

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

STANDARD OCUPAȚIONAL

**Ocupația : ASISTENT RELAȚII PUBLICE ȘI
COMUNICARE (studii medii)**

Domeniul: Administrație și management

Cod COR : 342906

2004

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

Inițiator de proiect : INSTITUTUL ROMÂN DE CERCETĂRI ECONOMICO-SOCIALE ȘI SONDAJE - IRECSON

Echipa de redactare a standardului ocupațional:

VALENTINA ALEXANDRESCU – Specialist relații publice/ IRECSON

CLAUDIA CURICI – Specialist relații publice/ IRECSON

Echipa de validare / Referenți de specialitate:

Eliza Rogalski, Corporate PR Manager, Tempo Advertising

Roxana Poede, PR Account Executive, Graffiti BBDO

Cristina Dragna, Manager Agenție PR, Atmosphere Management

Hortensia Năstase, Manager de Comunicare, Lowe & Partners

Diana Iosu, PR Coordinator, Mobifon SA

Ioana Elena Georgescu, Specialist PR/ Liber profesionist și Jurnalist/ Revista „Femeia” și cotidienele „România Liberă” și „Cronica Română”

Andrei Șerban Frimescu, Marketing & PR Manager, Oueen Inn – Casa Vernescu

Teodora Migdalovici, Constructor de marcă și comunicare/ Compania JurnalulNațional și Consultant comunicare/ Rey Pasta (EURO RSCG Praga)

Daniela Popa, PR Manager, Romexpo SA

Diana Klusch, External Relations Manager, Procter & Gamble

UNITĂȚI DE COMPETENȚĂ

Domeniu de competență	Nr. crt.	Titlul unității
FUNDAMENTALE	1	Munca în echipe multidisciplinare
	2	Dezvoltare profesională
	3	Comunicare interactivă
	4	Comunicare interpersonală
	5	Planificarea activității proprii
GENERALE PE DOMENIUL DE ACTIVITATE	6	Realizarea materialelor
	7	Organizarea de evenimente
SPECIFICE OCUPAȚIEI	8	Organizarea campaniilor integrate
	9	Evaluarea eficienței programelor de relații publice
	10	Participă la eficientizarea comunicării în organizație
	11	Menținerea relațiilor cu mass-media
	12	Pregătirea întâlnirilor de lucru

Descrierea ocupației

Asistentul de relații publice și comunicare este intermediar între organizația pe care o reprezintă și publicurile specifice acelei organizații, fiind responsabil față de aceste părți și distribuind informații care dau posibilitatea publicurilor instituției să-i înțeleagă politicile.

Prin latura comunicațională desfășoară activități legate de constatarea și influențarea opiniilor unui grup de persoane. Pentru aceasta realizează cercetarea tuturor publicurilor: primește informații de la acestea, informează conducerea în legătura cu atitudinile și reacțiile acestora, participă la implementarea de politici care demonstrează atenția crescută față de publicuri și evaluează constant eficiența tuturor programelor de relații publice.

Poate implementa programe de acțiune planificate, care să servească atât organizația, cât și interesul public. Activitatea lui se bazează pe comunicare eficientă și pe realitate, fiind legată de fapte.

Asistentul de relații publice și comunicare poate avea mai multe roluri, în funcție de necesitățile organizației:

- 1 analist: el trebuie să cunoască organizația (statut, istorie, imagine, cultură), bunurile și serviciile organizației, publicuri variate, mediul, comunicările anterioare.
- 2 cercetător: va încerca să obțină toate datele, să facă sondaje, anchete, analize, pentru a putea aprecia și sfătui organizația, propunând soluții (fiind așadar și consilier);
- 3 implementator de strategie: implementează strategii pentru interior sau pentru exterior în conformitate cu obiectivele vizate, incitând, persuadând, pentru a atrage atenția publicurilor sau a schimba atitudini și comportamente;
- 4 responsabil cu logistica: realizează bugete și calendare ale acțiunilor;
- 5 creator: concepe mesajul;
- 6 specialist: alege forma mesajului, caractere potrivite pentru tipar, fotografii, ilustrații, culori, prezentări grafice;
- 7 rol tehnic: alege mass-media;
- 8 rol de imaginație: alege suporturile;
- 9 rol de expertiză: alege tehnicile de comunicare;
- 10 educator, comunicator și om de echipă etc.

Asistentul de relații publice și comunicare poate să funcționeze în interiorul unei organizații, ca angajat al unei firme de consiliere în relații publice sau ca și consultant independent

În interiorul unei organizații, asistentul de relații publice și comunicare are ocazia să îndeplinească diverse sarcini, în funcție de tipul organizației și de anvergura departamentului de comunicare unde funcționează. În cazul său, comunicarea internă reprezintă o cale de a gestiona anumite nevoi ale organizației (integrarea noilor angajați, organizarea muncii, circulația informațiilor, sentimentul de apartenență, climatul intern). Comunicarea externă este asociată manifestărilor publice ale asociației: relațiile cu presa, expozițiile, audiovizualul, publicitatea, promovarea, campaniile de opinie, organizare de evenimente (lansări, cocteuri, inaugurări), gestiunea crizelor, campaniile de finanțare, propaganda, afacerile publice, lobby-ul, serviciul de informare și de reclamații, revista presei, feedback-ul.

Asistentul de relații publice și comunicare dintr-o agenție se diferențiază de cel dintr-un departament de PR al unei organizații, chiar dacă tehnicile utilizate sunt întotdeauna aceleași. Se lucrează cu mai mulți clienți (organizații, ONG, asociații, oameni publici etc.) pe parcursul unui an, experiența și capacitatea de a lucra în condiții de stres fiind factori extrem de importanți. Asistentul de relații publice dintr-o agenție este, deci, la dispoziția asistentului de relații publice din organizație.

Mulți asistenți de relații publice și comunicare lucrează autonom și își dezvoltă o expertiză recunoscută. Ei sunt definiți ca PR-iști independenți pentru agenții sau organizații, oferindu-le acestora serviciile lor. Se specializează, de obicei, pe un segment îngust al profesiei (organizator de evenimente, creator de mesaj etc.), fiind angajat în virtutea acestor calități.

Prin acumulare de experiență și dobândire de competențe manageriale, asistentul de relații publice și comunicare poate evolua către poziția de manager în relații publice și comunicare.

UNITATEA 1

MUNCA ÎN ECHIBE MULTIDISCIPLINARE

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare pentru a putea să organizeze activitatea echipei multidisciplinare, dinamizând-o și orientând-o spre o rezolvare rapidă și eficientă a cazului

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Identifică membrii echipei	1.1. Componenta echipei este adecvată problemei de rezolvat. 1.2. Membrii echipei sunt identificați în funcție de experiențele lor anterioare 1.3. Membrii echipei sunt identificați în mod obiectiv, cu imparțialitate
2. Stabilește obiectivele	2.1. Obiectivele sunt stabilite pe baza opiniilor exprimate de membrii echipei. 2.2. Obiectivele sunt stabilite cu claritate, putând fi identificate metodele de lucru utilizate și termenii de realizare a lor. 2.3. Obiectivele sunt stabilite cu promptitudine imediat după studierea amănunțită a temei propuse.
3. Facilitează schimburile de informații	3.1. Schimburile de informații sunt facilitate prin menținerea unei legături permanente între membrii echipei. 3.2. Schimburile de informații sunt facilitate prin transmiterea datelor într-un timp optim. 3.3. Schimburile de informații sunt facilitate prin comunicarea lor într-o formă clară, accesibilă.

Gama de variabile

Specialiștii echipei multidisciplinare:

- grafician;
- ofițer de presă;
- psiholog;
- salesman;
- sociolog;
- stilist;
- copywriter;
- fotograf;
- designer;
- specialist de resurse umane;
- purtător de cuvânt.

Schimburile de informații se pot realiza:

- verbal;
- în scris.

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

Teme propuse:

- organizare de simpozioane, seminarii, conferințe, expoziții, târguri, evenimente de presă, întâlniri de lucru, campanii integrate, întâlniri de socializare a angajaților, petreceri etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințe:

- psihologie;
- tehnici de organizare a muncii în echipă și mediere;
- terminologie de specialitate: tehnici de relații publice și comunicare, grafică computerizată, producție etc.
- tehnici pentru generare de idei.

La evaluare se urmărește:

- capacitatea de a selecta din potențialii specialiști pe aceia a căror experiență anterioară concordă cu particularitățile temei de lucru;
- capacitatea de a relaționa cu membrii echipei în stabilirea de comun acord a obiectivelor și termenelor;
- capacitatea de a stabili graficul întâlnirilor în funcție de particularitățile temei propuse și de programul specialiștilor;
- abilitatea de a dinamiza și media întâlnirile de lucru.

UNITATEA 2

DEZVOLTARE PROFESIONALĂ

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară stabilirii propriilor puncte slabe care ar necesita un plus de cunoștințe și alegerea soluțiilor de dezvoltare profesională.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Identifică necesitățile proprii de perfecționare	1.1. Necesitățile proprii de perfecționare sunt identificate în mod realist și obiectiv, pe baza autoevaluării 1.2. Necesitățile proprii de perfecționare sunt identificate în corelație cu cerințele de la locul de muncă și cu obiectivele personale
2. Se autoinstruiește	2.1. Autoinstruirea se face în mod continuu, utilizând sursele de informație disponibile. 2.2. Autoinstruirea are la bază necesitățile identificate 2.3. Autoinstruirea se realizează în funcție de obiectivele urmărite.
3. Participă la cursuri de perfecționare și alte manifestări de specialitate	3.1. Participarea la cursuri de perfecționare și la alte manifestări de specialitate se face în funcție de necesitățile de perfecționare identificate. 3.2. Cursurile de perfecționare profesională se stabilesc în funcție de obiectivele care trebuie atinse

Gama de variabile

Surse de informare:

- publicații de specialitate;
- Internet;
- referate și comunicări științifice;
- schimb de informații și schimb de experiență cu persoane cu ocupație similară;
- seminarii și simpozioane etc.

Instruirea se referă și la domenii conexe: jurnalism, propaganda, marketing, lobby, publicitate, producție publicitară, artă grafică, afaceri publice, activitățile agentului de presă, susținerea vânzării (merchandising support), cercetare (primară și secundară) etc.

Instruirea profesională se referă atât la partea teoretică cât și practică în domeniul relațiilor publice și al comunicării.

Dezvoltarea instruirii profesionale impune o instruire anterioară și o autoinstruire permanentă

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele:

- minim necesar de cunoștințe profesionale care să permită identificarea punctelor slabe care ar necesita un plus de cunoștințe;
- codul deontologic al profesiei;
- surse de informare;

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

- furnizori de formare;
- asociații profesionale;
- tehnici și metode de selecție a materialului;
- metode de autoevaluare etc.

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea candidatului de autoevaluare pentru identificarea necesităților proprii de instruire profesională;
- Eficiența autoinstruirii în funcție de obiectivele stabilite;
- Responsabilitatea, spiritul critic și autocritic, consecvență în urmărirea scopului propus.

UNITATEA 3

COMUNICARE INTERACTIVĂ

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare de a comunica permanent cu membrii echipei multidisciplinare facilitând schimbul de informații necesar soluționării operative a temei.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Transmite și primește informații	1.1. Informațiile sunt transmise periodic membrilor echipei multidisciplinare. 1.2. Informațiile sunt transmise clar, folosind limbajul specific. 1.3. Informațiile sunt transmise și primite la timp respectând termenele propuse. 1.4. Informațiile sunt transmise pe baza unor date reale și verificabile, în forma cerută de etapa de lucru.
2. Participă la discuții pe teme profesionale	2.1. Discuțiile pe teme profesionale sunt dinamizate printr-o participare activă. 2.2. Discuțiile sunt orientate în vederea realizării scopului propus. 2.3. Participarea la discuții este documentată în prealabil 2.4. Punctele de vedere proprii sunt expuse fără reținere și argumentate clar. 2.5. Divergențele se rezolvă cu calm și politețe.

Gama de variabile

Membrii echipei multidisciplinare:

- grafician;
- ofițer de presă;
- psiholog;
- salesman;
- sociolog;
- stilist;
- copywriter;
- fotograf;
- designer;
- specialist de resurse umane.

Forma de comunicare:

- scrisă;
- verbală.

Mijloace de comunicare:

- telefon;
- fax;
- Internet și Intranet;
- corespondență scrisă.

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

Teme profesionale:

- organizare de simpozioane, seminarii, conferințe, expoziții, târguri, evenimente de presă, întâlniri de lucru, campanii integrate, întâlniri de socializare a angajaților, petreceri etc.
- administrative;
- evaluarea ofertelor furnizorilor.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- terminologie de specialitate;
- schema generală de comunicare în organizație;
- organigrama, raporturi ierarhice și funcționale;
- negociere;
- comportament în grup.

La evaluare se urmărește:

- capacitatea de a susține activ dialoguri profesionale cu persoanele cu care interacționează, în vederea soluționării temei propuse;
- abilitatea de a focaliza discuțiile asupra temei propuse;
- abilitatea de a transmite prompt informațiile ce-i sunt solicitate;
- capacitatea de a fi proactiv și a solicita în timp util informațiile necesare;
- capacitatea de a rezuma discuțiile purtate formal, în scris etc.

UNITATEA 4

COMUNICARE INTERPERSONALĂ

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare de a comunica permanent cu toate persoanele implicate în rezolvarea temei propuse: specialiștii echipei multidisciplinare, clienții, angajații organizației proprii, funcție de statutul său.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Evaluează interlocutorul	1.1. Interlocutorul este evaluat pe baza abilităților de comunicare verbală și non-verbală. 1.2. Interlocutorul este evaluat cu rapiditate și într-un mod obiectiv, încadrându-se într-o tipologie. 1.3. Evaluarea interlocutorului este realizată într-un mediu netensionat.
2. Stabilește modul de comunicare	2.1. Modul de comunicare este adecvat stadiului atins în rezolvarea temei propuse. 2.2. Modul de comunicare este stabilit în raport cu caracteristicile psiho-sociale ale interlocutorului 2.3. Modul de comunicare este stabilit clar, conform uzanțelor.
3. Transmite informații	3.1. Informațiile sunt transmise periodic, în diferite etape ale demersului de rezolvare a temei propuse. 3.2. Informațiile sunt transmise optim în vederea dinamizării întregului proces. 3.3. Informațiile sunt transmise clar, în concordanță cu limbajul de specialitate și tipul interlocutorului. 3.4. Informațiile sunt transmise pe baza unor date reale și verificabile.

Gama de variabile

Statutul asistentului de relații publice și comunicare:

- angajat al unei organizații;
- liber profesionist;
- angajat al unei agenții specializate de relații publice.

Clienți:

- departamente ale organizației proprii – în cazul în care au contract de munca într-o organizație;
- persoane publice și organizații – în cazul în care sunt liber profesioniști sau angajați ai unei agenții.

Membrii echipei multidisciplinare:

- grafician;
- ofițer de presă;

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

- psiholog;
- salesman;
- sociolog;
- stilist;
- copywriter;
- fotograf;
- designer;
- specialist de resurse umane.

Caracteristici psiho-sociale:

- pregătire profesională;
- statut social;
- mediul de proveniență;
- tipologie psihologică.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- tehnici de evaluare;
- tehnici de comunicare;
- noțiuni de psihologie;
- noțiuni de sociologie.

La evaluare se urmărește:

- abilitatea de a comunica eficient indiferent de caracteristicile psiho-sociale ale interlocutorilor;
- abilitatea de a-si forma un punct de vedere obiectiv asupra caracteristicilor personalității interlocutorilor;
- capacitatea de a crea situații în care interlocutorul să acționeze în mod firesc;
- capacitatea de a identifica natura problemei.

UNITATEA 5

PLANIFICAREA ACTIVITĂȚII PROPRII

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare de a realiza o planificare realistă și corectă a activităților proprii.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Identifică sarcinile de îndeplinit	1.1. Lucrările sunt identificate în funcție de planul de activitate al echipei. 1.2. Etapele și secvențele de realizare a lucrărilor sunt stabilite în funcție de tipul lucrării și de termenul final
2. Stabilește și alocă resursele	2.1. Resursele se stabilesc corect în funcție de tema de lucru și de perioada de timp alocată finalizării lucrării. 2.2. Timpul necesar realizării fiecărei etape a lucrării este stabilit astfel încât să se respecte termenul final planificat. 2.3.. Perioada de timp este estimată pe baza unei analize atente a datelor problemei de rezolvat
3. Planifică activitățile proprii	3.1. Planificarea activității și a succesiunii etapelor de lucru este făcută în funcție de timpul total alocat realizării. 3.2. Planificarea activităților se face în funcție de tipul temei de lucru. 3.3. Planul de activități este flexibil, adaptat noilor situații apărute.

Gama de variabile

Resurse:

- materiale și echipamente: suporturi magnetice, hârtie, rechizite, imprimantă, fax, computer, autoturism, telefon mobil, aparat de fotografiat, cutter-ploter etc;
- umane: membrii echipei multidisciplinare;
- timp;
- financiare: buget acordat/departament sau eveniment/ campanie/ întâlnire de lucru; finanțări externe atrase;

Membrii echipei multidisciplinare:

- grafician;
- ofițer de presă;
- psiholog;
- salesman;
- sociolog;
- stilist;
- copywriter;
- fotograf;
- designer;
- specialist de resurse umane.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- gestionarea timpului;
- planificare;
- concurență;
- domenii conexe relațiilor publice;
- bugetare.

Teme profesionale:

- organizare de simpozioane, seminarii, conferințe, expoziții, târguri, evenimente de presă, întâlniri de lucru, campanii integrate, întâlniri de socializare a angajaților, petreceri etc.
- administrative;
- evaluarea ofertelor furnizorilor.

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de a planifica activități și de a respecta termenele stabilite;
- Capacitatea de a prioritiza activități;
- Capacitatea de a identifica activitățile ce trebuie planificate în atingerea obiectivelor de realizat;
- Aprecierea corectă a complexității sarcinilor.
- Capacitatea de a identifica metode adecvate în funcție de resursele disponibile și nevoile organizației.

UNITATEA 6

REALIZAREA MATERIALELOR

Descriere

Unitatea se referă la competența asistentului de relații publice și comunicare pentru conceperea mesajelor și a materialelor care susțin activitățile sale și distribuția către grupurile/ publicurile țintă.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Selectează suporturile mediatic	1.1. Alegerea suportului mediatic se face în relație directă cu obiectivele vizate, conceptul creativ și valorile organizației. 1.2. Suportul mediatic ales trebuie să fie în concordanță cu caracteristicile publicului țintă și mijloacele de distribuție către acesta. 1.3. Alegerea suportului mediatic ține cont de bugetul alocat.
2 Proiectează materialele	2.1. Alegerea conceptului se face în funcție de obiectivele ce trebuie atinse și axa care trebuie privilegiată. 2.2. Textul corespunde tehnicilor utilizate. 2.3. Textul surprinde esența, în concordanță cu axa de comunicare.
3. Asistă realizarea materialelor	3.1. Alegerea echipei/partenerului de producție se realizează în funcție de specializarea acestuia, și calitatea impusă. 3.2. În alegere se va ține cont de oferta pieței și bugetul alocat.
4. Organizează distribuția către grupurile/ publicurile țintă	4.1. Distribuția se va realiza în funcție de publicurile țintă. 4.2. Modul de distribuție va fi ales în funcție de caracteristicile sale. 4.3. Modul de distribuție va ține seama de obiectivele de relații publice și comunicare.

Gama de variabile

Parteneri:

- graficianul;
- producătorul;
- tipografia;
- agenția de relații publice;
- agentul independent de relații publice;
- designer-ul etc.

Tipuri de suporturi:

- scrise;
- grafice;
- vizuale;
- sonore;
- video;
- obiecte-suport;
- tridimensionale.

Tipuri de materiale:

- mesaje;
- comunicate de presă;
- interviuri;

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

- prezentări;
- news-lettere;
- discursuri;
- afișe;
- broșuri;
- fly-ere;
- rapoarte;
- reviste interne;
- manual de conduită a personalului din organizație;
- formulare tipizate etc.

Tipuri de mesaje:

- de ordin politic;
- de prestigiu;
- care vizează o schimbare de comportament;
- comercial;
- utilitar;
- combatant.

Distribuție:

- difuzare de spoturi publicitare la TV, radio, spații publice etc;
- afișaj;
- discursuri;
- media creativă/neconvențională;
- difuzare de pliante, broșuri, fly-ere etc.

Caracteristicile publicului țintă:

- locul unde se găsește la o anumită oră;
- nivel de pregătire;
- vârstă etc.

Tehnici de comunicare:

- scriitura;
- comunicarea de masă;
- comunicarea internă;
- comunicarea personalizată.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- design;
- cromatică;
- producție publicitară;
- copywriting;
- tipuri de suporturi mediatice;
- noțiuni de psiho- sociologie;
- tehnici de redactare computerizată și soft-uri specializate;
- tehnici de comunicare;
- tehnici de elaborarea mesajelor publicitare și a mesajelor de informare publică;

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de a înțelege specificațiile și a le transforma în produs;
- Capacitatea de a crea mesaje care să surprindă esența temei de comunicat;
- Flexibilitatea în adaptarea conținutului;
- Capacitatea de a alege suporturile mediatice adecvate mesajului creat;
- Capacitatea de a selecta din ofertele de servicii și materiale de pe piață pe cele mai potrivite din punct de vedere al raportului calitate/preț;
- Capacitatea de a alege canalele de distribuție adecvate scopului propus/ obiectivelor de realizat/ publicurilor țintă care trebuie atinse.

UNITATEA 7

ORGANIZAREA DE EVENIMENTE

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare pentru a putea susține organizarea evenimentelor specifice în activitatea de relații publice.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Organizarea bazei de date cu participanți	1.1. Baza de date se organizează conform tipului de eveniment și publicurilor- țintă identificate de manager; 1.2. În organizarea bazei de date se ține cont de dispozițiile conducerii. 1.3. Datele organizate sunt actuale, specifice, concrete și veridice.
2. Transmite invitațiile participanților	2.1. Distribuirea invitațiilor se face conform listei aprobate de manager; 2.2. Distribuirea invitațiilor se face respectând termenul prevăzut în graficul de desfășurare al evenimentului; 2.3. Transmiterea invitațiilor este urmată de telefoane de verificare a primirii invitației și confirmare a participării.
3. Menține legătura cu furnizorii	3.1. Furnizorii sunt aleși în funcție de resursele alocate desfășurării evenimentului; 3.2. Menținerea relațiilor presupune rezolvarea neconformităților apărute pe parcursul colaborării; 3.3. Calitatea și promptitudinea furnizorilor sunt evaluate permanent pentru a putea fi ajustată baza de date a furnizorilor pentru evenimente viitoare.
4. Participă la implementarea evenimentului	4.1. Participarea este activă. 4.2. Participarea vizează receptarea de probleme/subiecte și rezolvarea unor situații neconforme. 4.3. Participarea presupune dinamizarea desfășurării evenimentului și medierea întâlnirilor.
5. Distribuie scrisorile de mulțumire participanților	5.1. Scrisorile distribuite respectă regulile de protocol; 5.2. Prezentarea grafică a scrisorilor și mesajul vor fi în concordanță cu misiunea, valorile, identitatea companiei/ persoanei/ instituției organizatoare a evenimentului; 5.3. Transmiterea scrisorilor de mulțumire se face imediat după terminarea evenimentului și pot determina transmiterea feedback-ului de către participanți.

Gama de variabile

Resurse alocate:

- materiale;
- logistică;
- financiare;
- timp;
- umane.

Tipuri de evenimente:

- conferințe de presă;
- simpozioane;
- expoziții;
- adunări generale ale acționarilor;
- team-building;
- petreceri ale angajaților;
- aniversări ale companiei;
- seminarii;
- gale de premiere etc.

Situații neconforme:

- întâzieri în amenajarea și dotarea locurilor de desfășurare a evenimentelor, neprofesionalism și întâzieri ale furnizorilor;
- defecțiuni ale echipamentelor de sonorizare, video, proiecție etc.
- abordări greșite în medierea, antrenarea/dinamizarea evenimentelor;
- necorelări ale sarcinilor membrilor echipei etc;

Publicuri țintă:

- mass-media (grupurile de presă scrisă și audiovizuală) și mediul Internet;
- opinia publică sau publicul extern (cetățeanul și contribuabilul obișnuit și impersonal);
- publicul intern (salariații, administratorii, diverse comitete și organizații interne, sindicatele interne);
- instituțiile și fondurile financiare, băncile, bursele, societățile de rating și de asigurări);
- acționarii, obligatarii, instituțiile și organismele puterii de stat și ale administrației publice;
- partidele politice și orice alte grupuri de interese politice și civice, asociații profesionale, fundații culturale, cluburi etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- Tehnici de evaluare;
- Tehnici de cercetare;
- Tehnici de relații publice;
- Tehnici de mediere;

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de a asocia obiectivelor de relații publice tipurile de evenimente adecvate, cu impact maxim asupra publicurilor țintă;
- Capacitatea de adaptare la sarcini schimbătoare;
- Capacitatea de a sesiza situații neconforme și de a propune soluții pentru remedierea lor;
- Capacitatea de a folosi optim resursele alocate, a le mobiliza, și de a propune redistribuirea acestora în funcție de situație;

UNITATEA 8

ORGANIZAREA CAMPANIILOR INTEGRATE

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare în organizarea campaniilor integrate.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Stabilește obiectivele campaniei	1.1. Problema specifică identificată semnalează o chestiune considerată de interes pentru organizație; 1.2. Problema specifică identificată este formulată astfel încât să evite ambiguitatea; 1.3. Problema specifică identificată este explicată, înțeleasă, acceptată, transpusă în scris, realistă și pertinentă; 1.4. Contextul în care a apărut problema furnizează toate datele pertinente necesare redactării planului de campanie și modalități de rezolvare a unor situații similare; 1.5. Obiectivele formulate sunt specifice, măsurabile, accesibile, realizabile și delimitate în timp.
2. Stabilește publicurile țintă	2.1. Profilul publicurilor țintă corespunde obiectivelor formulate; 2.2. Publicurile țintă sunt bine delimitate, omogene și ierarhizate.
3. Propune strategia de campanie	3.1. Tacticile și canalele media necesare desfășurării campaniei sunt adecvate obiectivelor propuse. 3.2. Tacticile și canalele media necesare desfășurării campaniei sunt în concordanță cu bugetul campaniei; 3.3. Tacticile și canalele media necesare desfășurării campaniei reflectă identitatea clientului/ organizației.
4. Gestionează resursele alocate campaniei	4.1. Bugetul de campanie este stabilit clar, realist, și are o marjă de mișcare. 4.2. Calendarul de campanie cuprinde activități și termene fixe asociate fiecăreia. 4.3. Calendarul de campanie este realist și oferă o perspectivă asupra tuturor activităților; 4.4. Necesarul logistic este adecvat tipurilor de activități desfășurate pe perioada campaniei; 4.5. Echipa de campanie este eterogenă, formată din specialiști cu competențe diverse, care acoperă toată gama de activități.
5. Monitorizează eficacitatea campaniei	5.1. Verificarea atingerii obiectivelor și a credibilității transmise este permanentă. 5.2. Coordonarea activității de monitorizare se realizează în raport cu tipul campaniei. 5.3. Evaluarea este permanentă și se raportează la obiectivele de campanie propuse. 5.4. Feedback-ul cu clientul se dezvoltă permanent, în ambele sensuri. 5.5. Feedback-ul transmis este corect și constructiv.

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități
Gama de variabile

Contexte de desfășurare:

- intern;
- extern;
- socio-cultural;
- politic;
- economic;
- concurență etc.

Public:

- inactiv/ activ;
- inovator/ conservator;
- simpatizanți/ opozanți;
- neutri etc.

Campanii:

- de conștientizare pentru public;
- de informare;
- de educare publică;
- de întărire a atitudinii și comportamentului;
- de schimbare a atitudinii;
- de modificare a comportamentului etc.

Publicuri țintă:

- mass-media (grupurile de presă scrisă și audiovizuală) și mediul Internet;
- opinia publică sau publicul extern (cetățeanul și contribuabilul obișnuit și impersonal);
- publicul intern (salariații, administratorii, diverse comitete și organizații interne, sindicatele interne);
- instituțiile și fondurile financiare, băncile, bursele, societățile de rating și de asigurări);
- acționarii, obligatarii, instituțiile și organismele puterii de stat și ale administrației publice;
- partidele politice și orice alte grupuri de interese politice și civice, asociații profesionale, fundații culturale, cluburi etc.

Tipuri de mesaje:

- de ordin politic;
- de prestigiu;
- care vizează o schimbare de comportament;
- comercial;
- utilitar;
- combatant etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- Tehnici de relații publice, mass-media și suporturi utilizate;
- Tehnici de concepere a mesajelor;
- Negociere;
- Tipuri de strategii;
- Tehnici de cercetare;
- Tehnici de evaluare;

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de a identifica problema specifică și de a stabili obiectivele campaniei în concordanță cu această problemă;

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

- Capacitatea de selecție a publicurilor țintă în concordanță cu obiectivele campaniei;
- Capacitatea de a stabili bugetul, logistica și calendarul de campanie, precum și componența echipei de specialiști care să acopere toată gama de activități;
- Capacitatea de a selecționa tactici și canale media în funcție de resursele alocate și de obiectivele campaniei
- Capacitatea de a defini și exploata consecvent mesajele cheie ale campaniei;
- Capacitatea de a integra și corela diferitele elemente ale unei campanii.

UNITATEA 9

EVALUAREA EFICIENȚEI PROGRAMELOR DE RELAȚII PUBLICE

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare pentru a putea stabili și aplica criteriile de evaluare a eficienței programelor de relații publice și a propune soluții de creștere a eficienței.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Stabilește criteriile de evaluare	1.1. Criteriile de evaluare sunt adecvate tipului de program de relații publice. 1.2. Criteriile de evaluare se stabilesc în concordanță cu obiectivele programului de relații publice și publicurile vizate. 1.3. Criteriile sunt formulate clar, concis, și nu determină ambiguități.
2. Aplică criteriile de evaluare	2.1. Criteriile sunt aplicate cu obiectivitate și imparțialitate. 2.2. Aplicarea criteriilor este relevantă pentru scopul evaluării.
3. Analizează rezultatele aplicării criteriilor	3.1. Rezultatele analizate pun în evidență neconformitățile constatate. 3.2. Rezultatele analizate creează premisele elaborării unor soluții de creștere a eficienței programelor.
4. Propune soluții pentru creșterea eficienței	4.1. Eficiența se estimează prin raportare la rezultatele evaluării; 4.2. Soluțiile propuse sunt adecvate programului de relații publice; 4.3. Soluțiile propuse sunt în concordanță cu politica/ strategia de relații publice a organizației/persoanei care fac obiectul programului de relații publice.

Gama de variabile

Publicuri țintă:

- mass-media (grupurile de presă scrisă și audiovizuală) și mediul Internet;
- opinia publică sau publicul extern (cetățeanul și contribuabilul obișnuit și impersonal);
- publicul intern (salariații, administratorii, diverse comitete și organizații interne, sindicatele interne);
- instituțiile și fondurile financiare, băncile, bursele, societățile de rating și de asigurări);
- acționarii, obligatarii, instituțiile și organismele puterii de stat și ale administrației publice;
- partidele politice și orice alte grupuri de interese politice și civice, asociații profesionale, fundații culturale, cluburi etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- Procese, proceduri, tehnici de cercetare;
- Surse de cercetare;

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

- Tehnici de aplicare a cercetării în monitorizare și evaluare;
- Time- management;
- Tehnici de relații publice etc.

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de a formula și aplica criterii de evaluare în concordanță cu obiectivele programului și publicurile vizate;
- Capacitatea de analiză și sinteză a datelor furnizate de cercetare;
- Capacitatea de a propune soluții adecvate de eficientizare a programelor de relații publice;
- Capacitatea de a selecta cele mai bune metode și modalități de evaluare.

UNITATEA 10

PARTICIPAREA LA EFICIENTIZAREA COMUNICĂRII ÎN ORGANIZAȚIE

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare în eficientizarea comunicării în organizația al cărui angajat este sau în organizația pentru care este contractat ca prestator de servicii.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Colectează informații	1.1. Informațiile despre organizație sunt fidele și valide. 1.2. Sursele de informare sunt sigure/ verificate.
2. Analizează informații	2.1. Informațiile sunt analizate cu realism; 2.2. Clasarea informațiilor se face cu spirit de răspundere. 2.3. Analiza informațiilor creează premisele realizării unei diagnoze corecte a comunicării și procesului decizional din organizație.
3. Propune programe de integrare/ fidelizare a angajaților organizației	3.1. Instrumentele de motivare identificate dezvoltă un sentiment de mândrie, de integrare în organizație/ de apartenență la organizație. 3.2. Programele de integrare/ fidelizare propuse modifică atitudinea angajaților. 3.3. Prin programele de integrare/ fidelizare propuse se previn și se mediază conflicte. 3.4. Programele de integrare/ fidelizare propuse sunt îmbunătățite în permanență.
4. Propune măsuri ameliorative	4.1. Măsurile propuse duc la fluidizarea comunicării în organizație. 4.2. Măsurile propuse determina o abordare a situațiilor consistentă, coerentă, persuasivă, orientată spre prevenirea și rezolvarea problemelor. 4.3. Prin măsurile propuse se îmbunătățesc metodele de promovare a imaginii managerului/ organizației.

Gama de variabile

Programe de integrare/ fidelizare:

- întâlniri formale, ședințe;
- petreceri de socializare și premiere;
- team-building;
- evenimente speciale;
- news-letter;
- revistă internă;
- Intranet etc.

Instrumente de motivare:

- călătorii de motivare;

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

- concursuri;
- panoul „Angajatul Lunii”;
- premii.

Surse de informare:

- angajați;
- manageri;
- acționari;
- persoane și instituții cu care există legături de colaborare;

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- noțiuni de negociere;
- noțiuni de psihologie și sociologie organizațională;
- cultură organizațională;
- comportament organizațional;
- leadership situațional;
- tehnici investigative.

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de a culege informații, a le ierarhiza, structura și prezenta;
- Capacitatea de analiză și sinteză;
- Capacitatea de a stimula exprimarea sinceră a opiniei;
- Capacitatea de a defini problema și a propune soluții în spiritul identității și culturii organizației;
- Abilitatea de a nu crea inechitate și a promova coeziunea internă;
- Viziunea de ansamblu asupra modului cum relaționează procesele;
- Creativitate în abordarea și realizarea diverselor programe/ instrumente de motivare.

UNITATEA 11

MENTINEREA RELAȚIILOR CU MASS-MEDIA

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare în construirea și întreținerea bazei de date cu reprezentanții mass-media necesară managerului de relații publice și comunicare în menținerea relațiilor cu aceasta.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Construiește baza de date a persoanelor de contact	2.1. Baza de date este selectivă, completându-se cu jurnaliști și oameni de producție în funcție de tipul relației de lucru și disponibilitate. 2.2. Relațiile create sunt actuale, specifice, concrete și veridice. 2.3. Baza de date se realizează în funcție de canalele mediatice alese de manager.
2. Actualizează baza de date	3.1. Baza de date se actualizează pe baza informațiilor din surse sigure. 3.2. La actualizarea bazei de date se are în vedere accesarea unor surse noi. 3.3. Actualizarea presupune contactul direct cu persoanele vizate.
3. Menține relații formale cu jurnaliștii	4.1. Relațiile cu jurnaliștii sunt concrete, actuale, specifice și veridice. 4.2. Relațiile se mențin și se consolidează în permanență.

Gama de variabile

Canalul mediativ:

- presa scrisă: ziare, reviste;
- radioul;
- televiziunea;
- afișajul;
- mijloacele de comunicare netradiționale: Pagini Aurii, oamenii-sandwich etc.
- mijloace de comunicare informatizate: pagini web, reclame ce însoțesc site-urile etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- Tipuri de media;
- Tipuri de informare publică folosite în practica de relații publice;
- Noțiuni despre baze de date, redactare computerizată, folosirea Internetului etc;
- Noțiuni de psihologie, tipologie de client;
- Tehnici de protocol.

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de întocmire și manevrare a bazelor de date;
- Abilitatea de a stabili și menține relații formale și informale;
- Capacitatea de cercetare a pieței media (canale, jurnaliști, oameni de producție), analizare și clasificare;
- Capacitatea de a recunoaște oportunități de colaborare și a le exploata.

UNITATEA 12

PREGĂTIREA ÎNTÂLNIRILOR DE LUCRU

Descriere

Unitatea se referă la competența necesară asistentului de relații publice și comunicare în pregătirea întâlnirilor de lucru în organizația în care este angajat sau ca prestator de serviciu, reprezentant al unei agenții specializate de relații publice.

Elemente de competență	Criterii de realizare
1. Identifică tematica întâlnirii	1.1. Tematica este identificată din surse interne, relații de afaceri, evenimente diverse. 1.2. Tematica identificată se găsește în concordanță directă cu tipul sursei generatoare și specificul activităților de relații publice.
2. Elaborează agenda întâlnirii	2.1. Agenda întâlnirii este stabilită cu realism și obiectivitate. 2.2. Planificarea întâlnirii și lista de necesar se fac în funcție de resursele alocate și tipul întâlnirii. 2.3. Convocarea participanților se face pe baza agendei întâlnirii.
3. Asigură condițiile de desfășurare ale întâlnirii	3.1. Resursele vor fi alocate pe baza listei de urmărire. 3.2. Condițiile de desfășurare sunt asigurate cu atenție sporită și spirit de răspundere. 3.3. Neconformitățile sunt identificate și rezolvate cu operativitate.

Gama de variabile

Întâlniri de lucru:

- ședințe, întâlniri cu publicul intern, personalul și colaboratorii;
- întâlniri cu acționari, obligatari și alte categorii de investitori, piața financiară, organe de reglementare și control, analiști economici și financiari;
- întâlniri cu furnizori, clienți (utilizatori, prescriptori, consumatori);
- întâlniri cu grupuri de interese, societatea civilă, liderii de opinie, autoritățile;
- expoziții;
- simpozioane;
- târguri;

Tematici:

- Comunicare financiară a companiei: adunări generale ordinare, extraordinare și speciale; Raportul anual, semestrial și curent; Relațiile cu presa generală, economică și financiară; Relațiile cu investitorii și analiștii financiari; Publicitatea financiară și anunțurile legale; Relația cu investitorii individuali sau salariați;
- Promovarea imaginii/ produselor/ serviciilor unei organizații/ asociații non-guvernamentale/ persoană publică/ instituție publică.
- Fluidizarea comunicării în organizații și între organizații și terți;

Neconformități:

- dereglări ale instalațiilor de sonorizare, termice, electrice;
- repartizarea unor spații neadecvate pentru întâlnirile de lucru;

Ocupația : Asistent relații publice și comunicare (studii medii) – 12 unități

- probleme de cazare;
- întârzieri în aprovizionare;
- omisiuni în legătura cu participanții (transmitere program, agendă de lucru, liste cu participanți);
- situații neplăcute/ conflicte etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- Tipuri de întâlniri de lucru;
- Planificare, organizare, control;
- Tehnici de protocol;
- Negociere;
- Tactici și tehnici de relații publice etc.

La evaluare se urmărește:

- Capacitatea de identificare a tematicii întâlnirii;
- Capacitatea de alocare și gestionare a resurselor în concordanță cu tipul întâlnirii și agenda de lucru;
- Abilitatea de a identifica și rezolva cu operativitate neconformitățile apărute;