



EXPUNERE DE MOTIVE

**la proiectul de hotărâre privind aprobarea rezultatului final al concursului,
a proiectului de management câștigător și durata contractului de management
de 3 ani pentru directorul Casei de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești**

Prin art.20, alin.5 al Ordonanței de Urgență nr.189/2008, cu modificările și completările ulterioare se reglementează aprobarea prin hotărâre a autorității a rezultatului final al concursului, proiectul de management câștigător și durata pentru care se va încheia contractul de management.

Totodată potrivit prevederilor art.5 din Hotărârea Consiliului Local nr.472/2012 a fost aprobat modelul-cadru al contractului de management pentru o perioadă de 3(trei) ani pentru Casa de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești.

Concursul organizat potrivit prevederilor legale a constat in trei etape, respectiv :

- etapa I – selecția dosarelor depuse de candidați până pe data de 06.02.2013,
- etapa II - analiza proiectelor de management depuse de candidați până pe data de 20.02.2013 ;
- etapa III – interviu în data de 27.02.2013.

În urma rezultatului obținut, doamna **AVRAM CLAUDIA LUMINIȚA** a fost declarată “admis”, urmând ca rezultatul final al concursului și proiectul de management câștigător să fie aprobate prin hotărâre de consiliu local.

Având în vedere cele de mai sus propun aprobarea prezentului proiect de hotărâre.

PRIMAR,

IULIAN BĂDESCU



RAPORT DE SPECIALITATE

**la proiectul de hotărâre privind aprobarea rezultatului final al concursului,
a proiectului de management câștigător și durata contractului de management
de 3 ani pentru directorul Casei de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești**

Potrivit prevederilor art.4 din Ordonanța de Urgență nr.189/2008, cu modificările și completările ulterioare, autoritatea organizează concurs de proiecte de management în vederea încredințării managementului instituțiilor publice de cultură, iar potrivit prevederilor art. 7 caietul de obiective se întocmește de către autoritate și se aprobă prin hotărâre a autorității.

Astfel prin Hotărârea Consiliului Local nr.472/2012 s-a aprobat Regulamentul-cadru de organizare și desfășurare a concursului de proiecte de management, precum și modelul-cadru al caietului de obiective și contractul de management pentru o perioadă de 3(trei) ani pentru Casa de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești .

Pentru desfășurarea concursului de proiecte de management, la nivelul autorității s-a înființat comisia de concurs și comisia de soluționare a contestațiilor, ai căror membrii au fost numiți prin hotărâre a autorității, respectiv dispoziție a primarului, comisie ce a fost alcătuită din specialiști în domeniu și din reprezentanți ai autorității.

Concursul a constat în trei etape, respectiv :

- etapa I – selecția dosarelor depuse de candidați până pe data de 06.02.2013,
- etapa II - analiza proiectelor de management depuse de candidați până pe data de 20.02.2013 ;
- etapa III – interviu în data de 27.02.2013.

În urma desfășurării celor 3(trei) etape ale concursului s-a obținut următorul rezultat final :

AVRAM CLAUDIA LUMINIȚA - nota 9.67

În urma rezultatului obținut, doamna **AVRAM CLAUDIA LUMINIȚA** a fost declarată “admis”, urmând ca rezultatul final al concursului și proiectul de management câștigător să fie aprobate prin hotărâre de consiliu local.

Totodată potrivit prevederilor art.5 din Hotărârea Consiliului Local nr.472/2012 a fost aprobat modelul-cadru al contractului de management pentru o perioadă de 3(trei) ani pentru Casa de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești.

Urmare celor menționate mai sus, avizăm favorabil proiectul de hotărâre anexat.

Șef serviciu Resurse Umane, Organizare,
Administrativ, Protecție Civilă și Protecția Muncii
Angelescu Ana - Daniela

Direcția Administrație Publică
Juridic – Contencios, Achiziții Publice, Contracte
Director executiv
Alexandru Iulia Alina



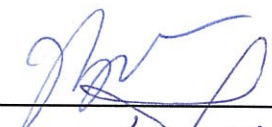
SITUAȚIA
rezultatului final al concursului de proiecte de management
pentru Casa de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești

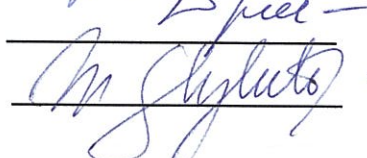
Nr. crt.	Numele și prenumele	Rezultat prima etapă	Rezultat interviu	Rezultat final
0	1	2	3	4
1.	AVRAM CLAUDIA LUMINIȚA	9.67	9.67	9.67
2.	MĂRGĂRITESCU IULIA	5.17	-	-

Doamna Mărgăritescu Iulia a fost declarată „respins” la prima etapă a concursului, deoarece nu a obținut nota minimă 7(șapte), notă necesară promovării primei etape.

COMISIA:

- 1.BĂZĂVAN IOLANDA**
- 2.BUZOIANU DANIELA**
- 3.GHIORGIȚĂ MARILENA**





SECRETAR COMISIE
ANGELESCU ANA DANIELA





PROCES - VERBAL

Încheiat astăzi 27.02.2013 de comisia constituită în vederea organizării concursului de proiecte de management pentru Casa de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiesti.

Concursul a constat în trei etape, respectiv :

- etapa I - selectia dosarelor depuse de candidati până pe data de 06.02.2013,
- etapa II - analiza proiectelor de management depuse de candidati ;
- etapa III - interviu:

Rezultatele concursului sunt prezentate în anexa ce face parte integrantă din procesul verbal.

În urma desfășurării celor 3(trei) etape ale concursului s-a obținut următorul rezultat final :

AVRAM CLAUDIA LUMINIȚA - nota 9.67

În urma rezultatului obținut, doamna **AVRAM CLAUDIA LUMINIȚA** a fost declarată “admis”, urmând ca rezultatul final al concursului și proiectul de management câștigător să fie aprobate prin hotărâre de consiliu local.

Prezentul proces verbal s-a încheiat în 3(trei) exemplare.

COMISIA:

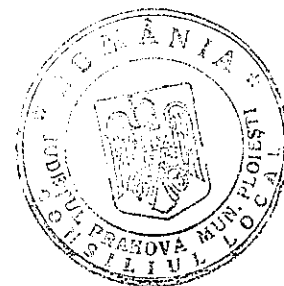
1. BĂZĂVAN IOLANDA
2. BUZOIANU DANIELA
3. GHIORGHITĂ MARILENA

SECRETAR COMISIE
ANGELESCU ANA DANIELA

MUNICIPIUL PLOIESTI

004091

28.FEB. 2013



**Situatia rezultatului final al
concursului de proiecte de management,
pentru Casa de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești**

Nr crt.	Numele si prenumele	Rezultat prima etapa	Rezultat interviu	Rezultat final	Rezultat final
1.	AVRAM CLAUDIA LUMINIȚA	9.67	9.67	9.67	ADMIS
2.	MĂRGĂRITescu IULIA	5.17	-	-	RESPINS

**SECRETAR COMISIE
ANGELESCU ANA - DANIELA**

Afișat azi, 28.02.2013, ora 16.³⁰, la sediul Primăriei Municipiului Ploiești și la sediul Casei de Cultură „I.L.Caragiale” Ploiești.



PROIECT DE MANAGEMENT

PENTRU

CASA DE CULTURĂ "I.L.CARAGIALE"

A MUNICIPIULUI PLOIEȘTI

PE PERIOADA

2013-2016



Cuprins

A. Analiza socioculturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent

- a.1. instituții / organizații care se adresează aceleiași comunități.....pag. 5
- a.2. participarea instituției în / la programe / proiecte europene / internaționale.....pag. 7
- a.3. cunoașterea activității instituției în / de către comunitatea beneficiară a acestora.....pag. 8
- a.4. acțiuni întreprinse pentru îmbunătățirea promovării / activității de PR/ de strategii media.....pag. 10
- a.5. reflectarea instituției în presa de specialitate.....pag. 11
- a.6. profilul beneficiarului actual.....pag. 11
- a.7. beneficiarul țintă al activităților instituției.....pag. 12
- a.8. descrierea modului de dobândire a cunoașterii categoriilor de beneficiari (tipul informațiilor: studii, cercetări, alte surse de informare).....pag. 15
- a.9. utilizarea spațiilor instituției.....pag. 16
- a.10. propuneri de îmbunătățiri ale spațiilor.....pag. 17

B. Analiza activității profesionale a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia

- b.1. analiza programelor/proiectelor instituției.....pag. 17
- b.2. analiza participării la festivaluri, gale, concursuri, saloane, târguri, etc. (în țară, la nivel național / internațional, în Uniunea Europeană, după caz, în alte state).....pag. 19
- b.3. analiza misiunii actuale a instituției: ce mesaj poartă instituția, cum este percepută, factori de succes și elemente de valorizare socială, așteptări ale beneficiarilor.....pag. 20
- b.4. Concluzii. Reformularea mesajului, după caz. Descrierea principalelor direcții pentru îndeplinirea misiunii.....pag. 22



C. Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare după caz

- c.1. analiza reglementărilor interne ale instituției și ale actelor normative incidente.....pag. 30
- c.2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne și/sau ale actelor normative incidente.....pag. 33
- c.3. funcționarea instituțiilor delegarea responsabilităților: analiza activității consiliilor de conducere, după caz, ale celorlalte organe colegiale, propuneri de modificare a limitelor de competențe în cadrul conducerii instituțieipag.36
- c.4. analiza nivelului de perfecționare a personalului angajat – propuneri privind cursuri de perfecționare pentru conducere și restul personalului.....pag. 37

D. Analiza situației economico-financiare a instituției

- d.1. analiza datelor de buget.....pag. 38
- d.2 Analiza comparativă a cheltuielilor (estimate și, după caz, realizate) în perioada 2011 – 2012.....pag. 39
- d.3 analiza gradului de acoperire din surse atrase/venituri proprii a cheltuielilor instituției..... .pag. 41
- d.4 analiza gradului de creștere a surselor atrase/veniturilor proprii în totalul veniturilor.....pag. 42
- d.5. analiza ponderii cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor.....pag. 43
- d.6. analiza ponderii cheltuielilor de capital din bugetul total.....pag. 43
- d.7. analiza gradului de acoperire a salariilor din subvenție/alocație:ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile).....pag. 43

E. Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor și obiectivelor prevăzute pentru perioada de management

- e.1. prezentarea strategiei culturale (artistice după caz) pentru întreaga perioadă de management.....pag. 44



e.2, 3 programele și proiectele propuse pentru întreaga perioadă de management, cu denumirea și, după caz, descrierea fiecărui program, a scopului și țintei acestuia, exemplificări.....pag. 46

e.4 alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management.....pag. 53

F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției, cu menționarea resurselor financiare necesar a fi alocate de către autoritate

f.1. previzionarea evoluției economico-financiare a instituției pentru următorii trei ani.....pag. 53

f.2. Anexa nr. 1- previzionarea evoluției costurilor.....pag. 56

Anexa nr. 2- realizarea unei proiecții financiare privind investițiile preconizate în proiecte, pentru întreaga perioadă de management (2013-2016).....pag. 57

f.3 Anexa nr. 3 - proiecția veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției.....pag. 58



**PROIECTUL DE MANAGEMENT AL CASEI DE CULTURĂ
"I.L.CARAGIALE" A MUNICIPIULUI PLOIEȘTI
PENTRU PERIOADA
2013 – 2016**

Prin acest proiect s-a urmărit să se facă o analiză a mediului intern și extern în care organizația își desfășoară activitatea, o analiză a proiectelor pe care aceasta le-a derulat în ultimii trei ani și propuneri privind strategia de management pe următorii trei ani, în perioada martie 2013 – februarie 2016.

- **Analiza socioculturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent**
a.1. instituții / organizații care se adresează aceleiași comunități;

Datorită implicațiilor și efectelor sale, indicatorii socio-economici ai unui teritoriu sunt instrumente de măsurare a calității vieții și implicit a potențialului vieții culturale a localității. Din acest punct de vedere Municipiul Ploiești, reședință a județului Prahova, are o poziționare optimă, fiind așezată în apropierea capitalei, fiind un pol de dezvoltare socio-economică, unul dintre principalele centre politice, administrative, economice, financiare, universitare și culturale din sudul României.

Municipiul Ploiești, localitate de rangul I, de importanță națională, cu influență potențială la nivel european, este principalul centru economico-social cu funcțiuni complexe (administrative, cercetare-dezvoltare, sănătate, învățământ superior, etc.) și concentrează principalele dotări publice de nivel supramunicipal și municipal (ocrotirea sănătății, învățământ, cultură, sport, dotări financiar-bancare etc.). Are o populație de aproximativ 230.000 de locuitori, marea majoritate formată din români, din care ca repartiție de vârstă 12% o reprezintă grupa 0-14 ani, 74% grupa 15-64 ani, 14% grupa peste 64 de ani.

Municipiul Ploiești are o viață culturală intensă fiind prezente aici instituții publice de cultură, o universitate, organizații și fundații neguvernamentale de profil.

Un front comun cu Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești în promovarea valorilor culturale fac instituții prestigioase de cultură din municipiu și județ: Teatrul "Toma Caragiu" Ploiești, Filarmonica "Paul Constantinescu" Ploiești, Biblioteca "Nicolae Iorga", Muzeul Județean de Istorie și Arheologie Prahova, Muzeul Județean de



Artă "Ion Ionescu Quintus", Muzeul "Paul Constantinescu", Palatul Copiilor, Muzeul Județean de Științele Naturii, Casa Memorială "I.L.Caragiale", Casa Memorială "Nichita Stănescu", Direcția Județeană pentru Cultură, Culte și Patrimoniu Cultural Național Prahova, Uniunea Artiștilor Plastici Ploiești, Centrul Județean de Cultură Prahova, Casa de Cultură a Studenților, Casa de Cultură a Sindicatelor și altele.

Ca potențiali parteneri culturali amintesc: Fundația Oamenilor de Știință, Asociația Cultural – Educativă ALIANCE-FRANCAIS, Asociația Pro-Basarabia și Bucovina, Fundația Culturală Marama, Asociația Județeană a Pensionarilor și altele.

Municipiul Ploiești se bucură de un bun renume ca centru universitar cu o mare varietate de profile educaționale unde învață aproximativ 11.000 de studenți.

Rețeaua școlară formată din aproximativ 45 de grădinițe, 30 de școli, 17 licee reprezintă un adevărat potențial beneficiar al serviciilor culturale pe care Casa de Cultură "I.L.Caragiale" le poate furniza în spiritul educației non-formale a tinerilor.

Alături de indicatorii socioculturali un rol important în dezvoltarea culturală a localității consider că îl are evoluția vieții economice a zonei. Faptul că municipiul Ploiești este situat la mică distanță față de București, și că aici există o mare concentrare de forță de muncă calificată, a făcut ca acesta să devină în ultimii ani unul dintre punctele majore de interes pe harta dezvoltatorilor economici, cu implicații pozitive în viața culturală a orașului (potențial material și uman).

Concluzie: Dacă Filarmonica "Paul Constantinescu", Biblioteca "Nicolae Iorga", Teatrul "Toma Caragiu" sau muzeele din localitate au domenii de activitate bine definite, Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești este deschisă unor activități diversificate: cursuri, spectacole, concerte, expoziții, simpozioane, workshop-uri, etc. pentru a susține atât artiștii amatori cât și artiștii profesioniști, dar și formarea unui public avizat. Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești trebuie să susțină o concurență loială cu toate instituțiile de cultură dar în același timp trebuie să colaboreze cu acestea pentru a promova valorile culturale locale și naționale, astfel încât să facă posibilă atragerea unei mari diversități de categorii de vârstă socioprofesionale din rândul publicului.

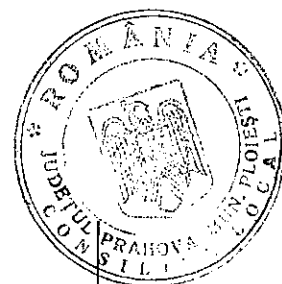


a.2. participarea instituției în / la programe / proiecte europene / internaționale;

În ultimii ani Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești și-a diversificat activitatea din acest punct de vedere și a demarat câteva proiecte la nivel internațional prin care a urmărit găsirea de noi parteneri culturali, promovarea imaginii instituției în afara granițelor țării, facilitarea de schimburi culturale internaționale.

În tabelul de mai jos se pot vedea concret participările instituției la proiecte internaționale:

Nr. crt	Proiectul	Locația	Perioada	Parteneri	Rezultate
1	Prezentarea ofertei culturale a Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești Proiect educațional "Mesajul copilăriei"	Nurenberg, Germania	15 - 18 noiembrie 2007	Asociația Culturală Româno-Germană "DACIA", Colegiul Național "Jean Monnet Ploiești"	un interviu la RADIO Z Nurenberg, un parteneriat de colaborare cu Oficiul pentru cultura și agrement din Nurenberg, o expoziție cu lucrări ale elevilor români la Nurenberg cu ocazia Zilei Naționale a României, 30 de elevi români implicați în proiect
2	Proiect educațional Children and Intercultural Project 2008/2009, Children's World	Nurenberg, Germania	noiembrie 2008 - iunie 2009	Oficiul pentru cultură și agrement din Nurenberg, Colegiul Național "Jean Monnet Ploiești"	60 de elevi implicați în proiect, 10 lucrări cu prezentarea Municipiului Ploiești în limba engleză prezentate elevilor din 10 țări, un interviu la RADIO Z Nurenberg
3	Manifestarea internațională "Land Without Borders-Like a Cloud"	Osijek, Croația	24 -30 august 2008	Fundația Breza Osijek,	consultanța artistică pentru câteva zeci de copii prezenți în tabără
4	Festivalul Internațional de Folclor, ediția a 46-a	Lefkas, Grecia	16 -24 august 2008	Primăria Lefkas	3 spectacole artistice, prezentare de costume



5	Concurs Internațional de creație și jurnalism – Atlanta 2009	Atlanta	aprilie - iulie 2009	Uniunea Internațională a Femeilor Române UNIFERO	7 lucrări prezente la concurs, 2 premii
6	Expoziția de desene ale elevilor din Ploiești la Nurenberg în piața Gansemannchenplatz	Nurenberg, Germania	20 -24 iulie 2009	Oficiul pentru cultură și agrement din Nurenberg	30 de lucrări prezente in expoziție
7	Concurs literar "Women's Top Place in XXI Century through Education"	Atlanta	aprilie - iulie 2010	Uniunea Internațională a Femeilor Române UNIFERO	5 lucrări trimise
8	Festivalul Internațional pentru Tineret și Concurs de Dans Folcloric	Ankara, Turcia	5 -11 iulie 2010	Fundația Folclorică Anatoliană	5 spectacole
9	Participarea Grupului Coral Cameral "Anche Musica" la Festivalul Internațional de Muzica Corala, Antalya, Turcia	Antalya, Turcia	11 - 15 aprilie 2012	Antalya International Choir Festival	3 spectacole, 1 premiu
10	Festivalul Internațional Cultural ERBAA, ediția a XIX - a	ERBAA, Turcia	5 - 9 iulie 2012	Instituția de cercetari a culturii populare Ankara	4 spectacole
11	Concurs literar , Concurs artă plastică	Atlanta	aprilie - iulie 2012	Uniunea Internațională a Femeilor Române UNIFERO	90 de lucrari trimise, 22 de premii, mențiuni

a.3. cunoașterea activității instituției în / de către comunitatea beneficiară a acestora;

Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești nu dispune de un sediu propriu care ar contribui esențial la definirea propriei identități. Din acest motiv este dificil să se realizeze o poziționare corectă a imaginii acesteia în spațiul cultural local, deoarece de cele mai multe ori există o suprapunere de imagine a altor instituții culturale din oraș (exemplu: Casa de Cultură a Sindicatelor Ploiești) peste imaginea Casei de



Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești. Astfel, se impune să se susțină o campanie intensă de promovare corectă a imaginii instituției pentru a putea fi percepută real de către comunitatea beneficiară.

Prin promovare, Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești își aduce "produsele" în atenția consumatorilor culturali. Personal, văd concretizarea acestora prin existența unui sistem complex de mijloace de marketing care se pot încadra în trei categorii principale: publicitate, contact personal, relații publice. Publicitatea utilizează orice formă pentru a face cunoscut un eveniment cultural și poate fi direcționată către una sau mai multe categorii sociale sau către publicul larg. Mijloacele mass media sunt cele mai importante surse de informație, dintre care radioul, televiziunea, presa scrisă sunt potrivite pentru a difuza mesaje către public.

Aceste mijloace de mediatizare le văd canalizate pe două direcții specifice Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești, care, normal interferează pentru a atinge scopul propus:

1. Mediatizarea instituției ca fiind prezentă în spațiul cultural ploieștean;
2. Mediatizarea proiectelor și programelor instituției;

În acest sens există o preocupare atentă pentru transmiterea corectă și eficientă a informației prin următoarele canale de mediatizare:

- Comunicate de presă cu articole de prezentare a fiecărei manifestări – articole descriptive, însoțite de imagini și copie după afiș;
- Organizarea de conferințe de presă la evenimentele de anvergură;
- Actualizarea permanentă a site-ului instituției, cu știri despre activitățile ce se vor desfășura precum și rezultatele evenimentelor (fotografii, articole presă);
- Scurte comunicate transmise prin intermediul rețelelor de socializare Facebook;
- Promovare Outdoor prin afișe în spațiile deținute de instituție sau instituțiile partenere, bannere pe sediul propriu sau alte locații și panouri publicitare;
- Promovare Indoor prin postere, afișe, rețele de ecrane în locații cu trafic mare de public (mall-uri, magazine școli, cămine, campusuri, firme, etc.).
- Prezentarea activității Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești la un public țință variat prin contact direct cu reprezentanții școlilor, firmelor, instituțiilor,



etc, prin distribuirea de flayere direct trecătorilor, elevilor în școli, realizarea unor broșuri de prezentare;

- Realizarea de invitații personalizate și expedierea acestora către colaboratorii fideli ai instituției și către personalități publice importante;
- Programarea unor emisiuni, reportaje și interviuri la posturi de televiziune și radio locale și naționale;
- Prezentarea proiectelor proprii prin intermediul site-ului Primăriei Municipiului Ploiești;
- Publicarea și distribuirea unui calendar cu imagini de la activitățile instituției;
- Transmiterea prin viu grai a activităților instituției de la beneficiarul existent la cel potențial existent;

a.4. acțiuni întreprinse pentru îmbunătățirea promovării / activității de PR/ de strategii media;

Se pune mare accent pe profesionalismul cu care publicul este întâmpinat în activitățile culturale, și aici mă refer nu numai la calitatea activităților ca și conținut, dar și despre facilitatea de a participa la ele. Relațiile publice cuprind toate tipurile de comunicații dintre Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești și lumea exterioară. Pentru o comunicare cât mai eficientă propun realizarea unor strategii media care vor ține cont de cadrul legislativ și de bugetul alocat pentru această activitate:

- Realizarea unei strategii anuale de promovarea a activităților instituției;
- Realizarea unor acorduri de colaborare cu parteneri din mass – media: presa scrisă cotidiană și săptămânală din Ploiești (Telegraful de Prahova, Prahova, Monitorul de Prahova, Republicanul, Valea Prahovei, etc), posturile de radio locale (Radio Prahova, Will FM, Kiss FM, Magic FM,), 2 posturi cu audiență națională (Radio România Actualități, Național FM), posturi de televiziune cu audiență locală (Prahova TV, Alpha TV, Will TV, Valea Prahovei TV), parteneri din domeniul on-line. Vom încerca să încheiem parteneriate și cu presa scrisă națională.
- Promovarea prin intermediul instituțiilor culturale și administrative din Ploiești și din țară: Primăria Municipiului Ploiești (site, calendar de



evenimente), Teatrul "Toma Caragiu" Ploiești, Filarmonica "Constantinescu" Ploiești, Direcția Județeană pentru Cultură Prahova, etc.

- Reviste de eveniment (Zile și nopți, 7 seri);
- Reviste culturale (Atitudini, Astra Blăjeană, Observatorul Cultural);
- Întâlniri și negocieri directe cu colaboratori din cadrul altor instituții;
- Programarea unor întâlniri cu reprezentanți ai operatorilor economici din Ploiești pentru a prezenta activitatea instituției;
- Formarea unui public prieten al instituției (elevi, public fidel, cadre didactice, oameni de cultură, etc) care să promoveze activitățile instituției;
- Utilizarea cât mai multor canale de comunicare posibile;

a.5. reflectarea instituției în presa de specialitate

În perioada 2010-2012 Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești a avut o vizibilitate situată pe un palier de creștere datorită îmbunătățirii strategiei de marketing. Activitatea instituției s-a reflectat în presă în periodice ca: Revista Atitudini, Revista Astra Blăjeană, Jurnalul Național (secțiunea cultură), Ziarul Unirea, secțiunile de cultură ale publicațiilor Ziarul Prahova, Telegraful de Prahova, Valea Prahovei.

Conform strategiei media prezentată la punctul a.4. vom îmbunătăți activitatea de promovare, mult mai vizibilă, la posturile locale și naționale de radio și televiziune.

a.6. profilul beneficiarului actual

Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești are o activitate culturală diversă care se adresează unui public țintă foarte variat.

Pentru a elabora strategii eficiente de obținere a unor produse culturale atractive, este imperios necesar să fie cunoscută cererea publicului. Acest lucru s-a realizat până acum folosind ca metodă de investigare sociologică observația și mai rar sondajul de opinie.

În urma studierii beneficiarilor produselor culturale ale instituției se poate prezenta o segmentare a interesului pentru activitățile culturale ale publicului după cum urmează:

1. Copii, elevi, studenți

Clasele I-IV – interes mare



Clasele V-VIII – interes mediu

Liceu – interes mediu

Universitar – interes scăzut

2. Persoane active profesional

2.1 Persoane active profesional cu studii superioare:

Cadre didactice – interes mare

Alte categorii – interes mediu spre mare

2.2 Persoane active profesional cu studii medii:

Cadre didactice – interes mare

Alte categorii – interes scăzut spre mediu

3. După locul de muncă:

Persoane angajate în sistemul bugetar – interes mediu

Persoane angajate în cadrul companiilor private – interes mediu spre mare

4. Persoane inactive profesional

Șomeri - interes scăzut

Pensionari - interes mare

5. În funcție de sex s-a observat că femeile manifestă un interes mai mare decât bărbați pentru programele culturale ale instituției.

a.7. beneficiarul țintă al activităților instituției:

- pe termen scurt

- pe termen lung

Dacă se face un studiu al nivelului de interes al publicului pentru oferta culturală existentă se observă că sunt categorii de public al cărui interes trebuie menținut, o altă categorie care trebuie motivată să participe la programele culturale ale instituției. Pentru a cunoaște căile prin care se poate face acest lucru ar trebui să se facă un studiu de identificare a nevoilor beneficiarilor în funcție de specificul activităților pe care instituția le va organiza. Și aici mă refer la educare, informare, socializare, relaxare, dezvoltarea comunicării interpersonale, implicare în viața culturală. Esențial este să dăm importanță beneficiarilor indirecti ai produselor culturale și aici mă refer la cei care iau contact cu activitatea instituției prin intermediul participanților direcți. Exemplu: părinți, bunici, rude, profesori care se implică în activitățile copiilor (cercuri, spectacole, proiecte



educaționale) sau telespectatorii care vizionează înregistrări ale spectacolelor organizate de instituție.

Pe termen scurt propun un plan de activități, programe și manifestări care va avea ca efect creșterea numărului de participanți:

- Atragerea unui număr mai mare de elevi, cadre didactice la activitățile instituției prin diversificarea ofertei educaționale non formale. Concret, propun:

- reînființarea unor cercuri de canto, chitară, fotografie, etc.;
- mărirea numărului de elevi participanți la proiectul "Ferestre deschise spre cer – Icoane pe sticlă";
- implicarea unui număr mai mare de elevi la proiectele educaționale, concursuri de recitare, workshop-uri, festivaluri;

- Organizarea spectacolelor în spații în care să poată avea acces un număr mai mare de persoane. Ex. Festivalul "E vremea colindelor" să se organizeze la Casa de Cultură a Sindicatelor pentru că există un număr mai mare de locuri.

- O promovare mai bună a evenimentelor prin diversificarea canalelor de mediatizare, astfel încât potențialii beneficiari să știe că există interes în implicarea lor în viața culturală;

În ceea ce privește măsurile pe termen mediu și lung, mă gândesc la o strategie privind proiectarea unei imagini reale a activității instituției în comunitatea beneficiară. Pentru aceasta ar trebui să începem cu reflexia asupra instituției ca producător și asupra vizitatorului în calitate de consumator.

Beneficiarii produsului cultural participă la evenimente culturale, de orice gen, în timpul liber. Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești este, deci, ofertantă de produse orientate către timpul liber. Piața timpului liber oferă multe șanse, dar există în acest segment de timp mulți concurenți în spațiul sferei culturale și în afara ei. (alte instituții culturale, cinematografe, televizorul, etc). Pe de altă parte un fapt deloc de neglijat este schimbarea în rândul consumatorilor, care devin tot mai exigenți. Marketingul cultural trebuie să vadă produsul cultural prin ochii publicului consumator. Astfel că, instituția, ca producător și ofertant al produsului cultural, trebuie să aibă o politică permanentă de adaptare la cererea consumatorului, fără a se abate de la obiectivele și principiile acesteia. Un pas important în procesul de marketing îl reprezintă cunoașterea misiunii instituției și



identificarea grupurilor țintă la care se raportează acestea. În ceea ce privește misiunea instituției voi dezvolta pe larg acest subiect la analiza activității profesionale a instituției iar despre identificarea grupurilor voi vorbi la pct. a8.

Concret fac următoarele propuneri:

- Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești să dețină un spațiu propriu, adecvat activităților culturale, cu săli de curs, spectacole, spații unde să se poată organiza expoziții temporare și permanente. Va exista astfel posibilitatea creerii unei pinacoteci în care să fie prezentată colecția de aproape 100 de lucrări artă plastică de patrimoniu realizată în Tabăra Internațională de Creație Plastică "Dan Platon". În plus va exista posibilitatea extinderii activității instituției prin crearea de noi spații destinate cursurilor, repetițiilor, depozitării materialelor și obiectelor de patrimoniu.

Astfel se va realiza o poziționare favorabilă cu crearea unei imagini puternice, bine conturate, specifică care să facă cunoscută existența instituției în peisajul cultural ploieștean, și apoi ca rezultat final să existe recunoașterea publică a acestei instituții.

- **Identificarea** reală în raport cu schimbarea a nevoilor consumatorilor produsului cultural și a segmentelor de piață. Din profilul beneficiarului actual se poate observa că sunt segmente ale publicului țintă care trebuie fidelizate (interes mare), altele de motivare de implicare în viața culturală (interes mediu) și de informare despre activitatea culturală (interes scăzut).

- **Fidelizarea** publicului actual prin ridicarea nivelului calitativ al activităților, și aici mă refer și la produsul cultural ca atare dar și la serviciile oferite de resursa umană a instituției. O oportunitate ar fi sprijinirea școlii în demararea de proiecte educaționale în săptămâna dedicată școlii altfel "Să știi mai multe, să fii mai bun".

- **Motivarea** de participare la activități culturale prin elaborarea de proiecte de interes pentru public, asocierea în parteneriat cu firme, instituții de învățământ, organizarea de workshop-uri la sediul firmelor private, de dezbateri și prezentări la școli, licee.

- **Informarea** publicului despre programele culturale ale instituției prin toate mijloacele de informare posibile: actualizarea permanentă a publicațiilor promoționale și răspandirea lor publicului țintă, actualizarea permanentă a site-ului instituției, a conturilor facebook și crearea de alte conturi specifice fiecărei activități (există un cont Facebook pentru Festivalul Castanilor, se pot crea conturi si pentru Tabăra de Creație Plastică "Dan



Platon”, Festivalul de Teatru Liceal, Revista Atitudini, etc.), asocierea în parteneriat cu Asociația Studenților, Casa de Cultură a Studenților, (sunt vizați studenții), Camera de Comerț și Industrie, Asociația Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Prahova (sunt vizați somerii).

- Realizarea unei cercetări sociologice a publicului consumator de cultură cu scopul optimizării relațiilor dintre Casa de Cultură “I.L.Caragiale” a Municipiului Ploiești și public.

În urma aplicării acestei strategii ne propunem mărirea procentului de public cu 10% în primul an, 15% în al doilea an față de 2012, și 20% în al treilea an față de 2012.

a.8. descrierea modului de dobândire a cunoașterii categoriilor de beneficiari (tipul informațiilor: studii, cercetări, alte surse de informare)

Ceea ce își propune orice instituție orientată spre educația și divertismentul unor segmente diverse de persoane este în primul rând deschiderea apetitului spre cultură. Studiarea publicului, mai exact a dorințelor și așteptărilor acestora care consumă cultură, nu a fost până de mult o problemă majoră pe care și-au pus-o instituțiile de cultură. Dorința de a implica consumatorul în alegerile făcute de organizator a apărut odată cu conștientizarea necesității unui dialog cu privire la eficiența economică a activității culturale, în strânsă colaborare cu identificarea, anticiparea și satisfacerea cerințelor consumatorului, în mod profitabil. În acest sens marketingul cultural răspunde la întrebări privind dorințele și interesele unor grupuri țintă, oferind soluții pentru îmbunătățirea activității și eficientizarea serviciilor culturale.

Pentru a înțelege dorințele publicului este absolut necesar să fie identificate nevoile publicului. Pentru aceasta propun utilizarea unor metode noi de analiză sociologică (în afară de observație care s-a folosit deja) cum ar fi sondajul de opinie și analiza statistică (aici ar fi nevoie și de programe moderne de procesare a datelor obținute și un buget alocat).

Din observațiile făcute, discuțiile purtate cu beneficiarii produselor culturale, chestionare, s-au identificat următoarele nevoi:

- nevoia de cunoaștere, de informare
- nevoia de educare
- nevoia de socializare



- nevoia de relaxare
- nevoia de sprijinire a familiei, școlii în procesul de educare

O sinteză a studiilor efectuate arată că participarea la evenimente și manifestări culturale este determinată de educația publicului, veniturile acestora și timpul liber. La formarea unei imagini privind tendința consumului cultural s-au luat în calcul datele puse la dispoziție de Barometrul Cultural. Astfel, diverse studii bazate pe sondaje și statistici precum și rezultatele Barometrului de Consum Cultural care au încercat stabilirea relației dintre apartenența socială de clasă (categoria socială) și consumul cultural (radio –TV, lectură, teatru, operă, concerte, cinema, participarea la activități artistice și educative) în România, au pus în evidență că, în clasa mijlocie din România (cea care domină din punct de vedere al capitalului cultural – educațional), consumul cultural este cu 30% mai scăzut decât la categoriile sociale similare din statele occidentale. De asemenea s-a observat că între “cunoscătorii de elită” și “necunoscători” există o distanță considerabilă, “clasa culturală mijlocie” fiind mai puțin interesată de actul cultural de calitate. La aceasta se adaugă tendința de accentuare a inegalităților sociale în fața educației care pot conduce pe termen lung la inegalități de șanse de acces la educație cu restrângerea semnificativă a “frontierelor” și conținutului clasei mijlocii din România. Această categorie va cuprinde treptat – iar acest lucru deja se întâmplă- din ce în ce mai multe caracteristici ale unor categorii inferioare, cel puțin în modul de petrecere a timpului liber. Astfel, frecventarea cinematografelor, teatrelor, muzeelor, lectura, etc. sunt înlocuite cu lectura ziarelor, privitul la TV și internet.

Concluzie

Metodele de investigare a publicului au fost: observația, sondajul de opinie, cercetare diverse studii.

Instrumentele de investigare aplicate au fost: chestionare, situații statistice.

a.9.utilizarea spațiilor instituției;

Așa cum am precizat și în prezentarea anterioară, Casa de Cultură “I.L.Caragiale” Ploiești nu deține un spațiu propriu de desfășurare a activităților culturale. Începând cu anul 2007 instituția funcționează într-un spațiu închiriat, impropriu desfășurării în condiții de eficiență a programelor culturale. Spațiul deținut se găsește în clădirea FederalCoop, str. Democrației nr. 60-62, la etajul 3 și 4. În spațiul de la etajul 3 cu o suprafață de 280



mp există opt încăperi din care cinci birouri, o magazie de 18 mp (un spațiu mult prea mic pentru a depozita toate materialele în condiții de siguranță, și aici mă refer la costume, tablouri), două de săli de curs de 17 mp respectiv 38 mp. Se poate vedea că numărul de săli destinate cursurilor și cercurilor pentru copii și adulți sunt insuficiente, având în vedere că pe același segment orar, în special după-amiaza, s-ar putea organiza mai multe tipuri de cercuri.

La etajul 4 s-a închiriat o sala de 105 mp în care se organizează cursuri de dans sportiv, modern, popular, precum și alte activități (workshop-uri, serate, alte întâlniri).

S-a încercat valorificarea tuturor spațiilor existente.

a.10. propuneri de îmbunătățiri ale spațiilor;

Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești are nevoie de un spațiu propriu care să-i asigure posibilitatea de diversificare a activităților, să aibă o poziționare eficientă în mediul cultural. Având în vedere colecția de opere de artă contemporană rezultată în urma organizării Taberei Internaționale de Creație Plastică "Dan Platon" se impune crearea unei pinacoteci proprii așa cum au marile orașe europene.

B. Analiza activității profesionale a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia

b.1. analiza programelor/proiectelor instituției

Casa de Cultură a Municipiului Ploiești a fost înființată potrivit Deciziei Consiliului Popular al Județului Prahova nr. 134/28 februarie 1974 și denumită în continuare Casa de Cultură "I.L. Caragiale", în baza Hotărârii nr. 88/5 iunie 2004.

În temeiul prevederilor legale Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești funcționează ca instituție publică de cultură, cu personalitate juridică, sub autoritatea Consiliului Local. Finanțarea Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești se realizează din venituri proprii și din subvenții acordate de la bugetul local, prin bugetul Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești.

În concordanță cu specificul instituției s-au organizat o serie de programe diversificate adresate unui larg grup de beneficiari, de toate categoriile și de toate vârstele.



Ansamblul Folcloric "Prahova" s-a înființat în anul 1955. A participat la numeroase festivaluri, spectacole, concursuri de gen în țară și străinătate.

Corală Anche Musica este formată din elevi și studenți care studiază arta muzicală.

Cercuri de dans sportiv, dans modern, dans popular, teatru, arte marțiale, șah, engleză, pictură. Participă aproape 100 de copii. Pentru a motiva copiii să participe la aceste cercuri se organizează spectacole de prezentare a activității acestora (Ghetuța cu cadouri, Zâmbet de copil), concursuri, workshop-uri. Se încearcă mediatizarea acestora în cât mai multe moduri posibile (mass media, contact direct cu părinții în școli, fluturași, etc.)

Festivalul Național de Interpretare a Muzicii Folk "In memoriam Gabi Dobre" a ajuns în anul 2012 la cea de a treisprezecea ediție. Este un eveniment de renume național, devenit un brand pentru Municipiul Ploiești, care angrenează în fiecare an zeci de participanți (soliști și grupuri), sute de spectatori și telespectatori. Are o pagină de Facebook unde se ține o legătură permanentă cu prietenii festivalului.

Festivalul Național "I.L.Caragiale" a ajuns la ediția a IX-a în anul 2012 cu două componente importante: Concursul Național de Teatru Liceal și Concursul de Proză Scurtă. Atrage elevi din toată țara.

Festivalul "E vremea colindelor" organizat în luna decembrie urmărește promovarea și păstrarea tradițiilor populare. Prin specificul festivalului acesta se adresează unui public larg.

Tabăra Internațională de Creație Plastică "Dan Platon" a fost inițiată în anul 2006 și are ca obiectiv principal crearea unei colecții ce se dorește a fi viitoarea pinacotecă a Municipiului Ploiești. În cele șapte ediții organizate până în prezent s-au reunit în peisajul prahovean aproape 100 de artiști plastici români și străini. Fiecare tabără s-a încheiat cu ample expoziții de artă plastică și editarea unui catalog.

Universitatea Populară "Dimitrie Gusti" funcționează ca un compartiment distinct în cadrul Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești. Este o instituție de excepție în peisajul cultural ploieștean și are ca obiect de activitate educația nonformală văzută sub diferite aspecte: organizarea de cursuri vocaționale sau profesionale, conferințe, simpozioane, schimburi culturale. Acestea sunt susținute de cadre specializate, profesioniste, invitați care prezintă noutăți din domeniile solicitate. Universitatea Populară "Dimitrie Gusti" este condusă de un consiliu științific.



Proiecte educaționale: acest domeniu de activitate a cunoscut o creștere în ultimii ani, numărul de proiecte și persoane angrenate în desfășurarea acestora. Amintesc câteva dintre cele mai importante activități organizate în parteneriat cu mai multe instituții de învățământ în ultimii trei ani: Universul artei populare românești, Primăvara europeană, Ferestre deschise spre cer-Icoane pe sticlă, Aproape de Eminescu, Aproape de Caragiale, Aproape de Nichita, Copilăria în universul florilor, proiect UNIFERO, Să stimulăm creativitatea copiilor, Workshop origami, pictură, Ikebana, dezbateri, etc.

Concursuri:

Concursul Național de Poezie "Iulia Hașdeu"

Concursul Național de Proză Scurtă. Atrage în fiecare an un număr mare de tineri.

Concursul Județean de Recitare "Sub aripa lui Nichita"

Concursul de pictură –grafică "Ploiești, orașul meu, oraș european"

Cenaclul ATITUDINI – cenaclul tinerilor creatori s-a lansat în anul 2003 cu scopul de a descoperi, lansa și promova cei mai tineri poeți, prozatori, muzicieni.

Revista ATITUDINI – publicație lunară, care adună în paginile sale articole ale unor personalități ale literaturii române, dar și a tinerilor creatori care sunt astfel promovați.

Serata literară "ATITUDINI"- abordează lunar o tematică culturală (literatură, artă, muzică, teatru), având ca invitați profesori de specialitate.

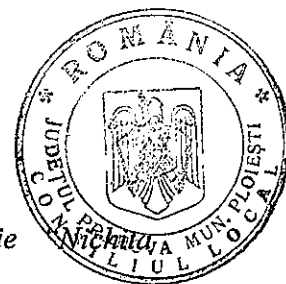
Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești a susținut în tot acest timp editarea de carte a unor scriitori de valoare.

Ca instituție de cultură, Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești s-a implicat ca partener în numeroase proiecte locale, naționale și internaționale.

Din analiza programelor și proiectelor instituției se observă că acestea se găsesc pe o pantă ascendentă atât cantitativ dar și calitativ. Pentru că obiectul de activitate al instituției este foarte variat programele pot fi diversificate pe viitor ca teme, public țintă, parteneri și îmbunătățite din punct de vedere calitativ.

b.2. analiza participării la festivaluri, gale, concursuri, saloane, târguri, etc. (în țară, la nivel național / international, în Uniunea Europeană, după caz, în alte state)

- Participarea la *Festivalul Național Concurs de Poezie "Ocroțiți de Eminescu"*, Blaj, ianuarie 2008, 2009, 2010, 2012;



- Participarea, în parteneriat, la *Festivalul Internațional de Poezie Stănescu*, Ploiești, martie 2009, 2010, 2011, 2012;
- Participarea la evenimentul "*Sărbătoarea Libertății la Blaj*", *Concursul Național de Recitare "Noi suntem români"*, mai 2007, 2009, 2010, 2012;
- Participarea la *Festivalul Internațional pentru Tineret și Concurs de Dans Folcloric*, Ankara, Turcia, iulie 2010;
- Participarea la *Festivalul Internațional de Folclor*, ediția a 46-a, Lefkas, Grecia, august 2009;
- Participarea la *Festivalul Internațional de Muzica Corala*, Antalya, Turcia, aprilie 2012;
- Participarea la Festivalul Internațional Cultural ERBAA, ediția a XIX –a, Erbaa, Turcia, iulie 2012;
- Participarea la *Bienala Internațională de Grafică pentru copii și tineret*, Torun, Polonia, 2010, 2011, 2012;
- Participarea la *Concursul Internațional de Creație Literară și Artă Plastică*, UNIFERO, Atlanta, SUA, 2009, 2010, 2012;
- Participarea la *Conferința Internațională a Femeilor Române*, București, iunie 2012;

b.3. analiza misiunii actuale a instituției: ce mesaj poartă instituția, cum este percepută, factori de succes și elemente de valorizare socială, așteptări ale beneficiarilor

Misiunea unei organizații este scopul principal al activității sale, este elementul care îi justifică existența, este un "mega-obiectiv". Misiunii îi sunt subordonate toate obiectivele organizației, atât pe termen lung, cât și cele pe termen scurt.

Misiunea Casei de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești este aceea de a contribui la dezvoltarea culturală a comunității prin inițierea de proiecte și programe culturale și educativ-formative, dezvoltarea ofertei de programe și servicii culturale pentru satisfacerea nevoilor culturale, creșterea gradului de acces a cetățenilor la o viață culturală diversă, asigurarea unei prezențe constante a instituției în circuitul local, național, european și internațional.

Aș concentra cele spuse mai sus într-un logo ce ar putea caracteriza misiunea instituției conectată la strategiile locale, și implicit la cele internaționale: *Noi ducem la*



îndeplinire strategia de dezvoltare durabilă a Primăriei Municipiului Ploiești în plan cultural prin implicarea mai activă a cetățeanului în viața culturală.

Prin misiunea sa Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești asigură realizarea obiectivelor stabilite la nivel de instituție prin armonizarea cu strategiile naționale, regionale, precum și cu obiectivele manageriale. Obiectivele instituției sunt:

- oferirea de produse și servicii culturale diverse pentru satisfacerea nevoilor culturale comunitare, în scopul creșterii gradului de acces și de participare a cetățenilor la viața culturală;
- conservarea, cercetarea, protejarea, transmiterea, promovarea și punerea în valoare a culturii tradiționale și a patrimoniului cultural național și universal;
- susținerea expozițiilor temporare sau permanente, elaborării de monografii, susținerea editării de cărți și publicații de interes local, cu caracter cultural sau tehnico-științific;
- evenimente culturale cu rol educativ și/sau de divertisment: festivaluri, concursuri, târguri, seminarii și alte asemenea;
- promovarea turismului de interes local;
- conservarea și punerea în valoare a meșteșugurilor, obiceiurilor și tradițiilor populare;
- organizarea de cursuri de educație civică, de educație permanentă și formare profesională continuă;
- organizarea și susținerea formațiilor artistice de amatori, susține participarea acestora la concursuri și festivaluri de interes local, național sau internațional;
- difuzarea de filme artistice și documentare;
- organizarea cercurilor științifice și tehnice, de artă populară, plastică, gospodărie țărănească, turism cultural;
- participarea la proiecte și schimburi culturale interjudețene, naționale și internaționale;

Misiunea instituției se adresează atât mediului intern, respectiv personalului, prin reliefaarea scopului activității culturale specifice, cât și a mediului extern, public și societate în ansamblu. Practic se reliefează cele trei valențe ale instituției: conservarea patrimoniului cultural material și imaterial, educație și divertisment. Misiunea este



transmisă, indirect, prin activitățile desfășurate, dar nu este promovată consecvent ca declarație de intenție și descriere a potențialului instituției.

Percepția mesajului instituției este influențată de modul cum acesta este transmis către beneficiar, de modul cum acesta îl înțelege, ca în final să se reflecte în dinamica numărului de public consumator, nivelul educației acestora, structura socială a categoriilor de beneficiari.

Concret, transmiterea mesajului Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești a fost realizată prin toate manifestările cu caracter educativ și cultural organizate care au drept scop conștientizarea valorilor autentice, educarea publicului în spiritul cunoașterii, respectării și păstrării patrimoniului cultural. În ceea ce privește modul cum a fost percepută misiunea instituției de către beneficiar, consider că deși aceasta a înregistrat o evoluție pozitivă prin sporirea numărului de public, încă există piedici în canalele de comunicare, și aici mă refer și mă repet la lipsa unei poziționări clare și mai ales distincte în peisajul cultural local (suprapunerea imaginii altor instituții culturale peste cea a Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești).

Deoarece Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești oferă o gamă largă de produse culturale, beneficiarii activităților culturale se încadrează în mai multe categorii:

- Participanți la cercuri și cursuri (copii, elevi – beneficiari direcți, părinți, bunici – beneficiari indirecti);
- Participanți la manifestări cu teme culturale diverse: elevi, studenți, adulți;
- Colaboratorii instituției (cadre didactice, artiști, scriitori, critici de artă și literari);
- Mass-media prin informațiile pe care le prelucrează;

b.4. Concluzii

- reformularea mesajului, după caz
- descrierea principalelor direcții pentru îndeplinirea misiunii

Sarcini și obiective manageriale pentru perioada 2013 – 2016

Formularea unui plan de management strategic pentru atingerea obiectivelor Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești.

Funcționarea unei instituții de cultură este determinată într-o măsură considerabilă de mediul social în care se găsește. Pentru managementul instituției relația dintre aceasta



și societate este esențială. Managementul strategic pentru o casă de cultură înseamnă să poți cântări bine atunci când trebuie rezolvate probleme legate de satisfacerea nevoilor beneficiarilor, asigurarea unui act cultural de calitate, creșterea numărului de persoane interesate de proiectele culturale propuse.

Consider că, în paralel cu misiunea sa, instituția trebuie să-și definească valorile specifice și viziunea. **Valorile specifice ale organizației**, ca un set de atribute care caracterizează întreaga activitate ale instituției, eu le văd exprimate astfel: *cultură, profesionalism, implicare, performanță, competență*.

Viziunea, ca o declarație cu privire la locul pe care instituția îl va ocupa pe termen mediu și lung, o poziție relevantă atât pentru noi, cât și pentru beneficiari, poate fi formulată în felul următor: *Acces la cultură pentru fiecare cetățean*.

Succesul unei instituții de cultură este strict corelat felului în care acesta este administrat. Consider că importantă este stabilirea unui program de dezvoltare a instituției. Acest plan cu caracter general va fi realizat de către personalul din conducerea instituției, găsindu-se cele mai bune soluții și responsabilizând tot personalul în desfășurarea programelor. Managementul instituției de cultură are la baza acțiunilor sale un plan de activități culturale, personal de specialitate și personal administrativ, surse financiare și beneficiarii serviciilor culturale.

Principiile managementului cultural se fundamentează pe:

- realism în aprecieri (o evaluare corectă a poziției instituției);
- creativitate și flexibilitate în procesul de conducere;
- coerență în măsurile adoptate;
- eficientizarea conducerii instituției prin implicarea întregului personal de specialitate și auxiliar;
- transparență în stabilirea obiectivelor, a măsurilor de conducere, analize de oportunitate și informarea personalului;

Strategia managerială a unei instituții de cultură are menirea de a descrie imaginea pe care aceasta dorește să o aibă în viitor și modul cum se va face acest lucru. Această strategie are la bază **planificarea**. Planificarea strategică stabilește direcția și obiectivele, în timp ce planificarea operațională se referă la luarea de decizii zilnice la nivele mai



joase ale organizației. Planificarea strategică se orientează spre a face lucruri bune (lucrurile care trebuie sau **eficacitate**), iar planificarea operațională, spre a face lucrurile bine (lucrurile cum trebuie sau **eficiență**).

Conform legilor care guvernează activitatea așezămintelor culturale și a Regulamentului de organizare și funcționare a Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești, directorul instituției este asistat în activitatea de conducere de către un Consiliu Administrativ, iar în cadrul Universității Populare "Dimitrie Gusti" de către un Consiliu Științific.

Pentru o bună desfășurare a activității, actul de control este necesar a fi exercitat conform prevederilor legale de către serviciul de audit, precum și de analizele zilnice sau periodice ale directorului la fața locului. În relațiile externe structurii instituției Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești este reprezentată în mod oficial de directorul instituției asistat sau suplinit de persoanele desemnate de acesta.

Propuneri pentru elaborarea strategiei de management în scopul eficientizării activității instituției pentru îndeplinirea obiectivelor:

- **Autoevaluarea**

Se va face o analiză a stării generale a instituției. Această strategie se bazează pe o analiză atentă cu privire la mediul intern (micromediul) și la cel extern (macromediul). Ca instrumente de analiză voi folosi două modele PEST și SWOT, prin care voi identifica punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările pe care le are instituția și mediul în care activează. Voi începe cu analiza mediului extern.

Analiza de tip PEST.

Factori politico-legali

Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești este o instituție aflată în subordinea Consiliului Local. Orice schimbare la nivel politic într-un mediu instabil din acest punct de vedere poate să influențeze managementul organizației, finanțarea, proiectele.



Factori economici

Înființarea parcului industrial precum și extinderea permanentă a acestuia cu noi investitori conferă orașului un mare avantaj prin mărirea contribuțiilor la bugetul local, și crearea oportunității de sponsorizare a vieții culturale.

Factori sociali

Modificarea sistemului de valori, a opțiunilor culturale și de petrecere a timpului liber, a dorinței de implicare în procesul de educare a tinerei generații atât din partea părinților cât și a cadrelor didactice influențează evoluția vieții culturale.

Factori tehnologici

Explozia evoluției tehnologice poate influența pozitiv comunicarea, mediatizarea în plan cultural.

Analiza SWOT

Puncte tari

- organizația are o experiență de peste 50 de ani în organizarea de activități culturale;
- organizația are personal calificat pentru implementarea programelor culturale;
- organizația dispune de o bază de date cu artiști, personalități, parteneri, firme private ce pot participa la proiectele culturale ca beneficiari sau ca sponsori;
- organizează cursuri și cercuri pentru adulți și copii, precum și alte activități ce constituie o sursă de venituri proprii;
- s-au încheiat parteneriate cu mass-media pentru promovarea acțiunilor organizate;
- organizația are o bună implicare în procesul educației nonformale la nivelul instituțiilor de învățământ;
- organizează și participă la evenimente culturale de renume în țară și străinătate;

Puncte slabe

- organizația nu dispune de un spațiu propriu pentru desfășurarea eficientă, și diversificarea evenimentelor culturale;
- organizația nu este poziționată real ca imagine în spațiu cultural, ceea ce duce la apariția riscului ca imaginea altor instituții culturale (cu nume asemănătoare



sau care găzduiesc evenimente organizate de Casa de Cultură "I.L.Caragiale Ploiești") să se suprapună peste imaginea acesteia;

- resursa umana de specialitate este insuficientă;
- lipsa de motivație materială a angajaților;
- insuficienta implicare a societății civile în viața culturală;

Oportunități

- apropierea de București creează posibilitatea de a atrage cu cheltuieli minime personalități din lumea artistică, precum și participarea la evenimente culturale organizate în capitală;
- dezvoltarea unei strategii pentru educația permanentă;
- creșterea interesului părinților de a implica copiii în activități extrașcolare prin înscrierea lor la cercurile organizate de instituție;
- atragerea de fonduri extrabugetare;
- mediul economic al municipiului Ploiești, care se situează printre primele cinci orașe din țară ca potențial economic și aflat în expansiune, permite atragerea de resurse materiale (sponsorizări), resursă umană (public) și parteneriate de colaborare;
- dezvoltarea schimburilor culturale;

Riscuri

- confuzia instituției cu alte instituții de cultură;
- concurența pe același spațiu de timp și gen de activități cu alte instituții culturale sau cu programele TV;
- interesul din ce în ce mai scăzut al tinerilor pentru cultură, în favoarea internetului, televizorului;
- recesiunea economică și lipsa soluțiilor pe termen lung pentru problemele socio-economice afectează în primul rând cultura;
- lipsa de timp a publicului adult pentru a participa la programe culturale, altele decât cele oferite de teatru și filarmonică;



- **Focalizarea asupra beneficiarului**

Conform Barometrului de Consum Cultural au fost identificate unsprezece socio -tipuri de consum cultural în România. Dintre aceste mă voi referi la cele care vizează în mod direct Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești".

- Nonconsumatorii: această categorie nu este interesată de nici un domeniu cultural;
- Beneficiarii permanenți, formați din specialiști, oameni de cultură și artă, personal didactic, etc. Acest grup este relativ mic, dar poate avea o implicație majoră în promovarea activității instituției.
- Public invitat la activități culturale. Include beneficiarii activităților de gen spectacole, expoziții, activități educaționale. Acest grup este majoritar.
- Beneficiari accidentali – participă la activitățile culturale fără să fie informați în prealabil de desfășurarea acestora.
- Beneficiari ocazionali – provin din grupuri de sprijin sau parteneriate.
- Beneficiari protocolari – provin din grupurile de reprezentare: oficiali, demnitari, etc.
- Beneficiari mass-media – include comentatorii, ziariștii, editorialiștii, persoane care pot influența publicul.

Nu există o statistică exactă a raportului dintre publicul activ și cel pasiv. Având în vedere că publicul pasiv fie nu cunoaște oferta culturală, fie nu este interesat, strategia de marketing poate fi orientată pe două direcții. În prima varianta pasivitatea publicului poate deveni activă prin informarea acestuia printr-o mai buna mediatizare a programelor culturale. În cel de-al doilea caz se impune o diagnosticare a nevoii culturale și o sensibilizare a publicului.

- **Relațiile cu partenerii**

Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești are o activitate diversificată și poate avea implicit un număr mare de parteneri. Aceștia pot sprijini favorabil activitatea instituției prin resursele umane, informaționale puse la dispoziție sau a mediului de desfășurare a activităților, și nu în ultimul rând prin publicitatea pe care o pot face instituției. (este valabilă și reciproc).



- **Dezvoltarea echipelor din rândul angajaților**

Stimularea angajaților pentru a lucra în echipă contribuie la consolidarea încrederii și auto-responsabilizării. Lucrând în echipă există multe oportunități de învățare, de transmitere a informațiilor și a cunoștințelor, contribuind la creșterea profesionalismului.

- **Coerența obiectivelor**

Fiecare obiectiv prevăzut în strategia managerială trebuie să corespundă misiunii instituției. Acest lucru se urmărește atât prin activitatea angajaților cât și prin procedurile manageriale.

- **Realizarea procedurilor manageriale**

Pentru realizarea obiectivelor trebuie să se asigure un echilibru între sarcini, competență (autoritate decizională conferită prin delegare) și responsabilități (obligatia de a realiza obiectivele) și să definească proceduri. Procedurile reprezintă pașii care trebuie urmați (algoritmul) în realizarea sarcinilor, exercitarea competențelor și angajarea responsabilităților. În acest context, pot spune despre controlul intern că este în curs de implementare, astfel încât la final să fie integrat în sistemul de management al instituției.

- **Perfecționarea continuă**

Formarea continuă profesională joacă un rol tot mai important în condițiile actualei explozii informaționale și tehnologice, fiind unul dintre elementele-cheie ale procesului de evoluție atât a carierei fiecărui individ, cât și a calității și rezultatelor muncii prestate, cu impact asupra întregii organizații.

Ținând cont de trendul european, de prevederile Codului Muncii și a Regulamentului de Ordine Interioară a Casei de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești ne propunem să asigurăm accesul angajaților la formarea profesională, acolo unde se impune acest lucru, în funcție de resursele bugetare planificate.

- **Responsabilitate publică, se referă la:**

Personalul angajat al Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești este obligat să țină seama de codul de conduită al personalului contractual conform Legii 477/ 2004.

În ceea ce privesc achizițiile publice se va respecta legislația în vigoare. Publicitatea achizițiilor este o obligație elementară.

Fidelitatea față de instituție a tuturor angajaților – discreție, onestitate și loialitate.

Evitarea conflictelor de interese.



Echidistanță față de forțele politice.

- ***Focalizarea asupra rezultatelor. Analiza feed-back-ului de la beneficiar***

Urmărirea continuă a rezultatelor, conform cu misiunea instituției, depinde de perseverența și abilitatea conducerii și este modalitatea cea mai eficientă de a nu ne abate de la obiectivele propuse.

Pe plan local și național Casa de Cultură 'I.L.Caragiale' a Municipiului Ploiești trebuie să-și continue programul de activități culturale, sensibilizând totodată publicul beneficiar în păstrarea patrimoniului cultural material și imaterial ca elemente ale identității noastre culturale. Aplicarea acestui principiu de bază se concretizează prin:

- Contactul permanent cu beneficiarul actului cultural (publicul) pentru a-i afla părerile, dorințele (*Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești = spațiu de cercetare*)
- Diversificarea ofertei culturale; (*Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești = spațiu de creație*)
- Realizarea unor manifestări culturale de calitate și de mare audiență publică, adaptate scopurilor stabilite, valorificând toate mijloacele și resursele puse la dispoziție (logistice, financiare și umane); (*Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești = element de înnoțire, culturalizare, relaxare, petrecere a timpului liber*)
- Promovarea și susținerea educației artistice în școli și a practicii nonformale cu toate mijloacele artistice de care dispune instituția; (*Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești = partener*)
- Susținerea actului cultural sub toate aspectele lui atât timp cât sunt respectate obiectivele instituției; (*Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești = rampă de lansare*)
- Mijlocirea actului cultural între parteneri (*Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești = informare*)

Astfel am identificat și principalii vectori de ghidare în implementarea eficientă a viitoarei strategii de îndeplinire a misiunii instituției.



C. Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și/sau reorganizare după caz:

c.1. analiza reglementărilor interne ale instituției și ale actelor normative incidente;

Casa de Cultură a Municipiului Ploiești a fost înființată potrivit Deciziei Consiliului Popular al Județului Prahova nr. 134/28 februarie 1974 și denumită în continuare Casa de Cultură "I.L. Caragiale", în baza Hotărârii nr. 88/5 iunie 2004. Este o instituție publică de cultură, cu personalitate juridică, care funcționează sub autoritatea Consiliului Local.

Salariații instituției sunt afiliați la Sindicatul Liber și Independent al Primăriei Municipiului Ploiești.

Casa de Cultură "I.L. Caragiale" a Municipiului Ploiești își desfășoară activitatea în conformitate cu prevederile legislației române în vigoare, iar ca norme de reglementare internă s-a elaborat propriul **Regulament de Organizare și Funcționare**, împreună cu **Regulamentul de Ordine Interioară** și Contractul Colectiv de Muncă la nivel de primărie, care stau la baza întregii activități a Casei de Cultură "I.L. Caragiale" Ploiești. Regulamentul intern împreună cu **fișa postului** sunt purtătoarele autorității instituției fiind instrumente extrem de eficiente care duc la atingerea obiectivelor acesteia.

Regulamentul de Ordine Interioară stabilește dispoziții referitoare la ordinea și disciplina muncii în cadrul Casei de Cultură „I.L. Caragiale” a Municipiului Ploiești, în conformitate cu prevederile Codului Muncii - Legea nr.53/2003 cu modificările și completările ulterioare Legea nr.40/2001, a Contractului Civil la nivel național și alte legislații în domeniu. El cuprinde: Drepturi și obligații ale salariaților, organizarea timpului de lucru, reglementări privind concediul de odihnă și alte concedii ale salariaților, contractul individual de muncă, salarizarea, formarea profesională, reguli privind respectarea principiului nediscriminării și al înlăturării oricărei forme de încălcare a demnității, disciplina muncii, abateri disciplinare și sancțiuni aplicabile, protecția muncii, sănătatea și securitatea în muncă.

Regulamentul de organizare și funcționare aprobat prin Hotărârea nr. 446/ 2010, ca instrument folosit pentru descrierea detaliată a structurii organizatorice are două părți:



Partea I cuprinde: informații privind baza legală a constituirii și funcționării Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești, prezentarea obiectului de activitate, a structurii organizatorice.

Partea a II-a cuprinde descrierea în detaliu a compartimentelor și a funcțiilor încorporate, pentru primele prezentându-se obiectivele și atribuțiile acestora, patrimoniul instituției, date despre bugetul de venituri și cheltuieli.

Descrierea posturilor din cadrul instituției și cerințele pe care trebuie să le îndeplinească personalul se face prin **fișa postului** pentru fiecare angajat. Cuprinde sarcini, competențe, responsabilități, care permit realizarea obiectivelor individuale. Ea se întocmește de către șeful direct, conform unui model stabilit prin dispoziție de către director, se aprobă de către acesta, se semnează de cel care a întocmit-o și de salariatul numit. Un exemplar se înmânează salariatului în cauză, unul se predă serviciului de resurse umane, iar altul se atașează la regulamentul de organizare și funcționare. Fișa postului se poate modifica ori de câte ori este necesar, după aceeași procedură ca și în cazul întocmirii inițiale.

Posturile, funcțiile, limitele de salarizare și de încadrare ale personalului din Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești se regăsesc în **statul de funcții**.

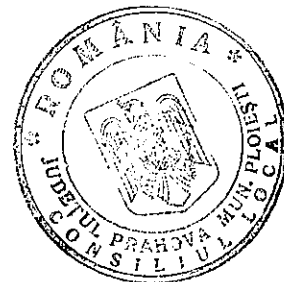
Structura organizatorică și numărul de posturi sunt aprobate de Consiliul Local al Municipiului Ploiești prin H.C.L. nr.251/2010 și H.C.L. nr.263/2010.

Casa de Cultură "I.L. Caragiale" a Municipiului Ploiești dispune, potrivit legii, de bugetul necesar pentru remunerarea personalului și pentru realizarea și prezentarea activităților cultural-artistice din cadrul Planului minimal.

Statul de funcții valabil cu 1 ianuarie 2011 este prezentat în pagina alăturată:



Nr. crt	Denumirea compartimentului Funcția	Grad Treaptă Profesională	Nivel studii
I.	CASA DE CULTURĂ "I.L.CARAGIALE" PLOIEȘTI		
	Director (Manager)		S
A.	Compartimentul cultural artistic, comunicare și tradiții		
	Referent	IA	S
	Referent	IA	M
	Referent	IA	M
B.	Serviciul financiar – contabil		
	Contabil șef		S
	Economist	IA	S
	Casier		G
	Magaziner		G
C.	Compartimentul achiziții publice		
	Referent	IA	S
D.	Compartimentul secretariat - administrativ		
	Secretar -dactilograf		M, G
	Șofer		
	Îngrijitor		
II.	UNIVERSITATEA POPULARĂ "DIMITRIE GUSTI"		
E.	Compartimentul comunicare și educație permanentă		
	Referent	IA	S
	Referent	IA	S
	Referent	I	S
	Referent	I	M

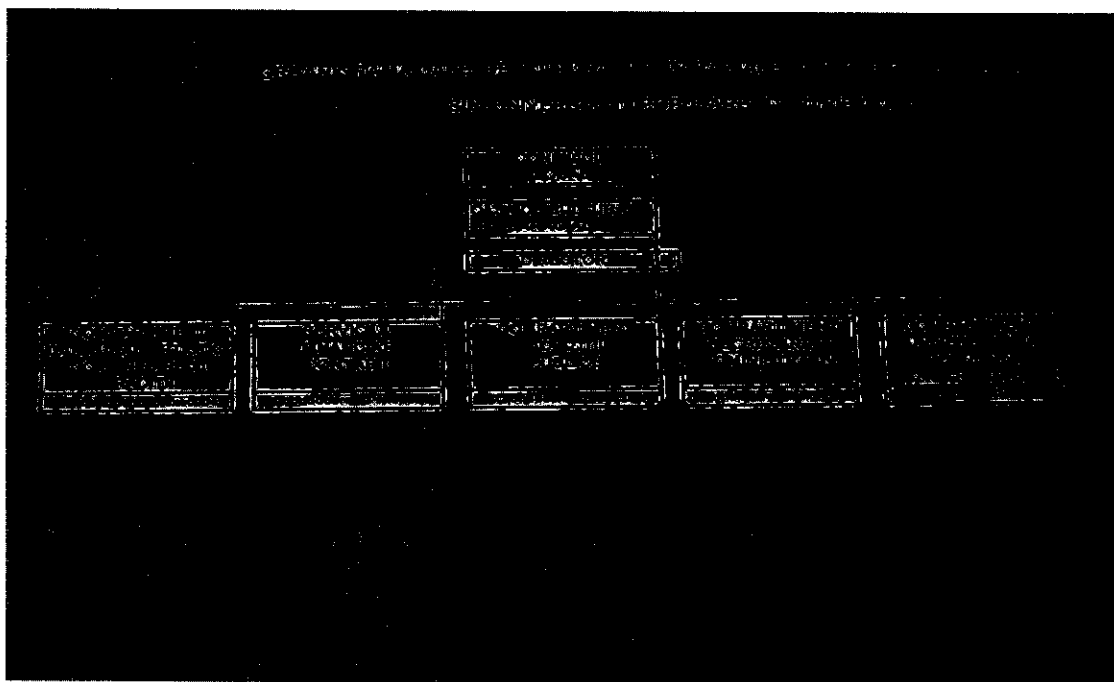


Se poate observa că:

Numărul total de posturi este de 16, din care 2 în posturi de conducere și 14 în posturi de execuție. Din cele 14 posturi de execuție sunt ocupate 9 posturi, 4 sunt vacante și unul suspendat. Din cele 9 posturi ocupate, 7 persoane sunt cu contract pe durată nedeterminată, iar 2 persoane cu contract pe perioadă determinată.

1. Ponderea personalului de execuție este de 87,5%, iar ponderea personalului de conducere este de 12,5 %, ceea ce arată că există o distribuție echilibrată a personalului decizional față de cel de execuție. (cerințele Legii 161/2003).
2. În ceea ce privește nivelul de pregătire a personalului se poate concluziona că personalul cu studii superioare este de cca. 30 %.

Pentru a descrie organizarea structurală a Casei de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești se folosește **organigrama**.



c.2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne și/sau ale actelor normative incidente;

Din studiul statului de funcții se poate observa că există posturi vacante și suspendate. Conform reglementărilor în vigoare aceste posturi nu pot fi ocupate prin concurs. Extinderea activității Casei de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești pe



viitor va face să crească și volumul de muncă necesar atingerii obiectivelor propuse. Se impune astfel găsirea unor soluții de a asigura personalul calificat aferent posturilor vacante. De asemenea se poate observa numărul mic de personal de specialitate (referenți) raportat la obiectul de activitate al instituției. Ar fi imperios necesar să se încheie contracte cu specialiști (muzică, artă plastică). Din personalul angajat lipsește un specialist în tehnoredactare, care ar ajuta instituția în conceperea diverselor afișe, documente, tehnoredactarea revistei, etc. De asemenea se poate observa că nu există economist și casier, contabilul șef este singurul care întocmește actele, le verifică și le semnează, acest lucru nefiind în concordanță cu reglementările legale.

Măsuri de reglementare internă:

- Ocuparea posturilor se va face numai prin concurs organizat conform prevederilor legale;
- Personalul angajat trebuie să respecte normele de conduită profesională, prevăzute în Legea 477/ 2004 privind codul de conduită a personalului contractual din instituțiile publice;
- Fișele de post vor fi actualizate ori de câte ori se va impune acest lucru;
- Monitorizarea corectă a orarului de muncă de opt ore (flexibilizarea lui acolo unde este cazul, așa cum prevede și Regulamentul de Ordine Interioară, cap III, art. 10,11,12,13), astfel încât să se asigure o bună desfășurare a relațiilor cu publicul.
- O atenție deosebită trebuie acordată păstrării unui grad înalt de profesionalism al angajaților, respectarea codului de conduită în relația cu vizitatorii și colegii de muncă, iar personalul de specialitate trebuie să fie credibil, bine informat și cu o bună pregătire profesională.
- Monitorizarea permanentă a îndeplinirii/neîndeplinirii/depășirii planului minimal propus se impune atât pentru determinarea activității prestate de colectivul de conducere, cât și activitatea la nivel de execuție.
- Analiza periodică a activității instituției reprezintă un barometru al respectării procedurilor interne și a legislației care guvernează activitatea instituțiilor de cultură.
- Perfecționarea personalului instituției conform prevederile Ordinului



Ministerului Culturii și Cultelor nr.2883/2003, și a Regulamentului de organizare și funcționare a Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești.

În Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești există și se aplică următoarele proceduri interne:

- Procedura de întocmire a programului anual de achiziții;
- Procedura operațională de întocmire a contractelor de achiziție publică;
- Procedură privind modul de utilizare a ștampilei rotunde;
- Procedură privind circuitul actelor-proiecte culturale;
- Proceduri privind buna desfășurare a activității formațiilor artistice;
- Procedură de elaborare a proiectelor de hotărâri;
- Procedura privind scoaterea la concurs a unor posturi unice;
- Procedura privind scoaterea la concurs a unor posturi vacante;
- Procedura privind încheierea contractelor de colaborare (contracte prestări servicii sau cu drept de autor);
- Procedura privind înregistrarea, depozitarea, păstrarea și reevaluarea lucrărilor de artă plastică;
- Procedura privind încasarea de taxe pentru cercuri, cursuri și închirieri costume;
- Procedura regulament de organizare și funcționare a Cenaclului Literar Atitudini;

În Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești vor trebui întocmite și aplicate următoarele proceduri:

- Procedura privind funcționarea cercurilor / cursurilor și a formațiilor artistice;
- Procedura privind organizarea evenimentelor, acțiunilor și manifestărilor culturale;
- Procedura privind activitatea de implementare a proiectelor;
- Altele care vor conduce la optimizarea activității instituției;

În Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești se aplică standardele de control intern managerial în temeiul Ordinului nr. 946 din 4 iulie 2005, completat cu Ordinul 1649/ 17 februarie 2011. Se verifică periodic stadiul de implementare a celor 25 de standarde pentru fiecare serviciu în parte.



c.3. funcționarea instituțiilor delegarea responsabilităților: analiza activității consiliilor de conducere, după caz, ale celorlalte organe colegiale, propuneri de modificare a limitelor de competențe în cadrul conducerii instituției;

Analiza statutului de funcții a fost făcută la punctul anterior.

Managementul

Conducerea executivă a Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești este exercitată de către **director** care coordonează și controlează activitățile desfășurate în cadrul instituției, în conformitate cu prevederile Regulamentului de Organizare și Funcționare a instituției, fiind sprijinit de un Consiliu Administrativ, cu care se consultă în luarea deciziilor.

În exercitarea atribuțiilor sale directorul emite decizii. Anual, directorul prezintă Consiliului Local al Primăriei Municipiului Ploiești, raportul asupra activităților instituției și propuneri pentru planul de activități pentru anul următor cu bugetul aferent.

Atribuțiile directorului sunt prevăzute de art. 4.2. din Regulamentul de organizare și funcționare a instituției, aprobat prin Hotărârea nr. 446/2010.

Modul de organizare și funcționare al Consiliului Administrativ al instituției este reglementat de art.3.3 din Regulamentul de organizare și funcționare a instituției,

Consiliul Administrativ este un organism cu rol deliberativ al Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești. Consiliul Administrativ se întrunește ori de câte ori este nevoie și ia parte la luarea unor hotărâri majore privind activitatea Casei de Cultură "I.L. Caragiale". Consiliu Administrativ este format din:

- președinte - directorul;
- membri (contabilul șef și după caz, șefii de compartimente);

Consiliul Administrativ are următoarele atribuții:

- evaluează activitatea compartimentelor, discută, propune și soluționează probleme specifice activității derulate în cadrul instituției;
- urmărește folosirea deplină și corectă a resurselor materiale și financiare din instituție;

Consiliul Științific

Universitatea Populară "Dimitrie Gusti" funcționează ca departament în cadrul Casei de Cultură "I.L. Caragiale" în scopul de a asigura satisfacerea nevoilor de informare, comunicare și educare permanentă a locuitorilor din orașul Ploiești de toate



vârstele și categoriile sociale.

Universitatea Populară are în componență un **consiliu științific**, format din specialiști de profil. Întrucât Consiliul științific este un organism colegial de specialitate, cu rol consultativ în domeniul cercetării științifice, se impune stabilirea unei componente echilibrate de membrii specialiști din mai multe domenii. Membrii Consiliului Științific sunt numiți prin decizia directorului. Conducerea Consiliului Științific se face de către un **rector** (funcție onorifică), atribuită unuia dintre profesorii colaboratori, iar doi dintre salariații permanenți ai instituției se preocupă de activitatea de desfășurare a cursurilor de cultură generală.

c.4. analiza nivelului de perfecționare a personalului angajat – propuneri privind cursuri de perfecționare pentru conducere și restul personalului;

Necesitatea pregătirii profesionale a personalului unei instituții de cultură este firească într-o societate aflată mereu în schimbare și progres.

Analiza nivelului de pregătire a personalului se raportează permanent la nivelul instituției, la obiectivele și funcțiile acesteia, la stadiul dezvoltării sale, la programele pe care le realizează sau la proiectele de viitor. Este important ca angajații să dispună de abilitățile, cunoștințele și perspicacitatea necesare pentru îndeplinirea funcțiilor lor.

În ultimii ani Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești a sprijinit pregătirea profesională a angajaților prin facilitarea participării la cursuri de specializare la Centrul de Pregătire Profesională în Cultură București în domenii ca: manager de proiect, tehnologia informației (tehnoredactare), organizare de spectacole.

Pentru următorii trei ani se impune continuarea participării personalului la cursuri de perfecționare vizând domenii ca: artele spectacolului (organizări de spectacole), tehnologia informației (realizarea și prelucrarea de imagini), contabilitate și achiziții publice, resurse umane.



D. Analiza situației economico-financiare a instituției

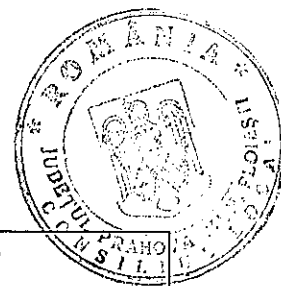
d.1. analiza datelor de buget

2010 – au fost prevăzuți și realizați indicatori economici din tabelul de mai jos:

Nr. Crt	Categorii	Prevăzut (lei)	Realizat (lei)
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Venituri proprii (totalitatea surselor atrase)	22.500	23.190
2.	Subvenții / Alocații	609.800	583.159
3.	Cheltuieli de întreținere, din care:	426.000	400.996
	- cheltuieli de capital: investiții	0	0
4.	Cheltuieli de personal, din care:	232.800	232.474
	- cheltuieli cu colaboratorii	8000	7983
5.	Cheltuieli pe beneficiari, din care:	658.810	633.470
	- din subvenție	609.800	583.159
	- din veniturile proprii/surse atrase	22.500	23.190
6.	Alte categorii (sponsorizări)	26.500	27.121

2011 – au fost prevăzuți și realizați indicatori economici din tabelul de mai jos:

Nr. Crt	Categorii	Prevăzut (lei)	Realizat (lei)
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Venituri proprii (totalitatea surselor atrase)	30.000	19.329
2.	Subvenții / Alocații	628.000	621.497
3.	Cheltuieli de întreținere, din care:	475.000	445.870
	- cheltuieli de capital: investiții	0	0
4.	Cheltuieli de personal, din care:	218.000	216.136
	- cheltuieli cu colaboratorii	11.300	11.185



5.	Cheltuieli pe beneficiari, din care:	693.000	662.006
	- din subvenție	629.000	621.497
	- din veniturile proprii/surse atrase	30.000	19.329
6.	Alte categorii –sponsorizări	30.000	16.450
	-finanțare Ministerul Culturii	5000	4730

2012 – au fost prevăzuți și realizați indicatori economici din tabelul de mai jos:

Nr. Crt	Categorii	Prevăzut (lei)	Realizat (lei)
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Venituri proprii (totalitatea surselor atrase)	32.000	33.131
2.	Subvenții / Alocații	849.400	759.108
3.	Cheltuieli de întreținere, din care:	643.020	558.396
	- cheltuieli cu colaboratorii	6.000	4.836
4.	Cheltuieli de personal, din care:	254.000	249.463
	- cheltuieli cu colaboratorii	49.000	48.404
5.	Cheltuieli pe beneficiari, din care:	897.020	807.859
	- din subvenție	849.400	759.108
	- din veniturile proprii/surse atrase	32.000	33.131
6.	Alte categorii (sponsorizări)	15.620	15.620

d.2 Analiza comparativă a cheltuielilor (estimate și, după caz, realizate) în perioada 2011 – 2012

2011

Nr. crt	Tipul proiectului	Denumirea proiectului	Devizul estimativ	Devizul realizat
1.	Programe mici	Universitatea Populară "Dimitrie Gusti", diverse proiecte	3227 lei	3222 lei
		Concursul Național de Poezie "Iulia Hașdeu", ediția a VIII-a	2000 lei	1175 lei



		Salonul artelor	4000 lei	4000 lei
		Concursul de artă plastică "Ploiești, orașul meu, oraș european"	2000 lei	1174 lei
		Activitati educaționale	2668 lei	2668 lei
2.	Programe mijlocii	Clubul Diana	7130 lei	6441 lei
		Spectacolul pentru copii "Ghetuța cu cadouri"	5000 lei	4890 lei
		Festivalul Internațional de Film Carpathian Golden, ed. I	7629 lei	7629 lei
		Alte manifestari	4788 lei	4122 lei
3.	Programe mari	Festivalul Internațional de Poezie "Nichita Stănescu", Concursul de Recitare "Sub aripa lui Nichita"	21.052 lei	21.052 lei
		Zilele Orașului Ploiești	13.645 lei	13.645 lei
		Festivalul Național "I.L.Caragiale", ediția a VIII-a	15.000 lei	14.682 lei
		Tabăra Internațională de Creație Plastică "Dan Platon", ed. a VI-a	25.000 lei	24.282 lei
		Festivalul Castanilor – In memoriam "Gabi Dobre", ed.a XII/a	61.736 lei	54.916 lei
		Festivalul "E vremea colindelor"	20.000 lei	17.898 lei
		Serata Atitudini, Revista Atitudini	13.042 lei	13.042 lei

2012

Nr. crt	Tipul proiectului	Denumirea proiectului	Devizul estimativ	Devizul realizat
1.	Programe mici	Spectacolul "Zâmbet de copil"	2372 lei	2307 lei
		Activități educaționale	2517 lei	2421 lei
		Salonul artelor	4000 lei	4000 lei
		Concursul de artă plastică "Ploiești, orașul meu, orașul lui Caragiale"	2000 lei	1322 lei
		Alte manifestari	4788 lei	4122 lei
2.	Programe mijlocii	Universitatea Populară "Dimitrie Gusti", diverse proiecte	6017 lei	5690 lei
		Concursul Național de Poezie "Iulia Hașdeu", ediția a IX-a	5148 lei	5076 lei



		Spectacolul pentru copii "Ghețuța cu cadouri"	6346 lei	6094 lei
		Clubul Diana	7130 lei	6441 lei
3.	Programe mari	Festivalul Internațional de Poezie "Nichita Stănescu", Concursul de Recitare "Sub aripa lui Nichita"	30.000 lei	16.342 lei
		Centenar Caragiale	160.000 lei	146.899 lei
		Serata Atitudini, Revista Atitudini	20.283 lei	18.167 lei
		Festivalul Național "I.L.Caragiale", ediția a IX-a	15.000 lei	12.975 lei
		Tabăra Internațională de Creație Plastică "Dan Platon", ed. a VII-a	20.000 lei	17.671 lei
		Festivalul Castanilor – In memoriam "Gabi Dobre", ed.a XIII/a	40.000 lei	45.824 lei
		Festivalul "E vremea colindelor"	21.932 lei	20.852 lei
		Participarea Ansamblului Folcloric Prahova la cea de a XIX-a ediție a Festivalului Internațional Cultural ERBAA, Turcia	20.000 lei	18.469 lei
		Participarea Grupului Coral Cameral "Anche Musica" la Festivalul Internațional de Muzică Corală, Antalya, Turcia	22.500 lei	18.469 lei

d.3 analiza gradului de acoperire din surse atrase/venituri proprii a cheltuielilor instituției:

- analiza veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției, pe categorii de bilete/tarife practicate

- analiza veniturilor proprii realizate din alte activități ale instituției;

- analiza veniturilor realizate din prestări de servicii culturale în cadrul parteneriatelor cu alte autorități publice locale;

Veniturile proprii au fost realizate pe următoarele categorii:

2010

1. din activitatea de bază (taxe, cursuri, cercuri): 23.190 lei
2. sponsorizări: 27.121 lei



2011

3. din activitatea de bază (taxe, cursuri, cercuri): 19.329 lei
4. sponsorizări: 16.450 lei
5. finanțare Ministerul Culturii: 4730 lei

2012

6. din activitatea de bază (taxe, cursuri, cercuri): 33.131 lei
7. sponsorizări: 15.620 lei

În urma analizei dinamicii surselor de venituri proprii constatăm:

8. o scădere a încasărilor la cursuri în anul 2011 față de 2010 cu 3.861 lei, adică 16,65% și o creștere în anul 2012 cu 9.941 lei față de 2010, adică cu 42,86% și față de anul 2011 cu 71,40%.
9. Scăderea veniturilor atrase din sponsorizare în medie de 22,2% în cei trei ani.

d.4 analiza gradului de creștere a surselor atrase/veniturilor proprii în totalul veniturilor;

2010 – Din totalul realizat pe anul 2010 în sumă de 633.470 lei ponderea veniturilor a fost următoarea:

10. subvenții: 92,05%
11. venituri proprii: 7,95%

2011 – Din totalul realizat pe anul 2011 în sumă de 662.006 lei ponderea veniturilor a fost următoarea:

12. subvenții: 93,88 %
13. venituri proprii: 6,12 %

2012 – Din totalul realizat pe anul 2012 în sumă de 807.859 lei ponderea veniturilor a fost următoarea:

14. subvenții: 93,96 %
15. venituri proprii: 6,04 %

Concluzii:

După cum se observă veniturile proprii au avut un trend descendent de la 50.311 lei în 2010 la 48.751 lei. Scăderea veniturilor proprii au fost determinate, așa cum se poate vedea din componența acestora, de veniturile provenite din sponsorizări de la 27.121 lei în 2010 la 15.620 lei în 2012. Au crescut în schimb veniturile proprii realizate



din încasări, de la 23.190 lei (2010) la 33.131 lei (2012). Creșterea acestora a fost influențată de mai mulți factori, dintre care amintim:

16. Diversificarea tipurilor de cercuri;

17. O mai bună mediatizare a ofertei educaționale;

d.5. analiza ponderii cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor;

2010 – ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor este de 36,69 %

2011 – ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor este de 32,64 %

2012 – ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor este de 30,87 %

Se observă o scădere a ponderii cheltuielilor de personal cuprins în buget deoarece bugetul Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești a fost suplimentat în 2011 și 2012 față de 2010. Se observă o creștere a cheltuielilor cu personalul colaborator.

d.6. analiza ponderii cheltuielilor de capital din bugetul total;

2010 – ponderea cheltuielilor de capital din totalul cheltuielilor este de 0 %

2011 – ponderea cheltuielilor de capital din totalul cheltuielilor este de 0 %

2012 – ponderea cheltuielilor de capital din totalul cheltuielilor este de 0,59 %

În anul 2012 s-au făcut investiții în achiziționarea de aparatură necesară la buna funcționare a activității (retroproiector și laptop).

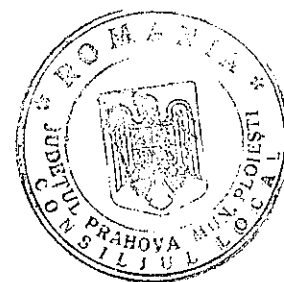
d.7. analiza gradului de acoperire a salariilor din subvenție/alocație: ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile):

În perioada anilor 2010 – 2012 gradul de acoperire a salariilor din subvenție a fost de 100%.

2010 – ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile): 1,36%;

2011 – ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile): 1,38%;

2012 – ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile): 6,37%;



E. Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor și obiectivelor prevăzute pentru perioada de management;

e.1. prezentarea strategiei culturale (artistice după caz) pentru întreaga perioadă de management;

Conceperea unei strategii manageriale eficiente are la bază obiectivele majore ale Casei de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești. Acestea au un caracter permanent și se desfășoară pe termen mediu sau lung, în funcție de perioada vizată, descriind ce căi și mijloace va folosi instituția pentru a-și atinge obiectivele. De fapt, strategia adoptată este un plan eşalonat în timp prin care se stabilește **unde** se dorește să ajungă instituția, **cum** trebuie să ajungă acolo, **cu** ce resurse se va face acest lucru. Pe tot acest parcurs se va ține cont de evoluția mediului extern și schimbările din mediul intern.

În stabilirea obiectivelor planului managerial pentru perioada 2013 – 2016 m-am raportat la misiunea instituției, prezentată la capitolul B.b4, în consens cu politicile culturale la nivelul Uniunii Europene, precum și cu politicile în domeniul culturii la nivel național *Strategia în domeniul patrimoniului Cultural național*, și local *Agenda Locală 21- planul local de dezvoltare durabilă a Municipiului Ploiești*. M-am referit la toate domeniile care vizează un management strategic:

Domeniul de aplicare	Probleme strategice identificate pentru perioada 2013 – 2016	Obiective
În plan managerial general	<p>Aplicarea standardelor de control managerial intern;</p> <p>Elaborarea de proceduri interne pentru eficientizarea activității;</p> <p>Organizarea funcțională eficientă a instituției;</p> <p>Flexibilizarea structurii organizaționale astfel încât să poată reacționa rapid la modificările mediului;</p> <p>Instruirea și exersarea capacității manageriale;</p> <p>Consolidarea spiritului de echipă;</p> <p>Necesitatea clarificării situației unui sediu propriu;</p>	<p>Atingerea nivelului de funcționalitate și performanță europeană</p> <p>Clarificarea situației sediului instituției</p>



În planul resurselor umane	Asigurarea cu personal a departamentelor deficitare; Pregătirea continuă și specializarea personalului; Consolidarea spiritului de echipă; Asigurarea mobilității și comunicării eficiente a personalului; Implicarea voluntarilor în organizarea activităților culturale;	Asigurarea funcționalității optime a instituției
În plan patrimonial	Asigurarea resurselor financiare necesare creșterii și dezvoltării colecțiilor pentru constituirea unei viitoare pinacoteci a municipiului Ploiești; Asigurarea siguranței, conservării și valorificării patrimoniului;	Constituirea și îmbogățirea permanentă a unei Pinacoteci a Municipiului Ploiești; Îmbogățirea colecției de costume populare;
În planul marketingului și PR	Identificare de noi mijloace de mediatizare și promovare; Folosirea eficientă a bazei materiale și patrimoniale pentru atragerea publicului; Necesitatea impunerii unor elemente de identificare vizuală a instituției; Identificarea nevoilor pieței culturale; Identificarea publicului țintă;	Poziționarea corectă a imaginii instituției în peisajul cultural local și național; Diversificarea ofertei culturale – educative a instituției; Realizarea periodică a studiilor și anchetelor sociologice;
În planul relațiilor culturale la nivel național și internațional	Îmbunătățirea și extinderea rețelei de comunicare cu instituții similare din țară și străinătate; Identificarea unor noi modalități de popularizare reciprocă;	Realizarea unor noi parteneriate cu instituții de cultură, asociații, etc. din țară străinătate; Mobilitatea circulației informației; Crearea unor baze de date comune privind oferta culturală și valorificarea acesteia;
În planul educației culturale	Promovarea și susținerea educației nonformale, pentru a deveni mai vizibilă în rândul grupurilor țintă; Identificarea unor noi parteneri de acțiune; Diversificarea temelor de proiect;	Completarea educației formale din școli prin activități cu mare libertate de exprimare;
În planul bazei Tehnico-	Asigurarea resurselor financiare pentru reparații, reorganizări, dotări; Asigurarea resurselor financiare pentru modernizarea sistemului informațional;	Creșterea calității actului cultural; Modernizarea sistemului Informațional;



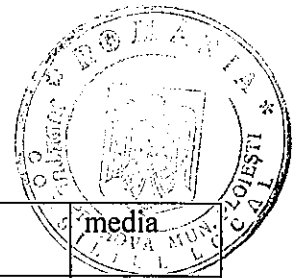
materiale	Asigurarea resurselor financiare pentru modernizarea bazei tehnico-administrative;	Asigurarea condițiilor optime de muncă;
În plan financiar	Identificarea și creșterea surselor de venituri proprii; Identificarea modalităților de economisire; Gestionare eficientă a cheltuielilor;	Atragerea de fonduri din surse externe; Buna organizare și gestionare a bugetului;

e.2, 3 programele și proiectele propuse pentru întreaga perioadă de management, cu denumirea și, după caz, descrierea fiecărui program, a scopului și țintei acestuia, exemplificări;

Programele Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești și a Universității Populare "Dimitrie Gusti" în perioada 2013 – 2016 vor avea în vedere menținerea proiectelor desfășurate până în prezent, adaptarea acestora la nevoile beneficiarilor, cât și propunerea de noi proiecte care să aducă un plus de valoare instituției.

Planul minimal de activități organizate de către Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești este prezentat mai jos:

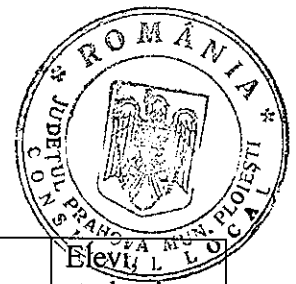
Nr crt	Denumire program	Descriere program	Obiective propuse	Perioada	Public țintă
1.	Manifestări dedicate poetului Mihai Eminescu	Participare la concursuri de recitare, creație, proiecte educaționale	Promovarea creației poetului Mihai Eminescu Descoperirea, promovarea tinerelor talente	Ianuarie	Elevi, studenți, cadre didactice, mass-media
2.	Manifestări dedicate dramaturgului "I.L.Caragiale"	Proiecte educaționale în școli Proiectul "Aproape de Caragiale" Serată literară	Promovarea creației dramaturgului "I.L.Caragiale" Descoperirea, promovarea tinerelor talente	Ianuarie	Elevi, studenți, cadre didactice, mass-media
3.	Manifestări dedicate poetului Nichita Stănescu, în cadrul Festivalului Internațional de Poezie "Nichita	Concursul județean de recitare "Sub aripa lui Nichita" Proiectul educațional "Aproape de Nichita" Târg de carte	Promovarea creației poetului Nichita Stănescu Descoperirea, promovarea tinerelor talente	Martie	Elevi, studenți, cadre didactice, personalități culturale, mass-



	Stănescu”	Serată literară Lansări de carte			media
4.	Ziua Internațională a Poeziei	Caravana poeziei	Revigorarea interesului pentru poezie la nivelul tuturor categoriilor sociale	Martie	Toate categoriile sociale, mass - media
5.	Zilele Ploieștiului	Târg de carte Spectacole Workshop-uri	Oferirea de produse culturale cetățenilor din Ploiești	Mai – Iunie	Toate categoriile sociale, mass - media
6.	Concurs pictură- grafică”Ploiești, orașul meu, oraș european”	Concurs de artă plastică adresat elevilor din instituțiile din Ploiești	Promovarea patrimoniului local Descoperirea, promovarea elevilor talentați	Mai – Iunie	Elevi, studenți, cadre didactice, mass- media
7.	Festivalul Național “I.L.Caragiale”	Concurs național de proză scurtă Concurs Național de teatru liceal	Descoperirea, promovarea elevilor talentați	Mai	Elevi, studenți, cadre didactice, media
8.	Expoziția Salonul artelor	Editarea unui catalog de artă contemporană cu artiști din UAP Ploiești	Promovarea artei contemporane și a artiștilor ploieșteni Sprijinirea actului cultural	Mai – Noiembrie	Artiști plastici, public, mass- media
9.	Spectacol “Zâmbet de copil”	Prezentarea într-un spectacol a programelor artistice ale cercurilor și a formațiilor artistice ale Casei de Cultură “I.L.Caragiale” Ploiești și a partenerilor invitați	Promovarea activităților instituției Motivarea copiilor de a participa la activități extrașcolare Îmbunătățirea relațiilor cu alte instituții	Iunie	Copii, elevi, părinți, instituții de cultură, mass - media
10	Workshop-ul Internațional de creație plastică “Dan Platon”	Organizarea unei tabere de creație plastică cu artiști profesioniști din țară și străinătate Organizarea unei	Îmbogățirea colecției de patrimoni cu lucrări de artă contemporană ce pot constitui	Iulie	Artiști plastici, oficialități, public, mass- media



		expoziții cu lucrările realizate în tabără	viitoarea pinacotecă a orașului.		
11	Festivalul Castanilor – In memoriam “Gabi Dobre”	Festival Concurs de Interpretare a Muzicii Folk. Cuprinde două secțiuni: concurs, recital	Revigorarea genului de muzică folk, Descoperirea, promovarea tinerilor talentați	Octombrie	Public avizat, mass - media
12	Concursul Național de Poezie “Iulia Hașdeu”	Organizarea unui concurs la nivel național de creație poetică în rândul liceenilor	Încurajarea creației literare Descoperirea, promovarea tinerelor talente	Octombrie- Noiembrie	Elevi, cadre didactice, personalități, mass -media
13	Spectacolul “Ghetuța cu cadouri”	Prezentarea într-un spectacol a programelor artistice ale cercurilor și a formațiilor artistice ale Casei de Cultură “I.L.Caragiale” Ploiești și a partenerilor invitați	Promovarea activităților instituției Motivarea copiilor de a participa la activități extrașcolare Îmbunătățirea relațiilor cu alte instituții	Decembrie	Copii, elevi, părinți, instituții de cultură, mass – media
14	Spectacolul “E vremea colindelor”	Spectacol de obiceiuri și tradiții populare românești	Promovarea tradițiilor populare românești Promovarea activității Ansamblului Folcloric “Prahova”	Decembrie	Toate categoriile de public, mass - media
15	Schimburi culturale în țară și străinătate	Participarea formațiilor artistice ale Casei de Cultură “I.L.Caragiale” Ploiești la festivaluri în țară și străinătate	Promovarea imaginii culturale a instituției în spațiul cultural național și internațional	În cursul anului	Public și mass-media din țară și străinătate
UNIVERSITATEA POPULARĂ “DIMITRIE GUSTI”					



16	Proiectul Atitudini	Cenaclul literar Atitudini Aparițiile lunare ale revistei Atitudini Serate literare	Descoperirea, încurajarea, promovarea tinerilor talentați, Creerea unui mediu propice creației literare	lunar	Elevi, studenți, cadre didactice, scriitori, iubitori de artă literară
17	Editare de carte	Tipărirea unor cărți cu specific literar	Sprijinirea și încurajarea inițiativei creației, criticii literare	ocazional	Public larg, scriitori, critici literari
18	Clubul Diana	Organizarea de diferite evenimente în scopul informării și a educației continue	Educația permanentă a publicului	lunar	Public feminin
19	Simpozioane, colocvii, conferințe	Organizarea de întâlniri între publicul interesat și membrii Consiliului Științific al Universității Populare "Dimitrie Gusti", invitați	Educația permanentă a publicului	Lunar, ori de câte ori există solicitări	Public larg, elevi, cadre didactice, mass-media
20	Proiecte educaționale	Organizarea de activități extrașcolare	Promovarea și susținerea educației nonformale	periodic	Elevi, cadre didactice, părinți, massmedia

Nota 1: Doresc să precizez că acest program este unul minimal, reprezentând angajamentele ferme ale candidatului cu privire la viitoarele proiecte culturale, program care se implementează în cadrul instituției, și care este agreat de Consiliul Local al Primăriei Ploiești. Voi prezenta în continuare câteva propuneri ce vin în completarea acestui program.

1. În cadrul manifestărilor dedicate poetului Mihai Eminescu și a Zilei Culturii Naționale propun organizarea unui **concurs județean de recitare** din opera poetului care să se adreseze elevilor din ciclul liceal și gimnazial. Acest concurs va avea ca obiectiv descoperirea, încurajarea și promovarea tinerelor talente. Elevii descoperiți vor putea fi



membrii unui **Club de Poezie**, care să activeze alături de Cenaclul Literar "Atitudinile". Și vor putea reprezenta instituția la concursuri de gen din țară.

2. Proiectele educaționale "Aproape de Caragiale", "Aproape de Nichita" să fie extinse într-un proiect mai amplu intitulat "**Aproape de valorile naționale**". Avantajul acestor proiecte este că se adresează unui public țintă numeros cu costuri foarte reduse. Obiectivele propuse sunt:

- Conștientizarea și responsabilizarea elevilor cu privire la importanța momentului ales;
- Trezirea interesului față de carte și de cultura românească, prin cultivarea sentimentelor de respect față de reprezentanții acesteia;
- Participarea efectivă a elevilor la activități în echipă;

3. **Concursul de artă plastică "Ploiești, orașul meu, oraș european"** propun să fie inclus într-un proiect de anvergură, la nivel interjudețean, "**Orașul meu de ieri, orașul meu de mâine**" care va avea ca țintă valorizarea de către elevi a clădirilor de patrimoniu și cu arhitectură modernă din fiecare oraș, precum și investigarea viziunii lor asupra modului cum văd orașul viitorului. Voi încerca să promovez lucrările elevilor participanți la concurs prin expunerea lor în străinătate prin Institutele Culturale din afara țării.

4. Organizarea unui amplu proiect educațional "**Festivalul Artelor și a Creativității**" în săptămâna dedicată programului "Să știi mai multe, să fii mai bun" propus de Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului. Acest proiect se constituie ca o inițiativă de dezvoltare multilaterală a copiilor, prin promovarea unui nou limbaj creativ în procesul de educație. Ca instituție care promovează formarea copiilor și tinerilor prin educație de tip nonformal dorim să venim în sprijinul cadrelor didactice în implementarea acestui program. Vor fi vizate activități ca: teatru, dans, muzică, arte plastice, ceramică, modelaj, fotografie, design vestimentar, dialog, cercetare, etc. Va viza implicarea unui număr cât mai mare de copii și elevi în activități care să răspundă intereselor și preocupărilor diverse ale acestora, să pună în valoare talentele și capacitățile lor în diferite domenii. Vor fi atrase școli din Municipiul Ploiești.



5. Diversificarea proiectelor educaționale. Promovarea educației artistice în școli

Cultura cu impact social și educațional nu a fost niciodată în România o prioritate, dovadă sunt foarte puținele studii, analize și rapoarte care să documenteze domeniul ca atare. Pe de altă parte, există o serie de proiecte și inițiative care justifică interesul de a dezvolta această direcție ca una prioritară pentru investițiile viitoare. Personal, consider acest gen de activități o provocare și voi acorda o mare atenție acestui program al proiectelor educaționale, pentru că le consider o modalitate de a investi în formarea tinerei generații. Alături de familie și școală, cred că o instituție de cultură, este o pârghie importantă care poate să completeze formarea personalității viitorului cetățean european. Prin tot ceea ce vom întreprinde vom viza formarea de aptitudini ale copiilor și elevilor, aducerea de noi informații care să completeze curriculum școlar, intermedierea unor proiecte culturale între alte instituții și școli, stimularea creativității, și aici mă refer nu numai la artă, ci la conceptul multidimensional al termenului "a crea" raportat la niveluri distincte: cognitiv, intelectual, social, economic, artistic, literar etc. Aceste intenții se integrează contextului educațional european și sunt cuprinse în Legea Educației Naționale.

Exemple de teme care ar putea fi abordate: *Educația estetică prin arta costumului, Dezvoltarea comunicării prin workshop teatral, Căruța cu tradiții, Dezvoltarea culturii muzicale prin audiții live, Ploieștiul la pas, Lumină și culoare, Să fim reporteri pentru o zi, Ziua cu povești, etc.*

Aceste proiecte pe termen lung aduc și alte beneficii: un public țintă mare, costuri reduse.

6. Inițierea unor schimburi culturale la nivel european și internațional. În funcție de bugetul alocat s-ar putea organiza un **Festival al schimburilor culturale** în care să fie implicate orașele înfrățite cu Municipiul Ploiești. S-ar putea organiza workshop-uri, parada costumelor populare, tradiții folclorice, muzică, spectacole, dans, întâlniri cu punerea în valoare a unor valențe individuale și specifice ale culturii partenerilor.

7. În ceea ce privește Universitatea Populară "Dimitrie Gusti" propun găsirea de noi parteneri, înlesnirea de schimburi culturale, organizarea de simpozioane cu teme de



interes pentru public. Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești poate înlesni întâlnirile, diferite personalități locale și naționale cu elevi, studenți, pensionari, etc.

8. Voi urmări diversificarea cercurilor pentru copii și elevi în context cu cerințele actuale. Înființarea unor cluburi pentru elevi, cum ar fi: club de lectură, club de dezbateri, club de poezie, de muzică, etc.

9. Voi acorda importanță unor segmente de public care nu au fost mult implicate în proiectele instituției, și anume studenții și pensionarii. Deoarece prima categorie dispune de o Casa de Cultură a Studenților cu o activitate variată și bogată, putem propune o colaborare viitoare cu această instituție. În ceea ce privește segmentul seniorilor, cred că aceștia sunt mai defavorizați privind accesul la activități culturale, și informațional dar mai ales material. Propun realizarea unui parteneriat cu Asociația Pensionarilor din Ploiești și implicarea lor în proiectele noastre.

10. Intenționez să promovez oferta culturală a instituției și printr-o abordare inedită a publicului țintă, și anume aceea de a ne deplasa noi către beneficiar, la locul de muncă, la instituțiile de învățământ, etc.

11. Voi sprijini orice inițiativă de proiect cultural, care va avea susținere materială în prevederile bugetare și care va fi în concordanță cu obiectivele Casei de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești.

Ca o concluzie activitatea Casei de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești va fi orientată pe trei coordonate: de a iniția, de a informa și de a sprijini actul cultural.

Nota 2: Menționez că propunerile făcute în ceea ce privesc programele și proiectele culturale pentru perioada de management sunt corelate cu bugetul de venituri și cheltuieli, și mai ales cu resursa umană, care este deficitară în acest moment așa cum am specificat și la capitolul c.2. De asemenea nu este deloc de neglijat nivelul scăzut al salariilor ceea ce poate determina o lipsă de motivare din partea angajaților.



e.4 alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management

Casa de Cultură "I.L.Caragiale" a Municipiului Ploiești poate să desfășoare o serie de activități, manifestări, evenimente, etc. ocazionale, dar care vin să susțină misiunea instituției în societate.

- Colaborarea cu alte instituții de profil și nu numai din Ploiești, din țară și străinătate;
- Organizarea de cursuri de formare profesională;
- Participarea la evenimente în țară altele de tipul concursurilor pentru copii, elevi (artă plastică, creație literară, recitare, dans);
- Alte activități organizate la solicitarea Primăriei Municipiului Ploiești, Consiliului Local Ploiești;

Lipsa unui spațiu propriu îngrădește paleta manifestărilor pe care instituția le poate organiza, cum ar fi expozițiile de exemplu.

F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției, cu menționarea resurselor financiare necesar a fi alocate de către autoritate;

f.1. previzionarea evoluției economico-financiare a instituției pentru următorii trei ani (perioada proiectului de management), corelată cu resursele financiare necesar a fi alocate din subvenția acordată instituției de către Consiliul Local al Municipiului Ploiești

- previzionarea evoluției cheltuielilor de personal ale instituției;
- previzionarea evoluției veniturilor propuse a fi atrase de către candidat, cu menționarea surselor vizate;

Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției în perioada 2013-2016 s-a realizat pe baza indicatorilor macroeconomici stabiliți printr-o scrisoare-cadru de Ministerul Finanțelor nr. 351641/ 31.05.2012, astfel:

Modificarea procentuală față de anul anterior:

An	2013	2014	2015	2016
Creștere economică %	3,1	3,6	3,9	3,5



Indicator	Sursa de finanțare	2013	2014	2015	2016 (ultimele două luni)
Venituri	Venituri totale	882.000 lei	914.000 lei	950.000 lei	164.000 lei
	Venituri proprii	32.000 lei	33.000 lei	35.000 lei	6000 lei
	Sponsorizări	12.000 lei	18.000 lei	20.000 lei	1000 lei
	Subvenții	850.000 lei	881.000	915.000 lei	158.000 lei
	Alte surse atrase	5000 lei	8000 lei	8000 lei	-
Cheltuieli	Cheltuieli totale	882.000 lei	914.000 lei	950.000 lei	164.000 lei
	Cheltuieli salariale	330.500 lei	342.400 lei	356.000 lei	62.000 lei
	Cheltuieli materiale din care -acțiuni culturale	551.500 lei	571.600 lei	594.000 lei	102.000 lei
		365.000 lei	378.000 lei	393.000 lei	68.000 lei

Notă: Conform legislației în vigoare donațiile și sponsorizările se trec ca valori în buget doar în momentul încasării sumelor, prin rectificare bugetară.

În fiecare an s-au atras venituri extrabugetare.

Veniturile propuse pentru finanțarea programelor instituției în perioada martie 2013 – februarie 2016 pot fi realizate din următoarele surse:

- taxe din activități educaționale:cursuri, cercuri;(ponderea acestora este mica)
- alte surse din diferite programe de finanțare nerambursabilă;
- alocația solicitată de la bugetul Consiliului Local al Municipiului Ploiești;

f.2. previzionarea evoluției costurilor, cuprinsă în anexa nr. 1, aferente proiectelor (din programele propuse), prin realizarea unei proiecții financiare privind investițiile preconizate în proiecte, cuprinse în anexa nr. 2, pentru întreaga perioadă de management (2013-2016).

Pornind de la realizările anilor precedenți, s-au stabilit limitele valorice pentru catalogarea proiectelor de investiții, conform tabelului de la anexa nr. 1



f.3 proiecția veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției

Analiza se găsește în Anexa nr. 3

Concluzii:

Într-o lume a globalizării economice, informaționale și culturale, într-o societate aflată într-o continuă schimbare, într-o piață concurențială în care există mijloace ușor accesibile de informare și de petrecere a timpului liber, dar care nu au consistență culturală, într-un mediu social în care interesul pentru cultură a oamenilor este în scădere, în care starea materială a populației se depreciază, în care renumerarea personalului care lucrează în domeniul educației culturale este demotivantă, când fondurile alocate culturii nu au mai crescut în ultimul timp, a manageria eficient o instituție de cultură este o adevărată provocare.

Managerul cultural trebuie să acționeze, nu să reacționeze, să găsească soluții, să aibă idei, să poată cu resursele de care dispune să facă lucrurile să meargă, să le aducă un plus de valoare.

Misiunea managerului cultural este aceea de a asocia managementul, creativitatea și cultura în vederea dezvoltării durabile a unei comunități.



Anexa nr. 1

Limitele valorice pentru catalogarea proiectelor de investiții

Categorii de investiții în proiecte	Limite valorice ale investiției în proiecte din perioada precedentă 2010 -2012	Limite valorice ale investiției în proiecte propuse pentru perioada de management 2013 -2016
(1)	(2)	(3)
Mici	Până la 5000 lei	Până la 5000 lei
Medii	de la 5000 lei până la 10.000 lei	de la 5000 lei până la 10.000 lei
Mari	Peste 10.000 lei	Peste 10.000 lei

ANEXA 2

Tabelul investițiilor în programe

Nr. crt	Programe / surse de finanțare	Categoriile de investiții în proiecte	Nr. de proiecte în 2013	Investiție în proiecte în 2013 (lei)	Nr. de proiecte în primul trimestru în 2014	Investiție în proiecte în 2014 (lei)	Nr. de proiecte în primul trimestru în 2015	Investiție în proiecte în 2015 (lei)	Nr. de proiecte în 2016	Investiție în proiecte în 2016 (lei)	Total investiție în program (lei)	
												Total nr. de proiecte în 2013
1	Programe culturale	mici	4	12000	4	12000	5	12500	6	13000		
2		mijlocii	5	44000	6	48000	8	60500	8	65000		
3		mari	11	309000	12	318000	12	320000	13	329000		
4	Total din care:		Total nr. de proiecte în 2013	Total investiție în proiecte în 2013 (lei) din care:	Total nr. de proiecte în 2014	Total investiție în proiecte în 2014 (lei) din care:	Total nr. de proiecte în 2015	Total investiție în proiecte în 2015 (lei) din care:	Total nr. de proiecte în 2016 (ultimile două luni)	Total investiție în proiecte în 2016 (lei) din care:		
5	Total		20	365000	22	378000	25	393000	27	407000	94	1543000
6	Surse atrase		1	15000	2	18000	2	20000	2	25000	7	78000
7	Bugetul autorității		19	350000	20	360000	23	373000	25	382000	87	1465000





Anexa nr. 3

Tabelul veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției

Perioada	Nr. de proiecte proprii	Nr. de beneficiari	Venituri propuse (mii lei)
Anul de referință 2012	80	4000	905,5
2013 (ultimele 10 luni)	75	5000	753
2014	90	6000	914
2015	95	7000	950
2016 (primele 2 luni)	15	500	100

Notă:

La rubrica "Număr de proiecte proprii" m-am referit doar la cele inițiate de Casa de Cultură "I.L.Caragiale" Ploiești. Când am spus proiecte m-am referit la toate activitățile culturale ce fac parte din programele culturale. Exemplu: În cadrul programului "Activități educaționale" intră toate proiectele organizate în scopul educației non-formale.

