

	Universitatea de Stat din Moldova	Organism emitent
	PLANUL DE ACȚIUNI AL CENTRULUI DE GHIDARE ÎN CARIERĂ	APROBAT Senatul USM din 24 iunie 2025 Rector, prof. univ. dr. SAROV

**PLANUL DE ACȚIUNI
AL CENTRULUI DE GHIDARE
ÎN CARIERĂ**

Art. 1. CADRUL NORMATIV

Planul de acțiuni al Centrului de Ghidare în carieră, a fost elaborat în baza următoarelor documente normativ-reglatorii:

- Codul Educației al Republicii Moldova
- Carta Universității de Stat din Moldova
- Regulamentului intern al USM,
- Regulamentul de organizare și funcționare a centrului de ghidare în carieră, a Universității de Stat din Moldova

Art. 2. MISIUNEA CGC

Misiunea CGC constă ghidarea în carieră a studenților, candidaților la studii, absolvenților, altor persoane interesate, privind proiectarea carierei, prin determinarea domeniului de formare profesională, traseului academic, monitorizarea angajabilității absolvenților

Art. 3. OBIECTIVELE CGC

- a) Ghidarea în carieră a candidaților la admitere;
- b) Facilitarea condițiilor pentru integrarea academică a studenților anului I;
- c) Oferirea suportului pentru configurarea traseului academic al studenților;
- d) Identificarea oportunităților profesionale de angajare în câmpul muncii a studenților din ultimii ani de studii;
- e) Consultanță în integrarea socio-profesională a absolvenților;
- f) Crearea unei baze de date a angajatorilor, prin consolidarea relațiilor cu agenții economici;
- g) Organizarea și ghidarea activității de voluntariat a studenților USM
- h) Formarea și utilizarea unei baze de date electronice privind angajabilitatea și cariera profesională a absolvenților USM;
- i) Participarea în realizarea de studii și cercetări în vederea identificării factorilor stimulatori și a barierelor în dezvoltarea profesională a absolvenților USM.

Art. 4. CONȚINUTUL GHIDĂRII ÎN CARIERĂ

Conținuturile activităților de ghidare în carieră din cadrul CGC, se vor axa pe patru direcții:

- a) *formarea nevoii de proiectare a carierei, sistemului de atitudini, valori și competențe ce facilitează integrarea socioprofesională;*
- b) *cunoașterea potențialului individual a persoanei;*
- c) *informarea;*
- d) *realizarea activităților de marketing vocațional.*

- *Formarea nevoii de proiectare a carierei, sistemului de atitudini și valori competențelor-cheie ce facilitează integrarea socioprofesională, vizează deținerea competențelor sociale (cele care facilitează și realizează comunicarea și interrelaționarea), precum și formarea sistemului de valori, atitudini, poziții/viziuni personale, care constituie o parte integrantă a concepției despre lume și viață a individului. În baza sferei afectiv-volitive se conturează interesele, tendința de manifestare, prin implicarea în activitatea social-utilă. În funcție de sistemul de valori, persoana identifică criteriile de evaluare a contextului social-economic, a posibilităților de autorealizare și a propriei dimensiuni vizavi de realitatea existentă.*

Substratul atitudinal-valoric al acțiunii umane determină prioritățile în viața omului, mobilizează resursele intelectuale și fizice, conturează moralitatea comportamentului. Pentru formarea sistemului de atitudini și valori este necesară crearea unor situații în care formabilii exersează.

Formarea sistemului de valori și a competențelor necesare integrării socioprofesionale au drept obiective:

- a) consolidarea motivelor favorabile activității profesionale;
- b) consolidarea/formarea unor atitudini pozitive față de profesia aleasă și a dorinței de implicare în activitatea profesională;
- c) aprecierea muncii ca mijloc de bază în crearea condițiilor de viață;
- d) formarea competenței de a lua decizii;
- e) formarea competenței de comunicare asertivă;
- f) formarea competenței de a rezolva probleme;
- g) aprecierea muncii ca mijloc de bază în crearea condițiilor de viață;
- h) evaluarea posibilităților de autorealizare prin profesie în Republica Moldova;
- i) aprecierea dezavantajelor migrării în scopul unei munci necalificate.
 - *Cunoașterea potențialului individual este importantă pentru ghidarea/proiectarea carierei.*

Acțiunile individului, felul de a gândi și a elabora sânt influențate de:

- a) specificul proceselor cognitive: atenție, memorie, gândire, imaginație etc., care generează anumite capacități;
- b) aptitudini, ce sunt dispoziții naturale și dobândite de a efectua anumite sarcini;
- c) interesele;

- d) imaginea de sine;
 - *Informarea*, permite stabilirea unor perspective ale acțiunii, ținând cont de:
 - a) lumea profesiilor și specificul acestora, caracteristici și particularități ale activității profesionale; condiții de unică și integrare profesională;
 - b) cerințele pieței muncii, perspectivele dezvoltării socioeconomice, oferta socială de muncă în diferite sectoare de activitate profesională;
 - c) posibilitățile sistemului educațional, se referă la domeniile de studii și formare profesională; ofertele sistemului educațional;
 - d) cadrul legislativ a activității profesionale.
 - *Realizarea activităților de marketing vocațional, promovarea și autopromovarea personalității*, care pune accent pe:
 - a) formarea abilităților de a identifica un loc de muncă;
 - b) identificarea surselor de informare despre angajator;
 - c) formularea criteriilor de segmentare a pieței muncii;
 - d) elaborarea dosarului funcțional al candidatului;
 - e) pregătirea pentru interviul de angajare.

Art.5. PRINCIPIILE DE ELBORARE ȘI REALIZARE A PLANULUI DE ACȚIUNI

- a) Principiul abordării sistemice și realizării sistematice;
- b) Principiul flexibilității și ajustării acțiunilor proiectate la contextul și nevoile concrete ale beneficiarilor;
- c) Principiul realizării activităților în baza unor repere metodologice de referință.

Art. 6 ACTIVITĂȚI PROIECTATE

Obiectiv strategic	Activități	Perioada de realizare	Indicatori anuali de rezultat
Grup-țintă: Elevii din învățământul preuniversitar			
I. Informarea despre oferta educațională a USM și perspectivele de formare profesională	• Vizite în licee și colegii	Martie – mai	• Minim 30 instituții de învățământ preuniversitar anual
	• Student USM pentru o zi	Aprilie	• Minim 300 de studenți
	• Școala ambasadorului USM	Ianuarie – februarie	• Minim 15 elevi de liceu
	• Sesiuni colective de informare cu prezență în licee	Septembrie – mai	• Activități organizate în licee și colegii – 20
	• Sesiuni colective de informare cu prezență la USM	Septembrie – mai	• Trainiguri și sesiuni de informare – 20
	• Vizite și excursii la USM	Octombrie – mai	• Minim 25
	• Ședințe individuale de informare	Pe parcursul anului calendaristic	• Circa 150
	• Suport informațional în timpul perioadei de Admitere	Iulie – august	• Circa 70% din candidații la admitere
II. Cunoașterea potențialului individual/ Diagnosticul predispozițiilor vocaționale	• Sesiuni colective de ghidare în carieră	Octombrie – iulie	• Circa 30
	• Sesiuni individuale de ghidare în carieră	Octombrie – iulie	• Circa 120
	• Aplicarea instrumentariului de diagnostic al predispozițiilor vocaționale	Octombrie – august	• Circa 300
	• Consiliere vocațională	Octombrie – mai	• Circa 70
III. Formarea competenței de luare a deciziilor pentru carieră și nevoii de proiectare a carierei	• Trainiguri colective	Octombrie – mai	• Circa 30
	• Sesiuni individuale de ghidare în carieră	Octombrie - august	• Circa 150
Grup-țintă: Studenții anului I			
I. Informarea	• Despre particularitățile învățământului universitar	Septembrie	•
	• Despre posibilitățile implicării în viața USM	Septembrie – octombrie	• Toți studenții anului I

			• învățământ cu frecvență și FR
	• Școala „Voluntar USM”	Ianuarie – martie	• Toți studenții anului I, învățământ cu frecvență
II. Cunoașterea potențialului individual/ Diagnosticul predispozițiilor vocaționale	• Sesiuni colective de ghidare în carieră	Septembrie – mai	• Cel puțin 2-3 la fiecare facultate
	• Sesiuni individuale de ghidare în carieră	Septembrie – mai	• Cel puțin 5% din contingent
	• Aplicarea instrumentariului de diagnostic al predispozițiilor vocaționale	Septembrie – mai	• Cel puțin 3% din contingent
III. Formarea competenței de luare a deciziilor pentru carieră și nevoii de proiectare a carierei	• Traininguri colective • Sesiuni individuale de ghidare în carieră	Octombrie – mai	• Cel puțin 2-3 la fiecare facultate
Grup țintă: <i>Studenții anului II (III)</i>			
I. Informarea	• Sesiuni de informare privind posibilitatea individualizării traseului de formare profesională	Octombrie – martie	• Cel puțin 2-3 sesiuni la fiecare facultate
	• Informarea prin mijloace digitale despre oportunitățile de realizare a activităților de voluntariat, stagiilor de practică; angajare part time	Pe parcursul anului	• Vizitarea paginii de circa 30% din contingent
II. Cunoașterea potențialului individual/ Diagnosticul predispozițiilor vocaționale	• Aplicarea instrumentariului de diagnostic al predispozițiilor vocaționale	Septembrie – mai	• Circa 3% din contingent
	• Traininguri colective și consultanță individuală, la cerere	Octombrie - mai	• Cel puțin 1 training în semestru la fiecare facultate
Grup-țintă: <i>Studenții absolvenți</i>			
I. Informarea	• Sesiuni de informare privind piața muncii și specificul activității profesionale în domeniul de formare profesională	Noiembrie – februarie	• Cel puțin o sesiune per facultate
	• Sesiuni de informare privind particularitățile angajării și facilitățile pentru tinerii specialiști	Martie – aprilie	
II. Formarea competenței de luare a deciziilor pentru	• Traininguri colective și consultanță individuală, la cerere	Ianuarie – aprilie	• Cel puțin o sesiune per facultate

carieră și nevoii de proiectare a carierei			
	• Sesiuni individuale de ghidare în carieră	Octombrie – mai	• Circa 200 persoane
	• Consiliere în carieră	Octombrie – mai	• Circa 100
III. Marketing vocațional	• Formarea competenței de elaborare a dosarului candidatului (instrucțiune și suport prezentat în format digital)	Pe parcursul anului	• Vizitarea paginii de minim 25 % dintre studenții absolvenți
	• Traininguri privind segmentarea pieței și identificarea unui loc de muncă	Ianuarie – martie	• Circa 25 de traininguri anual
	• Formarea competenței de elaborarea a CV și pregătirea pentru interviul de angajare	Octombrie – martie	• Cel puțin o instruire la fiecare facultate
	• Identificarea gradului de angajarea absolvenților. Aplicarea chestionarului instituțional/ utilizarea platformei	Septembrie – octombrie	• În fiecare an
	• Analiza datelor privind gradul de angajarea a absolvenților.	Octombrie – noiembrie	• În fiecare an
	• Elaborarea rapoartelor. Prezentarea tendințelor	Martie – mai	• Prezentarea datelor la fiecare facultate și la un Consiliu de administrație
Grup-țintă: Partenerii			
I. Informarea	• Completarea paginii cu ofertele partenerilor USM: posibilități de angajare, stagii de practică sau posibilități de realizare a voluntariatului	Pe parcursul anului	• Actualizarea periodică, în funcție de ofertele partenerilor
	• Organizarea/participarea la târgurile locurilor de muncă	Pe parcursul anului	• Minim 3 târguri anual
	• Prezentarea informației privind concursuri, evenimente, oferte speciale	Pe parcursul anului	• La cererea partenerilor