cadrul USM:

- Studiile de licență (ciclul I; frecvență la zi și frecvență redusă);
- Studiile de master (ciclul II);
- Studiile de doctorat (studii post-universitare).

SCOP

Scopul acțiunii de promovare a programelor de studii din cadrul Universității de Stat din Moldova constituie diseminarea informației privind conținutul programelor de studii, relevanța acestora pentru pregătirea calitativă a viitorilor specialiști în domeniu și abordările pedagogice în procesul instructiv-didactic, în rândul tinerilor absolvenți de liceu, absolvenților studiilor profesional tehnice postsecundare, postsecundare nonterțiare și ai celor cu studii superioare, din localitățile țării și din afara ei.

OBIECTIVE

- îmbunătățirea continuă a imaginii Universității de Stat din Moldova în rândul tinerilor din Republica Moldova, prin promovarea criteriilor de performanță;
- elaborarea unor instrumente eficiente de lucru în activitatea de promovare (motivare personal didactic și studenți, suport text și imagine);
- perfecționarea abilităților persoanelor implicate direct în procesul de interacțiune cu absolvenții liceelor și beneficiarii;
- posibilitatea pentru corpul profesoral de perfecționare continuă a procesului didactic ca rezultat al feed-back-ului beneficiarilor;
- diseminarea informațiilor, dar și a experiențelor pozitive din cadrul facultăților USM.

PUBLICUL ȚINTĂ

Eforturile instituționale de promovare a ofertei educaționale și a imaginii Universității de Stat din Moldova vizează segmentul absolvenților de licee, colegii, absolvenții ciclului Licență, potențialii candidați la admitere la programele de Masterat, precum și potențialii candidați la studiile de doctorat.

PLANUL DE ACȚIUNI PRIVIND PROMOVAREA PROGRAMELOR DE STUDII ÎN CADRUL USM
I. IMPLICAREA ÎN ACTIVITĂȚILE TRADIȚIONALE DIN CADRUL USM

| NR. | ACȚIUNEA | PERIOADA DE REALIZARE | DESCRIEREA ACTIVITĂȚII | INSTRUMENTE | PERSOANE IMPLICATE |
|------------|--|------------------------------|--|--|---|
| 1. | <i>Organizarea târgului facultăților</i> | Aprilie-August | <ul style="list-style-type: none"> - Prezentare interactivă și interesantă publicului țintă; - Atmosferă caldă și prietenoasă; - Jocuri sub formă de simulare a alegerii viitoarei facultăți; - Ex: Roata facultăților - similară cu popularul joc, Darts. | <ul style="list-style-type: none"> - bannere pentru fiecare facultate; - mese, scaune; - pliante; - flyere; - buletine informative; - roata pentru joc; - elemente de decor; - aparat foto; - cameră video; - microfoane | <ul style="list-style-type: none"> 1) Centrul de Ghidare în Carieră și Relații cu Piața Muncii; 2) Decanii facultăților; 3) Membrii departamentelor; 4) Studenți. |
| 2. | <i>Caravana USM</i> | Martie-Aprilie | <ul style="list-style-type: none"> - Caravana va avea loc în două etape; - I- pentru elevii din clasele a X-a, a XI-a; - II- pentru absolvenții clasei a XII-a. | <ul style="list-style-type: none"> - prezentări PPT; - video de prezentare a specialităților și a Universității în general; - video despre fiecare facultate; - materiale informative (semne de carte, flyere, pliante, stickere) | <ul style="list-style-type: none"> 1) Centrul de Ghidare în Carieră și Relații cu Piața Muncii; 2) Decanii facultăților/Decanatele ; 3) Membrii departamentelor; 4) Studenți. |
| 3. | <i>Elaborarea unui QUIZ despre programele de studii</i> | Periodic | <ul style="list-style-type: none"> - Aproximativ 10 întrebări simple și amuzante; - Publicare pe portaluri de știri pentru tineri (diez.md, agora.md, | <ul style="list-style-type: none"> - pagina facultății - program de creare al Quiz-ului; - scrisori de | <ul style="list-style-type: none"> 1) Serviciul Imagine și Relații Publice; 2) Decanii facultăților; 3) Membrii |

| | | | | | |
|----|--|--|---|--|---|
| | | | ea.md), pe pagina facultății și distribuiri pe paginile de facebook ale tuturor facultăților. | parteneriate cu portalurile unde va fi publicat quiz-ul | departamentelor; 4) Studenți. |
| 4. | Încurajarea postărilor tematice de pe paginile de Facebook | Periodic | – Postările de pe pagina de Facebook vor fi distribuite în cazul în care conținutul acestora au o informație importantă pentru viitorii studenți (de exemplu: Admiterea). | - calculator; - telefon; - fotografii calitative; - texte atractive | 1) Serviciul Imagine și Relații Publice; 2) Persoana responsabilă de administrarea paginii de Facebook a facultății; 3) Pagina personală a studenților. |
| 5. | Ziua Ușilor deschise | În semestrul II al anului de studii | – În perioada aleasă, ținând cont de circumstanțe, va avea loc Ziua Ușilor deschise. | - pliante; - mici gustări; - prezentări PPT; - prezentări video; - telefon cu internet pentru live; - cameră video/foto | 1) Decanii facultăților; 2) Șef de departament; 3) Membrii departamentelor; 4) Studenți. |
| 6. | Chestionarea studenților anului I asupra sursei de informare despre program | Septembrie | – Chestionare elaborate de specialiști pentru a identifica sursa de informare, dar și de a nota așteptările studenților; – În urma analizei acestora, specialiștii vor putea identifica noi metode și instrumente de îmbunătățire a calității. | - word; - Platformă online de publicare; - foi A4 | 1) Centrul de Ghidare în Carieră și Relații cu Piața Muncii; 2) Responsabili din cadrul decanatelor; 3) Tutorii (responsabilii de grupă). |
| 7. | Participarea la Târgul de Cariere | În perioada de organizare | – Document de argumentare a participării la Târgul de Cariere. – Reprezentanții departamentelor vor oferi consultații viitorilor studenți, totodată, vor veni și cu | - materiale de promovare; - flyer; - pliante; - chestionare; | 1) Centrul de Ghidare în Carieră și Relații cu Piața Muncii; 2) Responsabili din cadrul decanatelor; |

| | | | | | |
|-----------|--|--------------------------------------|--|--|---|
| | | | <p>oferte atractive din cadrul USM;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Simularea unui interviu de angajare, dar și discuții cu o comisie de admitere improvizată. | <ul style="list-style-type: none"> - echipă de specialiști; - proiector; - spot; - cameră video/foto; - telefon cu WI-FI pentru live; - calculator (2) | <ul style="list-style-type: none"> 3) Tutorii; 4) Studenți. |
| 8. | <i>Crearea paginii de instagram/youtube</i> | Pe parcursul anului de studii | <ul style="list-style-type: none"> - Scopul: facilitarea comunicării cu potențialii studenți; - Conținutul postărilor va fi interactiv, limbajul utilizat va fi simplu, prietenos și accesibil. - Postările vor fi însoțite de imagini vii, colorate, cu utilizarea tuturor instrumentelor disponibile pe instagram: boomerang, video, insta-stories, GIF-uri, etc. | <ul style="list-style-type: none"> - telefon cu Wifi; - imagini calitative; - cameră foto/video; - logo; - icon-uri; - hashtag-uri unice și populare | <ul style="list-style-type: none"> 1) Serviciul Imagine și Relații Publice; 2) Responsabili din cadrul decanatelor; 3) Studenți. |

II. OPTIMIZAREA COMUNICĂRII INTERNE ȘI A IMPLICĂRII PERSONALULUI DEPARTAMENTELOR ÎN PROMOVARE

| NR. | ACTIVITATEA | TERMEN | DESCRIEREA | INSTRUMENTE | RESPONSABIL |
|------------|---|------------------|--|---|---|
| 1. | <i>Delegarea și responsabilizarea cadrelor didactice prin asumarea unor activități</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Stabilirea direcțiilor prioritare de activitatea a departamentelor (cercetare, extracurricular, internaționalizare, tutoriat, managementul calității, etc.) și delegarea pentru monitorizare, evaluare și promovare a câte 1-2 responsabili. | <ul style="list-style-type: none"> -rechizite de birou; -mape; -calculator | <ul style="list-style-type: none"> 1) Șef de departament; 2) Membrii departamentelor |
| 2. | <i>Implementarea și utilizarea unui sistem informațional (soft) ce ar facilita comunicarea</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Acest soft va facilita comunicarea dintre profesori-studenți, administrație-profesori, administrație-studenți; - Pe acest soft vor fi plasate activitățile, | <ul style="list-style-type: none"> -specialist IT; -calculator; -telefon | <ul style="list-style-type: none"> 1) Rectorat; 2) Decanii facultăților; 3) Șef de |

| | | | | | |
|----|---|--------------------|--|--|---|
| | <i>dintre profesori-studenți, administrație-profesori, administrație-studenți</i> | | termenii de realizare, responsabilii, avizurile etc., precum și informații despre activități planificate ș.a. | | departament. |
| 3. | Redactarea buletinului informativ al USM/ facultății | Semestrial | <ul style="list-style-type: none"> – Evenimente majore; – Activități curente relevante; – Felicitări; – Modificări regulamente de activitate; – Alte informații utile. | <ul style="list-style-type: none"> -calculator cu internet; -echipă de redactori; -machetă | <ol style="list-style-type: none"> 1) Serviciul Imagine și Relații Publice; 2) Responsabili din cadrul decanatelor; 3) Șef de departament; 4) Membrii departamentelor |
| 4. | Citate motivaționale postate săptămânal | Săptămânal | – Selectarea unei liste cu citate, aprobată de decan, în care va fi indicată data când va fi postat sau plasat pe panou. | <ul style="list-style-type: none"> - calculator cu internet; - lista cu citate actualizată periodic; - e-mailurile și actualizarea panoului de anunțuri | <ol style="list-style-type: none"> 1) Responsabili din cadrul decanatelor; 2) Metodiștii (secretarii) decanatului. |
| 5. | Activitatea cercurilor științifice | Trimestrial | <ul style="list-style-type: none"> – Membrii departamentelor se adună în vederea discutării unor tendințe majore în domeniu; – Vor fi implicați studenți pentru a fi informați despre teme de interes de cercetare a profesorilor. | <ul style="list-style-type: none"> - sediul departamentelor | <ol style="list-style-type: none"> 1) Șef de departament; 2) Membrii departamentelor. |

III. PROMOVAREA PRIN COMUNICAREA ÎN EXTERIOR

| NR. | ACTIVITĂȚILE | TERMEN | DESCRIEREA | INSTRUMENTE | RESPONSABIL |
|-----|--|------------------|--|--|---|
| 1. | <i>Redactarea scrisorilor de felicitare pentru parteneri, instituții de resort etc., cu ocazii precum (revelion, sărbători naționale ș.a.)</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Modele de scrisori redactate din timp; - Scrisorile vor conține neapărat ștampila, semnătura șefului de departament/decanului și toate elementele vizuale. | <ul style="list-style-type: none"> - calendarul sărbătorilor naționale, zilelor de naștere; - adrese de e-mail, fax, adrese fizice | <ul style="list-style-type: none"> 1) Serviciul Imagine și Relații Publice; 2) Responsabili din cadrul decanatelor; 3) Laborantul/a departamentului. |
| 2. | <i>Participarea membrilor departamentelor la evenimente științifice și cultural artistice</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Participare în calitate de angajat al departamentelor/facultății USM; - Mesaje în care se menționează apartenența instituțională. | <ul style="list-style-type: none"> - informații despre evenimente; - implicare; - cărți de vizită | <ul style="list-style-type: none"> 1) Decanii facultăților; 2) Membrii departamentelor. |
| 3. | <i>Susținerea financiară a angajaților în vederea realizării unor stagii de instruire și schimb profesional peste hotarele țării</i> | 1 /5 ani | <ul style="list-style-type: none"> - Creștere profesională; - Calificare; - Experiență împărtășită cu altă centre universitare care poate fi implementată. | <ul style="list-style-type: none"> - abilități profesionale; - susținerea conducerii USM | <ul style="list-style-type: none"> 1) Rectorat. |
| 4. | <i>Participarea activă la evenimentele organizate de alte centre științifice și universitare din țară</i> | Ocazional | <ul style="list-style-type: none"> - Crește gradul de vizibilitate a activităților; - Este demonstrat profesionalismul și implicarea; - Prezentarea priorităților departamentelor pe dimensiunea pe care o reprezintă. | <ul style="list-style-type: none"> - invitații | <ul style="list-style-type: none"> 1) Decanii facultăților; 2) Prodecanii; 3) Membrii departamentelor. |
| 5. | <i>Implementarea strategiilor naționale și a politicilor de stat</i> | Periodic | <ul style="list-style-type: none"> - Departamentul va organiza activități de susținere a evenimentelor promovate de Ministere, Parlament, Guvern, Președinție. - Va participa în calitate de partener în organizarea cursurilor de formare continuă; | <ul style="list-style-type: none"> - scrisori de parteneriate; - postări pe online; - live-uri pe facebook; - articole în presă, reportaje | <ul style="list-style-type: none"> 1) Departamentul Managementul Calității; 2) Departamentul Formare Continuă; 3) Centrul de Ghidare în Carieră și Relații |

| | | | | | |
|-----------|---|------------------|--|--|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Va organiza evenimente în vederea implementării strategiilor naționale; - Încurajarea studenților la participarea în calitate de voluntari în cazul solicitării din partea organizatorilor. | | <ul style="list-style-type: none"> cu Piața Muncii; 4) Decanii facultăților; 5) Membrii departamentelor; 6) Studenți. |
| 6. | <i>Cadouri protocolare</i> | Ocazional | <ul style="list-style-type: none"> - Se va întocmi din timp o listă cu cadouri admisibile, ținându-se cont de eveniment. | <ul style="list-style-type: none"> - agendă; - stilou; - oferta USM; - altele | <ul style="list-style-type: none"> 1) Rectorat; 2) Serviciul Imagine și Relații Publice. |
| 7. | <i>Facilitarea și monitorizarea schimbului de personal academic și administrativ în cadrul programelor și proiectelor internaționale</i> | Periodic | <ul style="list-style-type: none"> - Dezvoltare profesională; - Experiență valoroasă și utilă; - Perspective și oportunități de colaborare în rețea. | <ul style="list-style-type: none"> - acorduri de colaborare; - parteneriate instituționale; - proiecte internaționale | <ul style="list-style-type: none"> 1) Rectorat; 2) Departamentul Relații Internaționale. |
| 8. | <i>Emiterea, procesarea și afișarea informațiilor și documentelor pe pagina WEB</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Pe site-ul USM/facultăților se afișează informații de interes public pentru comunitatea academică și publicul extern. | <ul style="list-style-type: none"> - calculator cu internet; - echipă de redactori; - machetă | <ul style="list-style-type: none"> 1) Rectorat; 2) Serviciul Imagine și Relații Publice. 3) Decanii facultăților; 4) Responsabili de site. |

IV. IMPLICAREA REPREZENTANȚILOR PIEȚII MUNCII /ABSOLVENȚILOR ÎN PROMOVARE

| NR. | ACTIVITATEA | TERMEN | DESCRIEREA | INSTRUMENTE | RESPONSABIL |
|-----------|--|------------------|---|--|--|
| 1. | <i>Stabilirea și valorificarea parteneriatului cu reprezentanții pieții muncii la nivel național și internațional</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Scrisori de parteneriat; - Implicarea partenerilor în activitățile departamentelor; - Suținerea acestora și oferirea suportului teoretic, în caz de | <ul style="list-style-type: none"> - lista de contacte a reprezentanților pieții muncii; - o echipă de studenți; - evenimente atractive | <ul style="list-style-type: none"> 1)Centrul de Ghidare în Carieră și Relații cu Piața Muncii; 2)Departamentul Relații Internaționale; |

| | | | | | |
|----|---|------------------|--|--|--|
| | | | <p>solicitare;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea ofertelor pe care le au; - Motivarea acestora de a colabora cu departamentele de profil. | | <p>3) Responsabili din cadrul decanatelor;</p> <p>4) Șef de departament;</p> <p>5) Membrii departamentelor.</p> |
| 2. | <i>Comunicarea cu absolvenții programelor de studii</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Invitații expediate la evenimentele organizate, lecții publice; - Implicarea studenților în schimbul de experiență; - Consultarea în vederea adaptării planurilor de studiu la necesitățile pieții; - Vizitele acestora vor fi plasate pe pagina facultății și de facebook. | <ul style="list-style-type: none"> - lista absolvenților; - e-mailuri; - foaie cu antet | <p>1) Departamentul Managementul Calității;</p> <p>2) Centrul de Ghidare în Carieră și Relații cu Piața Muncii;</p> <p>3) Membrii departamentelor;</p> <p>4) Responsabili de programe de studii.</p> |
| 3. | <i>Organizarea ieșirii studenților în teren (la agenții, companii, instituții etc.)</i> | Lunar | <ul style="list-style-type: none"> - Fiecare formațiune academică în baza cursurilor planificate vor merge în teren pentru schimb de opinii, familiarizare cu domeniul de activitate, pentru comunicare cu reprezentanții pieții muncii. | <ul style="list-style-type: none"> - scrisoare de solicitare din partea departamentului; - acceptul; - lista de e-mailuri; - logoul USM/facultăților | <p>1) Șef de departament;</p> <p>2) Membrii departamentelor;</p> <p>3) Studenți.</p> |
| 4. | <i>Trimiterea invitațiilor personalizate la evenimentele organizate</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Scrisorile vor avea un conținut diferit, dar esența va fi aceeași; - Adresările personale, vor oferi invitațiilor o doză de autoritate, respect și apreciere. | <ul style="list-style-type: none"> - o bază de date cu contactele, conturile personale de facebook ale jurnaliștilor; - foaie cu antet | <p>1) Serviciul Imagine și Relații Publice;</p> <p>2) Responsabili din cadrul decanatelor;</p> <p>3) Șef de departament;</p> <p>4) Laborantul/a departamentului.</p> |
| 5. | <i>Expedierea scrisorilor de mulțumire</i> | Permanent | <ul style="list-style-type: none"> - Model de scrisoare de mulțumire; - Expedierea scrisorii după participarea | <ul style="list-style-type: none"> - foaie cu antet; - adresele de e-mail; | <p>1) Serviciul Imagine și Relații Publice;</p> |

| | | | | | |
|-----------|---|-----------------|---|--|---|
| | | | la activități, colaborări. | - model de scrisoare | 2) Decan/Șef departament; 3) Metodist/laborant |
| 6. | <i>Organizarea meselor rotunde și a cursurilor de formare continuă</i> | Periodic | <ul style="list-style-type: none"> - Organizarea meselor rotunde tematice și invitarea reprezentanților specialiști din diferite domenii de activitate; - Oferirea de suport calificat prin cursurile de formare continuă în care sunt implicați membrii departamentelor; - Diseminarea informației beneficiarilor cursurilor despre oferta de admitere la studii. | <ul style="list-style-type: none"> - rechizite de birou - spațiu; - pliante; - broșuri | <ul style="list-style-type: none"> 1) Departamentul Formare Continuă; 2) Centrul de Ghidare în Carieră și Relații cu Piața Muncii; 3) Serviciul Imagine și Relații Publice; 4) Responsabili de programe; 5) Profesorii implicați în cursurile de formare continuă. |

CONCLUZII

Universitatea de Stat din Moldova își îndeplinește misiunea prin stabilirea principalelor direcții de activitate, urmărind totodată creșterea vizibilității naționale a ofertei educaționale la programele de licență, master și doctorat. Strategia de promovare a programelor de studii include obiective strategice ce au impact calitativ și cantitativ nu doar asupra diseminării informației privind conținutul programelor de studii, ci și a pertinentei acestora pentru pregătirea calitativă a viitorilor specialiști în domeniu.

Totodată, prin intermediul prezentului plan strategic se fundamentează angajarea responsabilității managementului universității în vederea asigurării neîntrerupte a spiritului performanței și a competitivității.

Strategia își îndreaptă acțiunile spre domenii prioritare precum: învățământ, cercetare științifică, studenți, relații internaționale, comunicare și imagine, dezvoltare instituțională. În vederea consolidării unei culturi organizaționale bazate pe performanță și calitate, planul strategic își propune îndreptarea eforturilor instituționale de promovare a ofertei educaționale și a imaginii Universității de Stat din Moldova prin implicarea în activitățile tradiționale din cadrul USM precum și cele de promovare nu doar a comunității academice ci și a reprezentanților pieței muncii precum și a absolvenților Universității de Stat din Moldova. În acest sens, promovarea prin comunicare în exterior urmează să se materializeze inclusiv prin optimizarea comunicării interne și a implicării personalului departamentelor responsabile.