

---

## Proiect de intenție privind dezvoltarea IPNA „Teleradio-Moldova”

### STRATEGIA DEZVOLTĂRII TVM1 3M:

Cele mai complexe parti a audiovizualului sunt televiziunea si radioul, care influențează prin imagine și prin sunet, la formarea generațiilor. Operativitatea, credibilitatea argumentată prin imagini concludente si sunet, fac aceste genuri de mass-media să domine audiența.

Sarcina majora a televiziunii nationale Moldova 1 si postului national de radio Moldova este promovarea, ocrotirea și perpetuarea valorilor naționale si europene, a tradițiilor culturale și sociale. Valorile naționale, în această ordine de idei, reprezintă contribuția pe care postul national de televiziune si radio trebuie sa o aduca in spațiul cultural si social.

Analizind imaginea actuala reflectata de catre televiziunea nationala Moldova 1 si postul national de radio Moldova, apare un sentiment de frustrare. Dintr-o parte acestea sunt sustinute de stat inca din anii 50, pe de alta parte sunt ca o pata sura pe fundalul audiovizualului autohton. Acoperire nationala, echipa de profesioniști, sustinerea istorica a telespectatorilor si ascultatorilor radio, emisiune BRAND-uri – toate conditiile sus mentionate sunt caracteristice posturilor TV si radio de succes, ce se bucura cit de autoritate in spatiu media, atit si de prosperitate financiara. Dar, din pacate, nu in cazul televiziunii nationale Moldova 1 si postului national de radio Moldova .

Reesind din cele sus indicate propun implimentarea Strategiei dezvoltarii televiziunii nationale Moldova 1 si postului national de radio Moldova **3M: modernizare, mobilizare, management**. Anume acesti piloni vor fi la temelia dezvoltarii si renasterii Postului National de Televiziune si Radio nr. 1.

Pentru obtinerea unei cote mai bune pe piata audiovizualului, dar si o mai buna notorietate, se va propune o strategie de dezvoltare prin: **Modernizare, Mobilizare si Management** efectiv.

- Modernizarea departamentului programe - este ceea ce creaza imaginea telespectatorului si ascultatorului pentru al mentine in fata ecranului pentru o perioada mai lunga si formarea deprinderii de revenire ca spectator. Diversitatea contentului, plasarea contentului in grila de emisie in dependenta de specificul auditoriului postului de televiziune sau radio la fiecare ora a zilei, asigurarea revarsarii si acumularii audientei de la o emisiune la alta – acestea sunt obiectivele de baza a unui

---

department de programe bine pregatit si structurat. Toate acestea necesita un sistem de achiziționare a programelor și a drepturilor de difuzare bine organizat.

- Modernizarea departamentului de producere a contentului autohton – a unui content original, modern, bazat pe formatele internationale si tendintele internationale ale televiziunii moderne, pentru a satisface diversitatea culturală și gusturile diferitelor paturi sociale, ca urmare puternic promovată pentru a atrage un numar important de auditoriu. Calitatea si reusita proiectelor de producere proprie pentru televiziune si radio, in mare masura depind de specialistii implicati in procesul de regie si producere. Anume resursele umane necesita recalificare, ridicarea nivelului de profesionalism, treninguri. Emisiunile autohtone sunt cele care alcatuiesc baza grilei de emisie a unei mass-media publice. Stirile, talk-show-urile, emisiunile distractive necesita actualizare si adaptare la noile tendinte ale televiziunii secolului XXI. Locatiile si panourile de filmari pentru departamentul de producere a programelor autohtone este baza in dezvoltarea postului de televiziune. Reesind din tendintele televiziunii contemporane si din preferintele telespectatorului de azi, viitorul televiziunii este in cresterea bazei produselor autohtone calitative. Strategia de dezvoltare a postului de televiziune si radio este in cresterea si dezvoltarea unui departament capabil sa produca content calitativ si la nivelul cerintelor audientei mass-media.
- Diversificarea grilei Radio Moldova prin introducerea noilor proiecte sociale, culturale, educative si distractive, pentru realizarea sarcinii social obstești a postului national de radio.
- Modernizarea Departamentului Marketing - atit a imaginii generale a postului de televiziune si radio (logou, ID-uri, personalitati ect.) cit si a procesului de producere a materialelor promo si difuzarea lor atit in cadrul postului cit si organizarea companiilor de promovare in afara postului de televiziune si radio (outdoor).
- Modernizarea tehnica- este vital necesar de a moderniza baza material tehnica. Imaginea, sunetul, studiourile au nu mai putina importanta decit continutul informativ al emisiunii si trebuie sa corespunda cerintelor moderne.

- 
- Noi tehnologii – care presupun integrarea postului national de televiziune Moldova 1 si postul de radio Moldova in spatiul digital, mobile tv, web tv, web radio, retele de socializare. Folosirea pe larg a oportunităților oferite de noile tehnologii multimedia, în scop de comunicare, pentru crearea unei imagini favorabile postului public de televiziune si radio;
  - In scopul obtinerii tezelor mentionate in compartimentul modernizare, este necesar de a stabili categoriile primordiale care necesita investitii, cit din partea statului, atit si din veniturile proprii.
  - Formarea imaginii atractive pentru tinerii specialisti, care au viziuni moderne, noi si revizuirea sistemului de productie a contentului, avind drept scop minimizarea costurilor si cresterea calitatii produsului final.
  - Diagnosticarea problemelor majore din sistem si cautarea cailor de rezolvare cu ajutorul atragerii specialistilor in domeniu din afara companiei.
  - Implimentarea sistemului integrat de management. Administrare logica și sistematica, care permite de a adopta decizii optime strategice ce conduc către un lucru efectiv si rezultat bine determinat.
  - Determinarea unei structuri de corelare si colaborare intre departamente, cu scopul de a fixa un scop final comun si de a stabili etapele si modalitatile prin care, in comun, se va ajunge la realizarea obiectivelor companiei. Gestionarea corecta a personalului - rezolvă problema de selecție, plasare, instruire, perfecționare, alegerea metodelor de remunerare și de stimulare a lucratorilor. Fixarea instructiunilor de munca a fiecarui specialist in partea, determinarea corelatiei dintre departamente si fixarea unui scop final comun. Creșterea capabilităților interne, asigurându-se că structurile organizației, sistemele de resurse umane, sistemele de comunicare și procesele de management valorifică pe deplin motivația oamenilor și îi ajută să funcționeze la potențialul lor maxim.

- 
- Crearea condițiilor favorabile de headhunting, cu scopul recrutării în companie a persoanelor de succes din sfera mass-media cit autohtona, cit și internațională.
  - Managementul inovativ - are drept scop implementarea proceselor și tendințelor internaționale de ultimă generație în vederea atragerii interesului publicului și menținerea lui.
  - Management financiar - bugetarea și planificarea finanțelor, formarea și distribuirea resurselor financiare, evaluarea poziției financiare actuale și viitoare, luând măsurile necesare pentru a le consolida.
  - Gestionarea, colectarea, prelucrarea și analiza datelor cu privire la activitatea organizației, comparându-le cu sursa și obiectivele, rezultatele altor organizații în scopul depistării precoce a problemelor, utilizarea rezervelor pe deplin a potențialului existent.

Cu forțe tinere, viziuni și idei inovatoare, putem să-i dăm o șansă companiei Teleradio Moldova să renască și să ocupe locul bine meritat în audiovizualul din Republica Moldova. Implementind dezvoltarea organizațională, îmbunătățirea performanțelor la nivel individual a fiecărui colaborator, de grup și organizațional, sigur va duce la îmbunătățirea abilității organizației de a răspunde în mod eficient la cerințele actuale a consumatorului media.

Cu respect,

Bordeianu Olga