



# Manual de comunicare Centre de excelență (CoEx)

**Program 5.6.Provocări**  
**5.6.1. Subprogram Parteneriate pentru Agenda Strategică, PNCDI IV**



# Intro

Acest manual este conceput pentru a ghida echipele de cercetare implicate în **Centrele de Excelență**, finanțate în cadrul Programului 5.6.Provocări, 5.6.1 Subprogramul Parteneriate pentru Agenda Strategică, PNCDI IV, în vederea promovării rezultatelor și a valorificării la maximum a activităților de **comunicare și diseminare**, cu accent pe creșterea vizibilității rezultatelor cercetării, consolidarea parteneriatelor și dezvoltarea unor practici eficiente de comunicare a științei către comunitatea academică, parteneri și publicul larg.

### Planul de comunicare trebuie să includă:

- **obiective generale și specifice;**
- **grupuri-țintă:** identificați publicul și luați în considerare nevoile fiecărei categorii atunci când concepeți mesajul;
- **Mesaje:** prezentați informațiile într-o manieră cuprinzătoare, astfel încât să fie înțelese de public;
- **Tactici:** canale de comunicare;
- **Calendar:** asociați un interval de timp fiecărui obiectiv;
- **Evaluare:** asigurați-vă că evaluați continuu activitățile și luați măsurile adecvate pentru atingerea obiectivelor.

Coordonatorul centrului se va asigura că membrii proiectului sunt informați cu privire la sursa de finanțare a proiectului și că sunt la curent cu toate prevederile contractuale precum și cu manualul de comunicare.

# Plan de comunicare



Un plan de comunicare structurat este esențial pentru fiecare Centru de Excelență, deoarece oferă o modalitate organizată de a prezenta activitățile și de a disemina rezultatele.

De asemenea, acesta asigură un cadru clar pentru transmiterea mesajelor adecvate către **publicul vizat, prin intermediul canalelor potrivite.**

Este recomandat ca fiecare Centru de Excelență să își creeze un **logo propriu**, care să contribuie la construirea unei identități vizuale coerente și să fie utilizat în mod consecvent pe toate materialele de comunicare, **atât online, cât și offline**: *pagina web a Centrului, rețelele sociale, prezentări PowerPoint, afișe, postere, publicații, materiale video, materiale promoționale, evenimente și alte materiale de informare și comunicare.*

Logo-ul Centrului de Excelență poate fi utilizat împreună cu logo-urile instituțiilor partenere, pentru a reflecta caracterul colaborativ al proiectului și contribuția organizațiilor implicate.

Principiul de bază al identității vizuale este ca, la prima vedere, să fie clar cine implementează activitățile, cine sunt partenerii implicați și cine asigură finanțarea. În acest sens, logo-urile Centrului și ale instituțiilor partenere trebuie grupate distinct de logo-ul UEFISCDI, iar zona dedicată finanțatorului trebuie să fie clar delimitată și însoțită de mențiunea „Finanțator”.



# Elemente de identitate vizuală

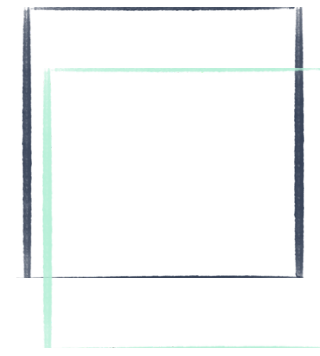


# Acknowledgement

În conformitate cu art.6.1.17 din contractul de finanțare orice publicație, rezultat apărut și raportat în urma activităților finanțate va avea menționat numele finanțatorului și numărul Contractului, după modelul:

**„This work was supported by a grant of the Ministry of Education and Research – National Authority for Research and UEFISCDI, project number ....., within PNCDI IV”**

# Website



Primul punct de acces unde se pot găsi informații despre Centrul de Excelență.

## Recomandări:

- utilizați un design simplu și clar al paginii web;
- meniul ar trebui să includă **secțiuni** precum: *despre proiect, obiective, parteneri (organizațiile și membrii echipei, cu scurte prezentări și fotografii), activități și rezultate*;
- în funcție de etapele și activitățile derulate, pagina web trebuie **actualizată periodic** cu următoarele informații: *raportare (etape/activități: pentru fiecare etapă parcursă trebuie prezentate rezultatele obținute însoțite de 2-3 poze), evenimente, publicații, impact*.
- pentru a menține website-ul activ și relevant, este necesară o secțiune de **Noutăți/Știri**, care să includă, de exemplu, interviuri cu membrii echipei, organizarea/participarea la conferințe/seminare/workshopuri/întâlniri și comunicarea rezultatelor intermediare & finale;
- acordați atenție cerințelor GDPR atunci când utilizați fotografii, nume sau alte materiale care permit identificarea persoanelor;
- includeți informații privind valoarea finanțării acordate, perioada de finanțare și finanțator, precum și logo-urile corespunzătoare, conform cerințelor de vizibilitate;
- nu uitați să adăugați link către website finanțator.

Materialele de promovare care includ elemente vizuale și fotografii din laborator, evidențiind activitățile desfășurate zi de zi de echipa de cercetare, se numără printre materialele cele mai apreciate și atractive pentru public.

Încercați să surprindeți, prin materiale video scurte, cele mai relevante etape, activitatea echipei și momentele importante din procesul de cercetare. Acest tip de conținut contribuie la captarea atenției publicului și oferă un avantaj semnificativ față de materialele bazate exclusiv pe text, făcând cercetarea mai accesibilă, atractivă și ușor de înțeles.

# Materiale

Pentru creșterea vizibilității centrului se recomandă elaborarea unor materiale de comunicare precum **prezentări, broșuri, studii de caz, infografice**, etc.

În prima etapă a implementării proiectului, materialele de comunicare ar trebui să se concentreze în principal pe prezentarea proiectului, a obiectivelor, a parteneriatului și a echipelor implicate. Pe măsură ce proiectul avansează, comunicarea trebuie să se orienteze tot mai mult către rezultatele intermediare și, ulterior, rezultatele finale, precum și către impactul și relevanța acestora.

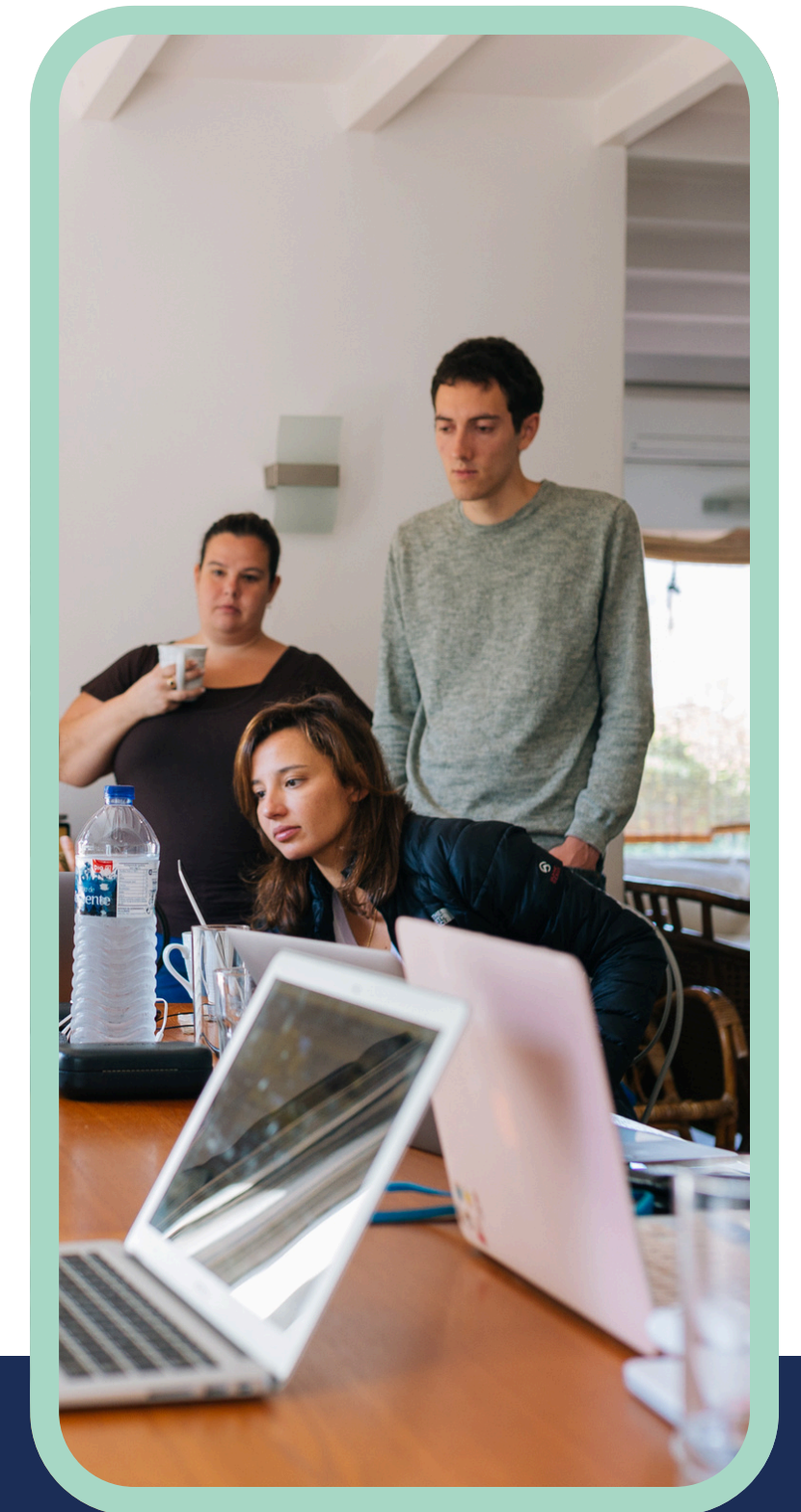


**De reținut:** toate materialele de promovare și informare ale proiectului, online sau tipărite, trebuie să includă numărul contractului și titlul proiectului.

# Photo & video

Fotografiile și materialele video au devenit instrumente esențiale pentru transmiterea rapidă și eficientă a mesajelor, au capacitatea de a spune povești, de a genera emoții și de a ilustra idei într-un mod în care, adesea, cuvintele nu o pot face singure.

Acestea contribuie la transformarea informațiilor complexe în **mesaje clare, accesibile și relevante pentru public**, oferind în același timp autenticitate și o perspectivă directă asupra activității de cercetare.



# Social media

Utilizarea rețelelor sociale pentru promovarea Centrului de Excelență este importantă deoarece contribuie la creșterea vizibilității, a accesibilității și a impactului cercetării, dincolo de canalele academice tradiționale.

## Recomandări:

- utilizați mesaje scurte și clare, însoțite de un link către website-ul proiectului pentru informații detaliate;
- publicați constant și consecvent, pentru a menține interesul publicului și a evita ca centrul și rezultatele sale să fie uitate;
- identificați platformele pe care este prezent publicul-țintă. Nu este recomandată prezența pe un număr prea mare de platforme dacă acestea nu pot fi gestionate corespunzător. Este mai important să mențineți active câteva canale relevante și să adaptați mesajele la specificul fiecărei platforme;
- acordați atenție cerințelor GDPR atunci când utilizați fotografii, videoclipuri, nume sau alte materiale care permit identificarea persoanelor;
- includeți în mesajele de comunicare informații privind valoarea finanțării acordate, perioada de finanțare și organizațiile finanțatoare, conform cerințelor de vizibilitate.



# Evenimente

Organizarea de evenimente oferă cercetătorilor oportunitatea de a face Centrul de Excelență mai vizibil, de a explica relevanța cercetării și de a crea un dialog cu diferite categorii de public.

## **Recomandări:**

- organizați un eveniment de lansare, workshop-uri în cadrul cărora să discutați despre rezultate preliminare și o conferință de prezentare a rezultatelor finale;
- faceți cercetarea și proiectul vizibile, vorbiți despre știință și organizați vizite pentru jurnaliști și creatori de conținut în laboratoare;
- participați la evenimente naționale și internaționale relevante pentru domeniul de cercetare, precum conferințe, târguri, expoziții sau evenimente dedicate științei, și utilizați aceste contexte pentru a promova Centrul, rezultatele sale și parteneriatele dezvoltate.

# Relația cu jurnaliștii

Este important ca o echipă de cercetare să fie în contact cu jurnaliștii pentru a-și crește vizibilitatea, pentru a crește gradul de conștientizare, pentru a combate dezinformarea și, de asemenea, pentru a asigura transparența utilizării fondurilor publice.

- ✓ Jurnaliiștii pot transforma rezultatele complexe ale cercetării în materiale accesibile publicului larg;
- ✓ Multe aspecte importante de natură științifică sau socială nu ajung în mod firesc la publicul larg;
- ✓ Într-un mediu în care afirmațiile false sau înșelătoare se răspândesc rapid, comunicarea directă dintre cercetători și jurnaliști contribuie la asigurarea unei prezentări corecte a informațiilor;
- ✓ Interacțiunea cu mass-media permite echipelor de cercetare să demonstreze responsabilitate, să explice rezultatele și să consolideze încrederea publicului.



# Împreună pentru o comunicare eficientă

Responsabilul nostru de comunicare vă stă la dispoziție pentru a asigura o comunicare clară, coerentă și eficientă pe toate canalele. Rolul său este de a vă sprijini în creșterea vizibilității Centrului de Excelență și a echipei dedicate acestuia în rândul publicurilor potrivite.

Fie că aveți nevoie de îndrumare cu privire la mesaje, instrumente sau strategii de vizibilitate, nu ezitați să ne contactați. Acest lucru vă va ajuta să comunicați activitatea și rezultatele centrului în cel mai eficient mod posibil.

 + 40 213 080 567

 [pr@uefiscdi.ro](mailto:pr@uefiscdi.ro)

 [www.uefiscdi.gov.ro](http://www.uefiscdi.gov.ro)