

PROIECT “CONSOLIDAREA REȚELEI NAȚIONALE DE FURNIZORI DE ÎNGRIJIRI PRIMARE DE SĂNĂTATE PENTRU ÎMBUNĂTĂȚIREA STĂRII DE SĂNĂTATE A POPULAȚIEI, COPII ȘI ADULȚI (INCLUSIV POPULAȚIE VULNERABILĂ)”

ATELIER DE LUCRU “VOLUNTAR PENTRU SĂNĂTATE”

- CAIETUL PARTICIPANTULUI



CAPITOLUL 1. SĂNĂTATEA PUBLICĂ – O PROVOCARE ÎN 2020-2021

Lector: Cristina Bîcîilă



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Sănătatea publică

„știința care studiază problemele de sănătate ale unei populații, starea de sănătate a colectivității, serviciile de igiena mediului, serviciile generale sanitare și administrarea serviciilor de îngrijiri. Este strâns legată de conceptele medicinei preventive, medicinei sociale, abordând în egală măsură sănătatea comunitară, sănătatea publică veterinară”.

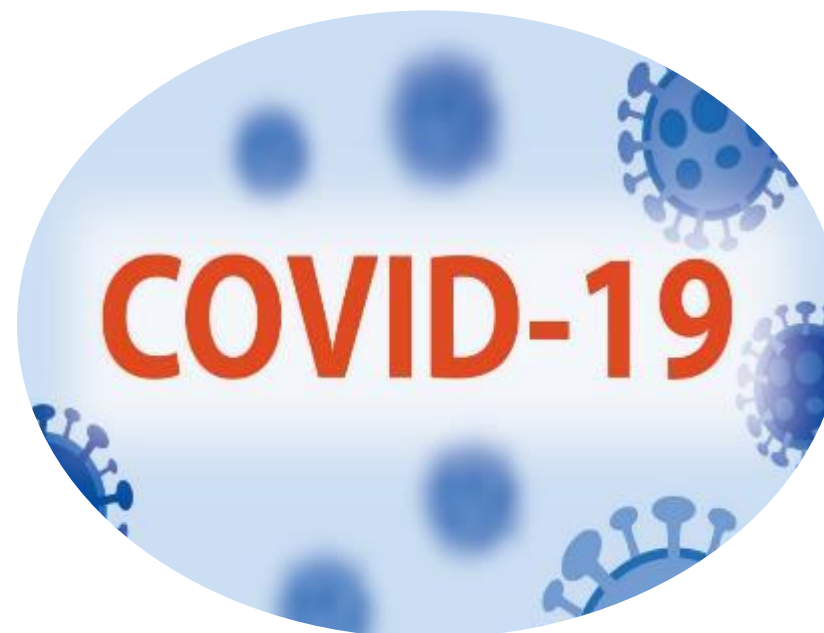
Ca ramură și parte integrantă a sănătății publice se numără și medicina comunitară, desemnând legătura bilaterală între medicină și comunitate și determinismul socio- economic, politic și cultural al sănătății comunității. De asemenea, exprimă responsabilitatea colectivă a medicinei față de comunitate pentru problemele comunitare susceptibile de a afecta sănătatea.



Provocările 2020-2021

Scopurile sănătății publice:

- ❖ promovarea sănătății
- ❖ ocrotirea sănătății, prin menținerea sănătății și prevenirea bolilor
- ❖ controlul morbidității prin combaterea bolilor și a consecințelor acestora
- ❖ redobândirea sănătății
 - lipsa continuității în mesaje
 - sistem sanitar învechit
 - personal calificat insuficient
 - politizarea excesivă





VOLUNTARIAT



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Istoria voluntariatului

“voluntariatul este cu și despre oameni”



“munca unui miliard de voluntari din întreaga lume echivalează cu activitatea a 109 milioane de muncitori cu normă întreagă” United Nations Volunteers

“Voluntariatul este un factor important în crearea unei piețe europene competitive a muncii și, totodată, în dezvoltarea educației și formării profesionale, precum și pentru creșterea solidarității sociale.” Legea 78/2014



Definiția corectă a voluntariatului este:

Mentimeter

0%	0%	0%
participarea neremunerată a unei persoane la activități de interes public destinuate în folosul altor persoane, organizații de persoane juridice	participarea neremunerată a unei persoane la activități de interes public destinuate în folosul altor persoane, organizații de către persoane juridice	participarea neremunerată a unei persoane la activități de interes public destinuate în folosul altor persoane, organizații de către ONG

Press S to show image

Voluntariatul

- “un comportament social universal care pornește din dorința oamenilor de a acționa pentru schimbare, în locul unui comportament pasiv în fața parcursului de dezvoltare” **ONU**
- “participarea voluntarului, persoană fizică, la activități de interes public desfășurate în folosul altor persoane sau al societății, organizate de către persoane juridice de drept public sau de drept privat, fără remunerație, individual sau în grup” **Legea 78**





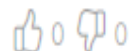
Voluntariatul schimbă

SOCIETATEA

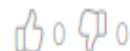
- ✓ Oameni
- ✓ Comunități
- ✓ Vieți

Valorile voluntarului **Exercițiu**

încredere



curiozitate



discriminare



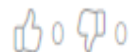
optimism



determinare



curaj



corupție



integritate



activism



indiferență



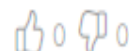
învățare continuă



entuziasm



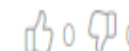
respect



negativism



individualism

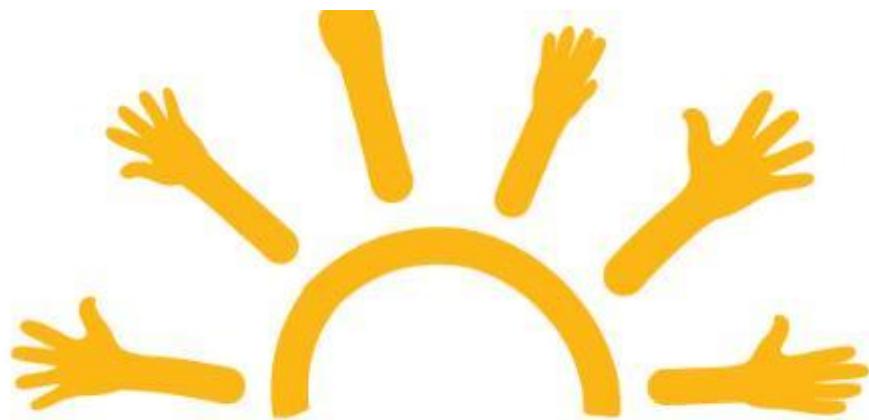


solidaritate



altruism





FII VOLUNTAR
luminează viața

**BENEFICIILE
VOLUNTARULUI**

Beneficiile voluntarului

- Experiență de muncă, dezvoltarea cunoștințelor și abilităților existente
- Mentorat, consiliere și orientare profesională
- Formarea spiritului de echipă, cunoașterea de oameni noi
- Impactul în comunitate cu rezultate vizibile
- Posibilitatea cunoașterii unor specialiști, lider de comunități etc
- Conectarea cu alți voluntari sau persoane care lucrează în domeniul de interes



Rolul voluntariatului în societate



Tipuri de voluntariat

- artistic
- cultural
- sportiv și recreativ
- educațional
- științific & de cercetare
- de tineret
- de mediu
- de sănătate
- social
- de solidaritate
- de dezvoltare comunitară
- ajutor umanitar
- civic
- filantropic

• individual

• organizat

Legea voluntariatului

- ❖ “participarea ca voluntar, activitate de interes public, neremunerată și bazată pe o decizie liber consimțită a voluntarului;
- ❖ implicarea activă a voluntarului în viața comunității;
- ❖ participarea persoanelor la activitățile de voluntariat, pe baza egalității de șanse și de tratament, fără discriminări;
- ❖ activitatea de voluntariat nu substituie munca plătită;
- ❖ caracterul de interes public al activității de voluntariat.”

Legea voluntariatului

- ❖ Organizația oferă o activitate adecvată solicitării sau pregătirii voluntarului în ceea ce privește misiunea, structura și activitățile de bază ale organizației, drepturile și responsabilitățile voluntarului, regulamentele interne
- ❖ Activitatea de voluntariat se desfășoară în urma unei cereri din partea organizației-gazdă, aceasta putând refuza colaborarea
- ❖ Activitatea de voluntariat poate fi considerată experiență personală, dacă este realizată în domeniul studiilor absolvite de către voluntar, organizația-gazdă fiind obligată să emită un certificat de voluntar.
- ❖ Substituirea contractului de muncă printr-unul de voluntariat este interzisă

Contractul de voluntariat

ORGANIZAȚIE



ACTIVITATE DE INTERES PUBLIC

VOLUNTAR



CONVENȚIE

ACTIVITATE ADECVATĂ MISIUNII
ORGANIZAȚIEI, VOLUNTAR,
FĂRĂ REMUNERAȚIE

Asistența de sănătate publică



A. prevenirea, supravegherea și controlul bolilor transmisibile și netransmisibile prin:

1. asigurarea imunizărilor;
2. controlul epidemiilor;
3. supravegherea bolilor;
4. supravegherea factorilor de risc comportamentali;
5. prevenirea accidentelor;

B. monitorizarea stării de sănătate prin:

1. monitorizarea indicatorilor stării de sănătate;
2. monitorizarea determinanților stării de sănătate;
3. monitorizarea eficacității și eficienței activităților din domeniul sănătății publice;
4. evaluarea nevoilor populației privind serviciile de sănătate publică;

C. promovarea sănătății și educația pentru sănătate prin:

1. campanii de informare-educare-comunicare;
2. programe de educație pentru sănătate și promovare a sănătății în comunități;
3. dezvoltarea și implicarea comunităților locale;
4. pledoaria pentru sănătatea publică;

Asistența de sănătate publică



D. sănătatea ocupațională prin:

1. definirea standardelor de sănătate ocupațională;
2. controlul aplicării reglementărilor sănătății în muncă;

E. sănătatea în relație cu mediul prin:

1. monitorizarea factorilor de mediu în relație cu sănătatea;
2. reglementarea calității principalilor factori de mediu;
3. stabilirea normelor de igienă și sănătate publică comunitare;
4. controlul aplicării reglementărilor referitoare la calitatea factorilor de mediu;

F. reglementarea primară și secundară în domeniul sănătății publice prin:

1. elaborarea, revizuirea, adaptarea și implementarea legislației din domeniul sănătății publice;
2. reglementarea circulației bunurilor și serviciilor cu potențial impact asupra sănătății publice;

Asistența de sănătate publică



G. managementul sănătății publice bazat pe:

1. managementul politicilor, planificării și dezvoltării sistemului de sănătate publică;
2. formularea și implementarea politicilor de sănătate publică pe baze științifice;
3. cercetarea în domeniul sănătății publice și al sistemelor de sănătate;
4. colaborarea și cooperarea internațională în domeniul sănătății publice;

H. servicii de sănătate publică specifice:

1. servicii de sănătate școlară;
2. servicii de urgență în caz de dezastre și calamități;
3. servicii de laborator în domeniul sănătății publice;
4. servicii de planificare familială;
5. servicii de screening pentru depistarea precoce a bolilor;
6. servicii prenatale și postnatale;
7. servicii de consiliere în domeniul sănătății publice;
8. servicii de sănătate publică în transporturi;
9. servicii de sănătate destinate copiilor;
10. servicii de securitate transfuzională;
- i) servicii medicale și tratament specific în cazul bolilor cu impact major asupra sănătății publice



DRAGI VECINI ÎN VÂRSTĂ!

Dacă vă este teamă de coronavirus și aveți nevoie de ajutor, putem merge la cumpărături sau la farmacie în locul dumneavoastră. Este de ajuns să sunați la ușa cu numărul sau la numărul de telefon:

.....
(introdu numărul de telefon)

Puteți conta pe noi!

Vecinii dumneavoastră

.....

Această acțiune umanitară a apărut la inițiativa locuitorilor din Varșovia. ONG-ul polonez „W imieniu” (FB.com/pomagamysobie) care în 2018 a organizat o strângere de fonduri pentru copii din Siria, a pregătit acest afiș.

Tipărește-l și pune-l la intrarea în bloc.



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alexandrescu-Rădescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization



EXEMPLE DE VOLUNTARIAT

CAPITOLUL 2.

ORGANIZAREA SISTEMULUI DE SĂNĂTATE PUBLICĂ ÎN ROMÂNIA - CONLUCRARE PUBLIC - PRIVAT

Lector: Marina Ruxandra Oțelea



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

?

- Criterii de selecție ale unor parteneri organizaționali

Cuprins

- Selecția partenerului asociativ
 - Misiunea asociației
 - Viziunea asociației

Misiunea organizației

Declarația de misiune reflectă **specificul și unicitatea** organizației.

Ce nevoie socială îndeplinește



Ce beneficii oferă comunității în care activează



Care sunt beneficiarii direcți sau indirecti



Exercițiu Analizați următoarele două declarații de misiune

1. O.N.G. 1: Să menținem active serviciile de sănătate a reproducerii, să promovăm sănătatea și starea de bine în județul X.
2. O.N.G. 2: Misiunea noastră este să asigurăm opțiuni preferențiale de îngrijire medicală pentru cei cu mijloace financiare reduse.

Temă:

- Stabiliți dacă declarațiile de misiune sunt bine formulate.
- Susținerea selecției.
- Propuneri de re-formulare?

Tipuri de strategii pentru îndeplinirea misiunii unei organizații

- Ajutor f. bine personalizat

strategia bazată pe beneficiari individuali

- Ajutor destinat celor care au cea mai mare nevoie

beneficiari din grupul persoanelor cu risc înalt

- Ajutor al întregii comunități

strategia ecologică

Aprecierea adecvării strategiei de activități la diversele tipuri de beneficiari **Exercițiu**

După împărțirea în 3 grupuri de câte 5-7 persoane, fiecare grup vă rezolva următoarea temă:

- Grup 1: Identificați avantaje și dezavantaje ale **strategiei bazate pe beneficiari individuali** pentru îndeplinirea misiunii O.N.G.1.
- Grup 2: Identificați avantaje și dezavantaje ale **strategiei ecologice** pentru îndeplinirea misiunii O.N.G. 1
- Grup 3: Identificați avantaje și dezavantaje ale strategiei bazate **pe beneficiari din grupul persoanelor cu risc înalt** pentru îndeplinirea misiunii O.N.G. 1

CAPITOLUL 3. COD ETIC DREPTURI, RESPONSABILITĂȚI, ÎN SĂNĂTATEA PUBLICĂ

Lector: Cristina Bîcîilă



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Codul etic în sănătatea publică. Principii

- ❖ Prioritatea interesului public – interesul public mai presus de cel personal
- ❖ Asigurarea egalității de tratament – personalul are îndatorirea de a aplica aceleași măsuri în situații identice sau similare
- ❖ Profesionalismul – îndeplinirea atribuțiilor de serviciu cu responsabilitatea, competență, eficiență, corectitudine și conștiințiozitate
- ❖ Imparțialitatea și nediscriminarea – atitudine obiectivă
- ❖ Integritatea morală – interzisă acceptarea avantajelor/ beneficiilor morale sau materiale
- ❖ Libertatea gândirii și a exprimării – poate să-și exprime și să-și fundamenteze opiniile, cu respectarea ordinii de drept
- ❖ Cinstea și corectitudinea – de bună credință și să acționeze pentru îndeplinirea conformă a atribuțiilor de serviciu
- ❖ Deschiderea și transparența – activitățile desfășurate de angajații din sistem public pot fi supuse monitorizării cetățenilor.



Codul etic al voluntarului



Înalte standarde etice, pe tot parcursul activității

Onestitate & compatibilitate cu interesul organizației

Transparență în ceea ce privește respectarea legii

Declararea conflictelor de interese personale/ ale organizației

Respectarea principiilor egalității și drepturilor fundamentale ale omului

Integritate (nu vor face abuz de rolul lor, nu vor primi favoruri)

Codul etic al voluntarului

Înalte standarde etice, pe tot parcursul activității



Confidențialitatea informațiilor și datelor personale

Protejarea beneficiarilor minori

Verificarea și aprobarea comunicării externe (social media)

Orice încălcare a codului etic la organizației poate determina încheierea contractului

Drepturile voluntarilor



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alexandrescu-Roesescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization



- ❖ Dreptul de a desfășura activitatea de voluntariat conform capacității și disponibilității
- ❖ Dreptul de a solicita organizației eliberarea certificatului de voluntariat și raportul de activitate;
- ❖ Dreptul la confidențialitate și protecția datelor personale;
- ❖ Dreptul la timp liber corespunzător cu activitatea de voluntariat.
- ❖ De a fi informați asupra misiunii, a programelor, activităților, echipei organizației
- ❖ De a primi în clar descrierea rolului și responsabilitățile care le revin în organizație
- ❖ De a fi supervizați, încredințați unui mentor/ tutore pentru a fi orientați și pregătiți
- ❖ De a participa la pregătire profesională, cursuri pentru dezvoltarea personală și profesională
- ❖ De a fi recunoscuți și tratați cu respect și demnitate, ca orice alt membru al echipei



Drepturile voluntarilor

- De a avea condiții corespunzătoare de muncă
- De a refuza sarcinile care nu sunt în concordanță cu capacitatea individuală de muncă sau care nu le respectă integritatea mentală sau fizică
- De a participa la luarea de decizii sau consultați în luarea deciziilor, acolo unde competențele voluntarilor sunt în concordanță cu nevoile organizației
- De a le fi decontate cheltuielile de hrană, cazare și transport în desfășurarea activităților de voluntariat, în limita sumelor alocate cu această destinație
- Activitatea voluntarului nu substituie munca plătită
- Orice persoană poate deveni voluntar, cu acces la oportunități de voluntariat, indiferent de vârstă, sex, rasă, religie, dizabilități etc. și poate participa la o recrutare deschisă și corectă.



Responsabilitățile voluntarilor



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alexandrescu-Roesescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

- ❖ Să respecte legislația în vigoare, regulamentul de ordine interioară și codul de etică al organizației
- ❖ Să desfășoare activitățile descrise în fișa postului
- ❖ Să participe la programele de mentorat, să fie deschiși dezvoltării personale și profesionale
- ❖ Să participe cu idei și expertiză în luarea de decizii, planificarea strategică și implementarea programelor
- ❖ Să ceară ajutorul acolo unde consideră necesar, să se adapteze politici organizaționale și să colaboreze cu echipa
- ❖ Să notifice organizația în cazul absențelor, să fie punctuali
- ❖ Să accepte doar activitățile pe care le pot duce la bun sfârșit și să îndeplinească sarcinile asumate

- ❖ Să ofere feedback constructiv și sugestii coordonatorului, să primească feedback de la acesta
- ❖ Să acționeze într-o manieră responsabilă și onestă în toate situațiile, inclusiv respectând mediul de lucru și orice echipament folosit
- ❖ Să refuze cadouri, recompense financiare sau sugestii din partea beneficiarilor.
- ❖ Să respecte confidențialitatea datelor conform codului de etică și a legislației în vigoare
- ❖ Să trateze toți membrii organizației/ beneficiarii cu respect și demnitate, indiferent de vârstă, sex, rasă, religie, dizabilități etc.

CAPITOLUL 4. INTEGRAREA VOLUNTARULUI ÎN ACTIVITĂȚI DE SĂNĂTATEA PUBLICĂ

Lector: Cristina Bîcîilă



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

CODUL ETICAL ORGANIZAȚIEI



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



Codul etic al organizației. Principii



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization



Principiul transparenței

- Procesul de selectare
- Codul etic
- Acces la informații și resurse
- Integrarea voluntarului într-un proces de mentorat
- Comunicare permanentă
- Monitorizarea activității

Principiul responsabilității

- Împlinirea scopului social al organizației
- Respectarea drepturilor fundamentale
- Activitatea voluntarului nu substituie munca angajaților

Codul etic al organizației. Principii



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alexandru-Rădulescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization



Principiul legalității

- Organizația nu are activități care contravin legilor
- Organizația se opune tentativelor de corupție, fraudă, abuz sau alte nelegalități

Principiul echității și demnității

- Respectarea drepturilor fundamentale ale omului în definirea scopului, misiunii, activităților de zi cu zi
- Respectarea tuturor angajaților, voluntarilor, colaboratorilor, beneficiarilor în mod egal
- Nicio persoană angajată sau colaboratoare nu va face abuz, nu va cere/ primi favoruri de orice natură, va asigura un mediu sigur care previne exploatarea socială, abuzul sau corupția.

Codul etic al organizației. Principii

Principiul confidențialității

- organizația trebuie să se asigure că are un protocol intern în ceea ce privește informațiile și datele personale, că nu folosește, publică, divulgă date personale fără acordul scris al beneficiarului, se asigură că persoanele angajate sau voluntarii cunosc acest protocol și îl respectă. Organizația cunoaște și respectă legislația în vigoare referitoare la GDPR. Organizația are rolul de a stabili limitele confidențialității la nivelul activității angajaților, colaboratorilor și voluntarilor.

Codul etic al organizației



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Roesescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization



(3) Personalul de conducere, prin deciziile sale și exemplul personal, sprijină și promovează valorile etice și integritate profesională și personală a celorlalți angajați. Deciziile și exemplul personal trebuie să reflecte:

- valorificarea transparenței și probității în activitate;
- valorificarea competenței profesionale;
- inițiativa prin exemplu;
- conformitatea cu legile, regulamentele, regulile și politicile specifice;
- respectarea confidențialității informațiilor;
- tratamentul echitabil și respectarea indivizilor;
- relațiile loiale cu colaboratorii;
- caracterul complet și exact al operațiilor și documentațiilor;
- modul profesional de abordare a informațiilor financiare;

(4) Pentru a putea acționa în conformitate cu valorile instituției, personalul are nevoie de sprijin și de o comunicare deschisă, în special atunci când este vorba despre ajutorul acordat pentru rezolvarea dilemelor și a incertitudinilor în materie de conduită adecvată.

(5) Personalul este liber să comunice preocupările în materie de etică. Personalul de conducere al instituției trebuie să creeze un mediu adecvat acestui tip de comunicare.

(6) Personalul de conducere are obligația să supravegheze comportamentul efectiv al angajaților, referitor la standardul de etică și integritate, și să trateze în mod adecvat orice abatere de la codul de conduită.

CODUL ETICAL ORGANIZAȚIEI

* Sursa: Cod etic DSP Constanța

Motivarea voluntarilor

- Asigurarea unui mediu de muncă în care acesta poate câștiga experiență, își poate valorifica și dezvolta cunoștințele și abilitățile existente (ex. caravana de evaluare a stării de sănătate în mediul rural pentru studenții la medicină)
- Asigurarea unui mediu de muncă sigur, echitabil, fără discriminări, transparent, deschis către dezvoltare profesională și personală prin acordare de feedback într-o manieră care încurajează munca în echipă
- Punerea la dispoziția voluntarului a unui mentor și a unui program de mentorat pentru consiliere, informare și orientare profesională
- Formarea de echipe de voluntariat, ceea ce ar ajuta la dezvoltarea spiritului de echipă, la formarea unor prietenii de lungă durată (dezvoltarea programului de educație pentru sănătate în licee prin semeni "peer-education")

Motivarea voluntarilor

- Implicarea voluntarilor pe cât posibil în acțiuni sociale cu impact direct pentru a vedea rezultatele imediate și/ sau pentru a cunoaște beneficiarii în mediul din care provin
- Posibilitatea ca voluntarii să aibă perspectiva impactului pe care activitatea lor o produce pentru beneficiari, organizație, comunitate (ex. activitatea de promovare a vaccinării într-o comunitate, voluntarul poate evalua creșterea numărului de persoane vaccinate)
- Implicarea voluntarilor în ședințe de brainstorming, de strategie pentru dezvoltarea creativității, dar și pentru a avea o contribuție directă la soluționarea unor probleme ale comunității (ex. voluntari care sunt implicați în designul unui pliant de educație pentru sănătatea reproducerii)

Motivarea voluntarilor

- Organizarea de team building-uri sau ieșiri în colectiv pentru consolidarea echipelor. Organizarea unor evenimente, serate cu participarea echipelor de angajați și voluntari care activează împreună într-un proiect)
- Scoaterea voluntarilor în afara zonei de confort pentru a-i ajuta să-și depășească limitele, cum ar fi: expunerea lor ca speakeri la diverse evenimente, numirea ca lideri de echipă, lideri de proiect etc. (antrenarea unor voluntari studenți la medicină în lucrări științifice și prezentarea acestor lucrări la evenimente științifice)
- Punerea la dispoziția acestora a unui program de dezvoltare prin cursuri de abilități practice, dar și abilități sociale, de comunicare, leadership, inteligență emoțională etc.
- Formarea de grupuri pe platforme sociale pentru a asigura o conectare ușoară între echipele de voluntari
-

Motivarea voluntarilor

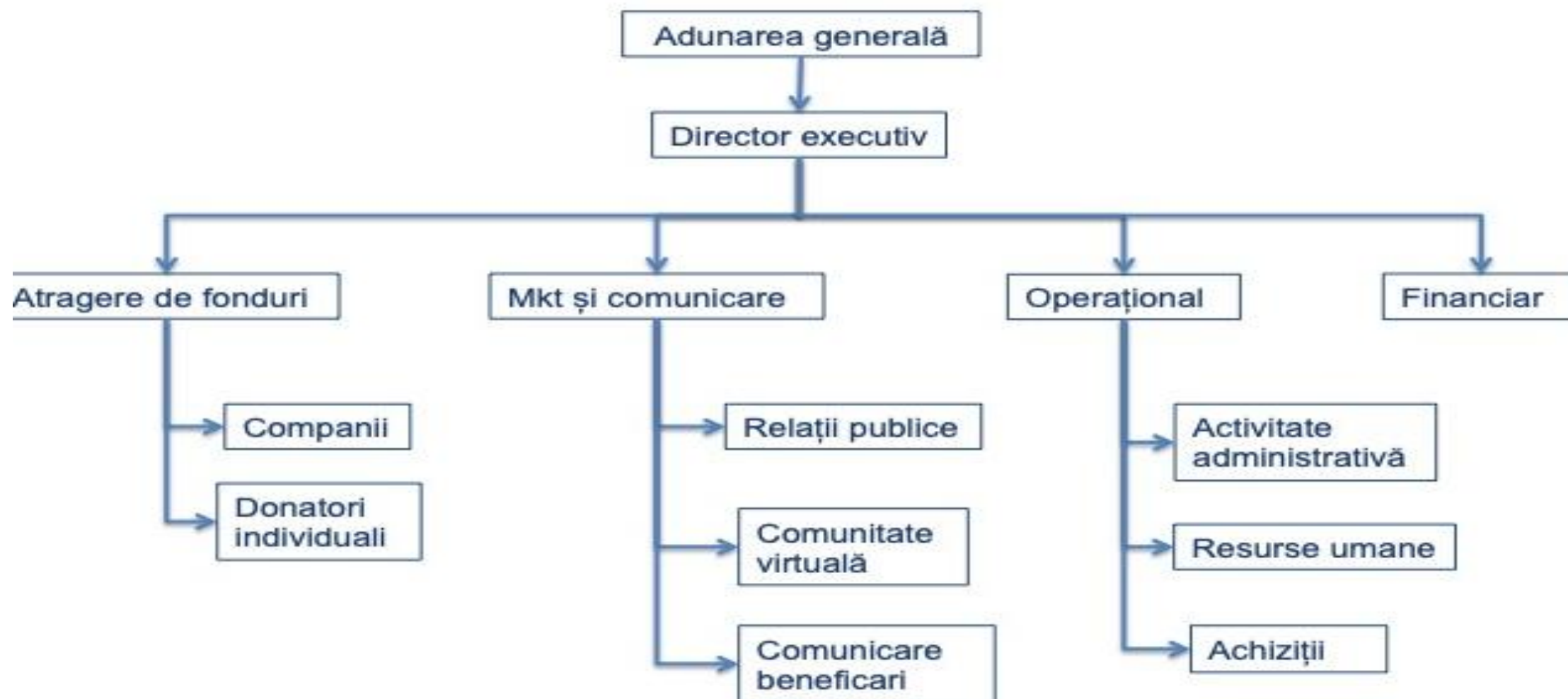
- Concursuri și competiții între voluntari cu premii în cursuri de dezvoltare profesională sau alte oportunități de carieră (concurs între voluntari privind cel mai bun mesaj de promovare a unui stil de viață sănătos cu premiu participarea la o conferința națională sau internațională de nutriție)
- Participarea voluntarilor la diverse evenimente de networking prin care aceștia au posibilitatea să interacționeze cu persoane din domenii diferite domenii de activitate (participarea voluntarilor la conferințe, seminarii în domeniul de interes)

CAPITOLUL 5. ECHIPA INTERDISCIPLINARĂ UN DEZIDERAT ÎN EDUCAȚIA PENTRU SĂNĂTATE

Rolul voluntarului în echipă

Lector: Marina Ruxandra Oțelea

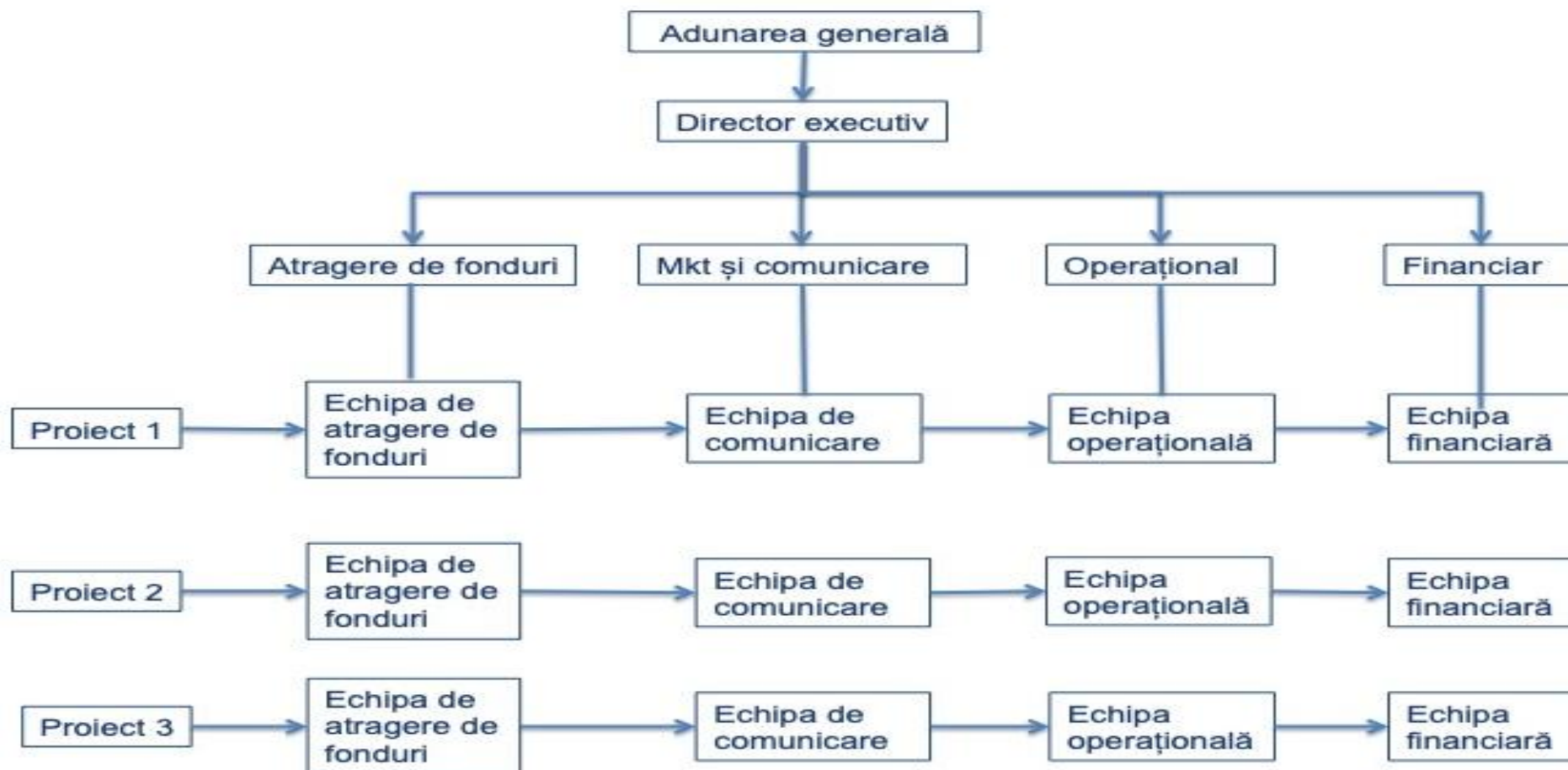
Modelul unei organizații înalte



Modelul unei organizații plate



Modelul unei organizații matriciale



- Descrieți organigrama instituției în care lucrați **Exercițiu**

- Dacă ați fi decidentul reorganizării instituției dvs, ce ați modifica în organigrama instituției în care lucrați **Exercițiu**

?

Răspundeți la următoarele întrebări

Exercițiu

- <https://forms.gle/miDYKzWT7UWA7tfs5>

- Relatați o experiență personală de mentorat **Exercițiu**

Exercițiu

- Urmăriți dialogul de recrutare a unui voluntar. (proiectare film)
- Analizați conținutul și limbajul non verbal.
- Menționați ce alte informații ar fi fost necesare pentru integrarea cât mai rapidă a voluntarului în echipă.

Principalele etape ale unui program de mentorat

- Identificarea mentorilor și împărțirea acestora pe echipe de mentor – persoană mentorată
- Identificarea obiectivelor și nevoilor de dezvoltare ale persoanei mentorate: contextul actual + opțiunile de dezvoltare
- Alcătuirea planului de dezvoltare
- Consolidarea relației între mentor și persoana mentorată
- Participarea ambelor părți la întâlniri, ateliere, conferințe și alte evenimente cu discuții de monitorizare.
- Monitorizarea și evaluarea activității și dezvoltării persoanei mentorate de către mentor prin oferirea de feedback constructiv

Rolul responsabilului de voluntari

Etapa de pregătire

- Identifică nevoile de activitate de voluntariat în legătură cu programele organizației,
- Alcătuiește fișa postului voluntarilor

Etapa de formare/inițiere

- Participă la recrutarea voluntarilor
- Planifică și organizează instruirea noilor voluntari

Etapa de implementare

- Urmărește procesul de mentorat și de motivare a voluntarilor
- Monitorizează și evaluează activitățile voluntarilor
- Se asigură de respectarea codului etic și a regulamentul intern al organizației
- Răspunde de calitatea și promptitudinea executării sarcinilor
- Răspunde de păstrarea și protejarea confidențialității informațiilor la care are acces în cadrul activității desfășurate

CAPITOLUL 6.

PROGRAME, PROIECTE ȘI ACTIVITĂȚI DE PROMOVARE A SĂNĂTĂȚII ÎN DOMENIUL SĂNĂTĂȚII MAMEI ȘI COPILULUI ÎNTRE TRECURT ȘI VIITOR

Lector: Marina Ruxandra Oțelea



Programul

- Programul este un ansamblu de proiecte care își propune să îndeplinească unul dintre obiectivele generale ale asociației
- Acoperă o perioadă mai lungă de timp (de obicei mai mulți ani)
- Poate include proiecte cu conținut foarte variat: de exemplu proiecte de conștientizare asupra unor probleme, de educație, de servicii acordate beneficiarilor, de lobby, de formulare de politici alternative etc.
- Necesită competențe multidisciplinare

Obiectivul SMART

SMART:

- Specific,
- cu o țintă tangibilă (“**Achievable**”)
- în intervalul de **Timp** stabilit,
- poate fi **Măsurat**
- **și**
- este **Realist**

- <https://forms.gle/gNfJcpTPfE76uoDo8>



Proiectul

- Un component al programului centrat pe un număr limitat de obiective.
- Activități

Activitate	Luna 1	Luna 2	Luna 3	Luna 4	Luna 5	Luna 6	Luna 7	Luna 8	Luna 9	Luna 10	Luna 11	Luna 12
Management												
Stabilire proceduri												
Achiziție resurse												
Activitatea 1												
Activitate 2												
Activitate 3												
Activitate 4												
Activitate 5												
Comunicare												

- Rezultate

Evaluarea proiectului

- **Indicatori de proces** (sau de activități) sunt indicatori de îndeplinire a activităților din cadrul proiectului.
- **Indicatori de rezultat**: sunt în general caracteristici măsurabile ale rezultatelor proiectului
- **Indicatori de impact**: sunt indicatori ce semnifică schimbarea produsă.
- **Indicatori de sustenabilitate** sunt indicatori ai unor beneficii pe termen lung.

Alegeți răspunsul corect **Exercițiu**

1. Chestionarele de feedback ale unui training sunt indicatori:
 - **de proces**
 - de rezultat
 - de impact
 - de sustenabilitate

2. Scăderea abandonului școlar este un indicator
 - **de proces**
 - de rezultat
 - de impact
 - de sustenabilitate

Exercițiu

- Într-o comună situată la 10 km de un oraș reședință de județ, s-a constatat că adresabilitatea la medicul de familie este redusă și că cele mai multe gravide ajung la maternitate fără să fi făcut nici un consult prenatal sau vreo investigație efectuată înainte de nașterea copilului.
- Medicul de familie este navetist, având program de 3 ori/săptămână. Cabinetul medical are o asistentă medicală.
- Formulați un obiectiv SMART al unui proiect care să amelioreze situația existentă.

Alcătuiești graficul Gantt al proiectului

- Principalele categorii de activități care pot face parte dintr-un proiect:
 - Management,
 - Definire proceduri,
 - Derulare activități,
 - Comunicare,
 - Evaluare
- Descrieți activitățile pe care le considerați potrivite obiectivului propus



CAPITOLUL 6.1.

CAMPANII DE PROMOVARE A

SĂNĂTĂȚII

Lector: Ioana Nanu



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Rezumat

Rezumat al temelor dezbătute -
până în prezent s-a discutat despre voluntariat
în sănătatea publică în termeni de

- Voluntariat/ drepturi și responsabilități ale voluntarului
- Organizații și echipe
- Mentorat
- Proiecte și componentele sale

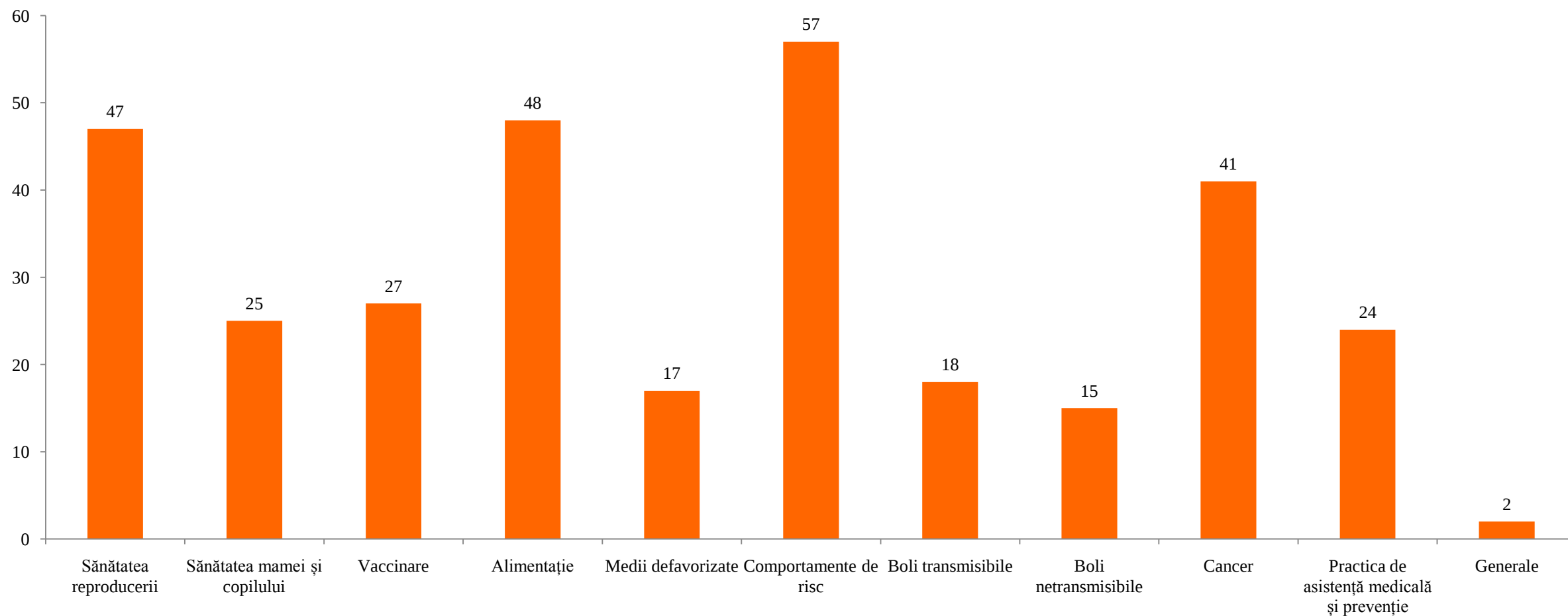
A venit timpul să dovedim și practic ce s-a făcut și ce ne propunem pentru viitor.

Campanii

- Obiectivul prezentării
- Identificarea activităților de promovare a sănătății –campanii desfășurate de DSP –uri în perioada 2016-2021, teme, mesaje, populație țintă, canale de comunicare.
- Material și metodă: ancheta online pe baza de chestionar trimis DSP
- Raspunsuri: 40 județe

Rezultate

Campanii realizate



Rezultate

Campaniile se adresează

- Femeilor
- Mamelor
- Adolescenților
- Grupurilor dezavantajate
- Populației generale

Canale de transmitere a mesajului

- Pliante
- Poster
- Video
- Infografice
- Comunicate de presă
- Facebook

Populația țintă:
femei



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Roseanu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



Pentru femei înțelepte!

„Perla înțelepciunii” este simbolul
prevenirii și depistării precoce
a cancerului de col uterin.

**Indiferent de anotimpul vieții pe care tocmai îl trăiești,
asigură-te că ziua de mâine te va găsi sănătoasă!**

Material realizat de Direcția de Sănătate Publică Bistrița-Năsăud

Fă-ți timp pentru tine și... află că ești bine!

Notează când ți-ai făcut controalele medicale periodice:

examen ginecologic; **testul Papanicolaou** (Pap)*;

examinarea sânelor (clinic, **mamografie**, ecografie):

Data:

Examinarea:

Data:

Examinarea:

Data:

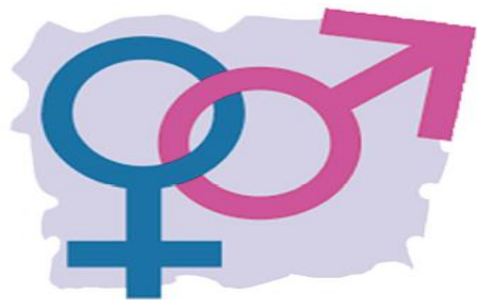
Examinarea:

Data:

Examinarea:

*Testul Pap poate detecta modificări înainte de apariția cancerului de col uterin.
Prin programul de screening, testarea este gratuită pentru femeile între 25 și 64 de ani!

Află mai multe de la medicul de familie, asistentul medical comunitar,
mediatoarea sanitară sau la cabinetul de Planificare Familială.



Material realizat în cadrul subprogramului de evaluare și promovare a sănătății și educație pentru sănătate al Ministerului Sănătății - pentru distribuție gratuită-



Campania "Protejează-ți sănătatea! Sănătatea reproducerii – dreptul și responsabilitatea ta!"

Februarie 2020



Recomandări pentru adolescenți

Ce este sănătatea reproducerii?

O bună stare fizică, mentală și socială, nu doar în sensul absenței bolii sau a infirmității, ci în toate aspectele referitoare la sistemul reproducător.

Sănătatea reproductivă se referă la faptul că oamenii sunt capabili să aibă o viață sexuală fără consecințe negative și că au dreptul și capacitatea de a decide ei înșiși cu privire la aceasta.

Sănătatea reproducerii este importantă în egală măsură pentru femei și bărbați

Pe măsura trecerii de la copilărie la vârsta adultă, adolescenții și adolescentele suferă o serie de schimbări fizice, emoționale și sociale. De cele mai multe ori, ei sunt nepregătiți pentru aceste schimbări.

Adolescenții au nevoie de cunoștințe și abilități pentru:

- A-și proteja sănătatea,
- A preveni îmbolnăvirile,
- A lua decizii bine informate despre viața lor,
- A învăța cum să evite și să facă față problemelor,
- A ști unde să solicite ajutor și asistență medicală de specialitate, dacă este necesar.

Pentru o bună sănătate reproductivă, înainte de a începe viața sexuală, este necesar și foarte important să fiți informați corect despre:

1. Contracepție
2. Prevenirea bolilor cu transmitere sexuală
3. Avort
4. Noțiuni de planificare familială

CONTRACEPȚIA

Este o măsură temporară și reversibilă de evitare a sarcinii, constând în utilizarea unei metode contraceptive sau folosirea unui produs contraceptiv.

CE TREBUIE SĂ ȘTIM DESPRE METODELE DE CONTRACEPȚIE?

Există o gamă largă de metode contraceptive, cu grade diferite de siguranță. Dintre acestea, singurele metode care oferă protecție atât pentru sarcină cât și pentru bolile cu transmitere sexuală sunt prezervativul masculin și abținerea.

Printre alte metode care oferă protecție doar pentru sarcina sunt:

- Contraceptivele orale;
- Contraceptivele injectabile;
- Dispozitivul intrauterin(sterilet);
- Plăsturele hormonal;
- Piliula de a 2-a zi;
- Diafragma feminină, etc.

AVORTUL

Este procesul medical de întrerupere a cursului unei sarcini, astfel încât aceasta nu se finalizează cu nașterea unui copil.

Sarcina este întreruptă fie prin luarea de medicamente, fie prin intervenții chirurgicale. Avortul poate fi însoțit de riscuri precum:

- Infecții uterine
- Hemoragie excesivă
- Resturi embrionare restante în uter (avort incomplet)
- Leziuni ale colului uterin
- Deces, etc.

Populația țintă:
adolescenți

Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alexandrescu-Roesescu" București

Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Avortul nu este o metodă de contracepție. Consecințele pot fi dezastruoase. După unul sau mai multe avorturi, șansele de a avea un copil pot diminua considerabil.

PLANIFICAREA FAMILIALĂ

Permite persoanelor să decidă asupra numărului dorit de copii și asupra intervalului dintre sarcini.

Pentru prevenirea consecințelor negative pentru dvs. și copii, înainte de debutul vieții sexuale vă puteți adresa:

- unui medic din cabinetul de planificare familială;
- medicului specialist obstetrică-ginecologie, medicului de familie, asistentului medical, asistentului medical comunitar, mediatorului sanitar.

Informații despre locația celui mai apropiat cabinet de planificare familială, găsiți la adresa:

<https://www.planificaneprevazutului.ro/cabinetplanificare-familiala/>

La cabinetul de planificare familială beneficiați de:

- acces și fără trimitere de la medicul de familie;
- informații și fără a fi însoțiți de părinți, chiar dacă aveți vârsta sub 16 ani;
- consiliere gratuită pentru alegerea unei metode contraceptive adecvate;
- recomandări pentru prevenirea bolilor cu transmitere sexuală.

RISURI ALE SARCINII ȘI/ SAU NAȘTERII ÎN ADOLESCENȚĂ

- nou-născut cu greutate mică;
- copil decedat;
- avort și complicații;
- naștere prematură;
- decesul mamei;
- abandon al copililor;
- izolare socială;
- absenteism și abandon școlar.

RECOMANDĂRI PENTRU ADOLESCENȚI ȘI ADOLESCENTE

Ai grijă de sănătatea ta reproductivă. Aceasta are un impact direct și asupra sănătății partenerii/partenerului tău!

Nu te baza doar pe sfaturile cunoștințelor, prietenilor sau sfaturi aflate pe internet!

Înainte de începerea vieții sexuale, discută cu partenerul/partenera ta despre dorința de a folosi o metodă de contracepție și consultați împreună un profesionist (medicul, asistentul medical, asistentul medical comunitar sau mediatorul sanitar);

Nu uitați că unica metoda contraceptivă care vă protejează atât de sarcinile nedorite cât și de bolile cu transmitere sexuală este prezervativul masculin. Acesta poate fi folosit împreună cu alte metode contraceptive.

Cum să periați corect dinții cu periuța și pasta de dinți

Periați **suprafețele exterioare** ale dinților cu periuța ținută orizontal-aplicați periuța în unghi de 45° pe dinți prin mișcări scurte verticale și de rotație a periutei dinspre gingie spre dinte, periați având grijă să curățați și șanțul gingival.



Periați **suprafețele interioare ale dinților** și **spate** – aplicați perii periutei pe fața interioară a dinților și periați dinspre gingie spre dinte, în axul longitudinal, prin mișcări de răsucire.



Periați **suprafețele exterioare** ale dinților cu periuța ținută orizontal- aplicați periuța în unghi de 45° pe dinți prin mișcări scurte verticale și de rotație a periutei dinspre gingie spre dinte, periați având grijă să curățați și șanțul gingival.



Periați **suprafețele interioare ale dinților** și **față** - cu periuța ținută vertical faceți mișcări scurte, de la gingie spre dinte, folosind perii din vârful periutei.



Material realizat în cadrul subprogramului de evaluare și promovare a sănătății și educație pentru sănătate al Ministerului Sănătății
-pentru distribuție gratuită-

Campania Fii mândru de zâmbetul tău! Ai grijă de sănătatea ta orală!

Martie 2021

Populația țintă:
populația
generală



Acest material se adresează populației generale

Populația țintă:
specialiști

ZIUA EUROPEANĂ ÎMPOTRIVA OBEZITĂȚII



www.easo.org

EASO
European Association
for the Study of Obesity
europeanobesityday.eu

Să acționăm pentru un viitor mai sănătos !

6 din **10** adulți din UE este obez, respectiv 59% din populație, conform datelor anchetei prin interviu.^I



4 din **10** adulți din UE este supraponderal, respectiv 35,7% din populație, conform datelor anchetei prin interviu.^I



3 din **10** copii de 11 ani este supraponderal sau obez în Regiunea Europeană OMS, conform datelor autorizate.^{II}



MINISTERUL SĂNĂTĂȚII



INSTITUTUL NAȚIONAL
DE SĂNĂTATE PUBLICĂ

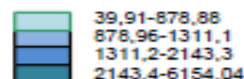
1 din **10** adulți din România este obez, (prevalența 9,3%), conform datelor anchetei prin interviu.^{III}



1 din **2** adulți din România este supraponderal, (prevalența 46,4%) conform datelor anchetei prin interviu.^{III}



Distribuția prevalenței obezității raportată de către medicii de familie pe județe în anul 2016 (la 100.000 de locuitori)^{IV}



CNEPSS
CENTRUL NAȚIONAL DE EVALUARE ȘI
PROMOVAREA STĂRII DE SĂNĂTATE

CENTRUL NAȚIONAL DE EVALUAREA ȘI
PROMOVAREA STĂRII DE SĂNĂTATE

1 din **6** băieți de 7-9 ani din România este obez (prevalența 14,9-14,7%) față de doar 1 din 10 fete (prevalență 10,7-6,8%), conform obezității măsurate^V.



1 din **5** fete de 7-9 ani, din România este supraponderală (prevalența 18,1-17,7%) față de 1 din 6 băieți (prevalență 13-15,8%), conform supraponderalității măsurate^V.

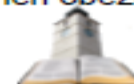


1 din **4** băieți de 11-15 ani, din România este supraponderal sau obez (prevalență 33,1-20,9%) față de doar 1 din 6 fete (prevalență 14,1-9,8%) conform datelor autorizate^{VI}.



1% dintre tinerii între 15-19 ani din România sunt obezi, conform datelor anchetei prin interviu.^I

60% dintre copiii din Regiunea Europeană OMS depistați cu supragreutate înainte de pubertate vor fi adulți tineri obezi.^{VII}



CENTRUL REGIONAL DE SĂNĂTATE
PUBLICĂ SIBIU



DSP HUNEDOARA

Populația țintă:
specialiști,
medii vulnerabile

IUNIE 2021

Împreună pentru o lume mai echitabilă și mai sănătoasă!

7 aprilie-12 decembrie 2021

Accesul la servicii de sănătate - dreptul tuturor !

ÎN 28 DE JUDEȚE DIN 1645 DE PERSOANE VULNERABILE*

38%
persoanele
vulnerabile



NU au asigurare de sănătate

5%
persoanele
vulnerabile



NU au medic de familie

61%
persoanele
vulnerabile



NU au fost la un control medical în
ultimul an

34%
persoanele
vulnerabile



au avut nevoie de servicii medicale

dar nu au apelat la medicul de
familie dintre care:

- 31,3% din motive financiare
- 21% din lipsa programării la medic
- 16,9% din lipsă de timp

Dacă s-a ivit o problemă de sănătate în familie au apelat:

54%
familii



la medicul de familie

20,5%
familii



la echipa comunitară

3,1%
familii



la servicii spitalicești de urgență

7,5%
familii



la ambulanță

Toate persoanele vulnerabile au dreptul la ocrotirea sănătății ! Informați-le despre dreptul de a:

- avea asigurare de sănătate
- se înscrie pe lista unui medic de familie chiar dacă nu au asigurare de sănătate
- beneficia de:
 - servicii de sănătate preventive, curative și de urgență
 - servicii de sănătate furnizate de asistenții medicali comunitari și de asistența mediatorilor sanitari
 - de servicii din programele naționale de sănătate ale Ministerului Sănătății și CNAS

* Sursa datelor: Evaluare de nevoi și comportamente la risc pentru stilurile de viață în populația vulnerabilă INSP: https://insp.gov.ro/sites/default/files/raport_cercetare_populatii_vulnerabile.pdf

Material realizat în cadrul Campaniei „Împreună pentru o lume mai echitabilă și mai sănătoasă !”,
subprogramul de evaluare și promovare a sănătății și educație pentru sănătate al Ministerului Sănătății - pentru distribuție gratuită medicilor de familie,
asistenților medicali comunitari, mediatorilor sanitari și decidenților din primării și alte autorități publice locale

Populația țintă:
părinți



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București

CAMPANIA DE CONȘTIENTIZARE ȘI PREVENȚIE A OBEZITĂȚII INFANTILE

Campanie inițiată de
INSMC "Alessandrescu-Rusescu"



Partener Strategic:



Partener Proiect: "gmp|pp"

Propuneri pentru viitor

- Proiectul "Consolidarea rețelei naționale de furnizori de îngrijiri primare de sănătate pentru îmbunătățirea stării de sănătate a populației, copii și adulți (inclusiv populație vulnerabilă)" propune elaborarea unor materiale informative și organizarea câtorva campanii de informare, educare, comunicare și în acest context avem nevoie de părerea dumneavoastră).

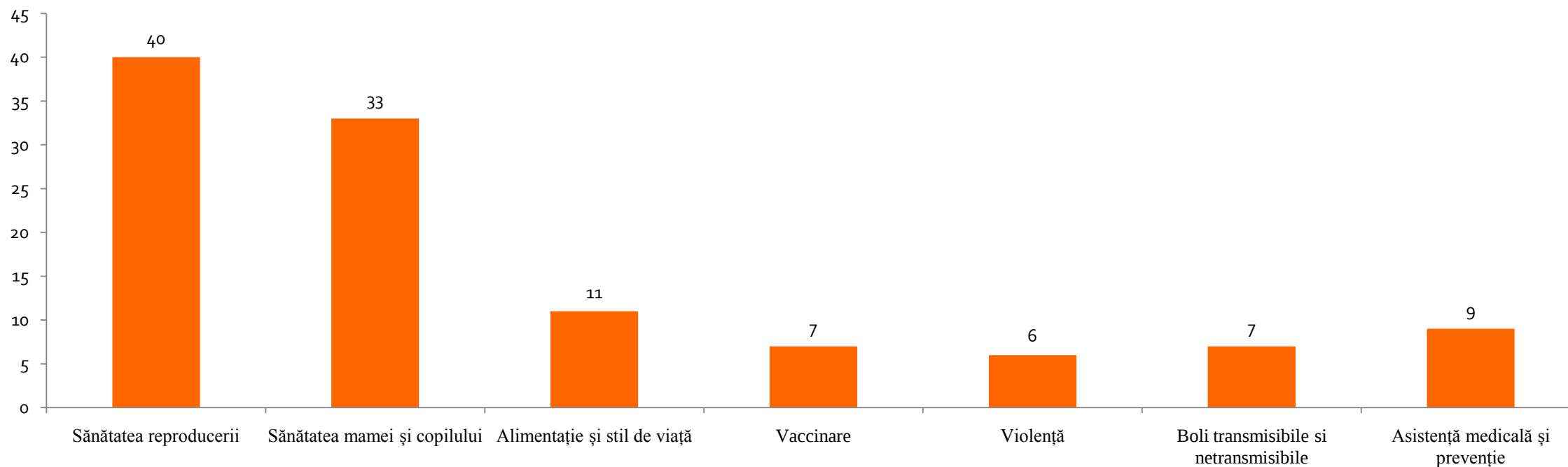
Acțiuni viitoare

Dumneavoastra ce teme ați propune? **Exercițiu**

Completați chestionarul: <https://forms.gle/Fx11ScDZGAXzUN1U8>



Campanii propuse DSP



Propuneri

Dumneavoastra cărei populații țintă v-ați adresa? **Exercițiu**
Completați chestionarul: <https://forms.gle/Fx11ScDZGAXzUN1U8>

- Femei
- Bărbați
- Adolescenți
- Lideri comunitari
- Comunitatea în ansamblu



Propuneri

Dumneavoastră ce canale de comunicare ați alege? **Exercițiu**
Completați chestionarul: <https://forms.gle/Fx11ScDZGAXzUN1U8>



- Poster
- Pliant
- Video
- Comunicat de presă
- Social media:



Implicarea voluntarilor

- Alegerea temei și a grupului țintă (focus grup)
- Alegerea căilor de comunicare (focus grup)
- Centralizarea datelor focus grupurilor și raportare
- Elaborare conținut
- Design materiale
- Distribuie -diseminare
- Activități de pretestare



CAPITOLUL 7. COMUNICAREA

Lector: Ecaterina Stativă

CE ESTE COMUNICAREA

"Comunicarea este transmiterea informațiilor, ideilor, atitudinilor sau emoțiilor de la o persoană la altă persoană sau de la un grup la altul, în mod esențial prin intermediul simbolurilor.

"comunicarea este procesul de transmitere a unui mesaj, într-o manieră codificată cu ajutorul unui canal, în vederea receptării. Condițiile minime fundamentale de realizare a comunicării sunt: compatibilitatea codurilor și existența mesajului. Codurile pot lua forma limbajului natural, limbajului nonverbal și simbolurilor concrete (lumini, steaguri etc.) sau abstracte (semnale, formule logice, matematice etc).

Așadar, comunicarea este un proces bidirecțional la care iau parte atât vorbitorul (emițătorul) cât și ascultătorul (receptorul). Participanții la procesul de comunicare trebuie să aibă o înțelegere comună a sensului cuvintelor și al sunetelor, al gesturilor, expresiilor, simbolurilor și contextului folosite în comunicare

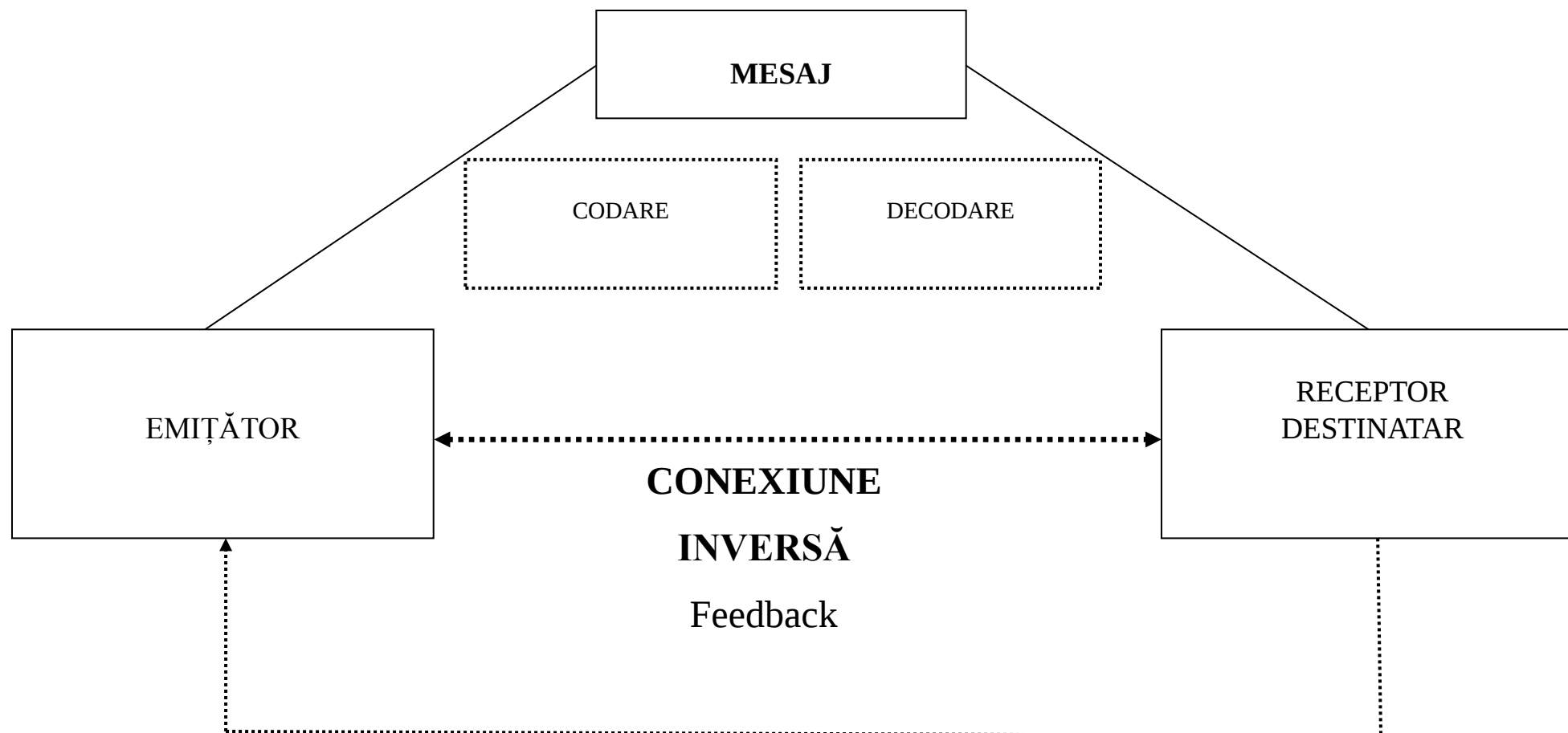
Scopul comunicării

Comunicarea are cinci funcții/scopuri esențiale (Joseph A. DeVito) :

- **descoperirea personală** – comunicarea ne ajută să învățăm despre noi și despre alții, să ne descoperim și să ne evaluăm;
- **descoperirea lumii externe** – comunicarea oferă o bună înțelegere a realității exterioare;
- **stabilirea relațiilor cu sens** – comunicarea oferă posibilitatea de a stabili și de a menține relații strânse cu alte persoane;
- **schimbarea atitudinii și comportamentului**
- **distracție și joc** – comunicarea reprezintă un mijloc de destindere, de a ne simți bine.

Elementele procesului de comunicare

- **Emițătorul**
- **Mesajul (transmis de emițător)**
- **Canalul pe care se transmite mesajul**
- **Receptorul**
- **Feedback-ul**
- **Codul, limbajul**



Elementele procesului de comunicare

- **Emițătorul** este transmițătorul mesajului. Emițătorul produce sau reproduce mesajul propriu sau formulat de altcineva. El este sursa unui mesaj. Emițătorul poate fi un individ, un grup de persoane sau o instituție. Emițătorul codifică mesajul în semnale specifice pentru a putea fi transmis.
- **Canalul** reprezintă calea (mijlocul, suportul) de transportare și distribuție a informației. De exemplu în comunicarea orală față-în față sunt activate mai multe canale vocale auditive și vizuale, în comunicarea scrisă este cartea, biletul, scrisoarea etc
- **Mesajul** se constituie din conținutul comunicării, din informațiile pe care emițătorul le transmite.
- **Receptorul** este persoana/grupul de persoane căreia i se adresează emițătorul, primitorul mesajului. Receptorul decodifică și interpretează mesajul conform propriilor percepții. Decodificarea este influențată de interpretarea mesajului.
- **Codul de comunicare**, reprezintă sistemul pe baza căruia se construiesc mesajele (cum sunt alfabetele, vocabularele, codul lingvistic (oral sau scris), gestual, vizual, sonor;
- **Feedback-ul** reprezintă transmiterea rezultatului interpretării mesajului decodificat către emițătorul inițial și astfel receptorul închide bucla procesului de comunicare.

Formele de comunicare

- **Comunicarea verbală** se referă la un tip de comunicare care implică utilizarea semnelor lingvistice (litere și foneme), adică cuvinte sau expresii scrise sau orale.
- **Comunicarea nonverbală analogică sau limbajul trupului** reprezintă transmiterea unui cumul de mesaje care nu sunt exprimate prin ajutorul cuvintelor, dar care totuși pot fi decodificate, putând crea înțelesuri (**mimica, gestică, postura atitudinea, vestimentația, accesorii, igiena personală etc.**)
- <https://www.youtube.com/watch?v=WZtZz2o-hEE> **Demonstrație**
- **Comunicarea paraverbală**, (paralimbajul) este un nivel mai profund de comunicare și operează cu aspecte și forme ale comunicării verbale și nonverbale discutate anterior (intonația, accentul, timbrul vocii, volumul vocii, dicția, ritmul vorbirii, tonul, sunetele nearticulate, postura, mimica)
- **Metacomunicarea** este ultimul nivel al comunicării și, totodată, cel mai profund. Vorbim despre metacomunicare atunci când înțelesul apare în spatele cuvintelor. Apariția metacomunicării este identificabilă pe trei niveluri: (1) ce a spus vorbitorul; (2) ce a intenționat vorbitorul să transmită și (3) ce crede ascultătorul că a spus vorbitorul. Dacă înțelesul nu se păstrează constant pe intervalul celor trei niveluri, avem de-a face cu un proces de metacomunicare.
- <https://www.youtube.com/watch?v=3TZeYOHGL7k> –mituri **Demonstrație**

Stilurile de comunicare (1)

- **Stilul de comunicare** se referă la ansamblul particularităților de manifestare caracteristice unei persoane în procesul de comunicare.
- Există patru stiluri principale de comunicare: asertiv, non-asertiv agresiv și manipulativ.
- https://www.youtube.com/watch?v=U_n8u73ALwQ **Demonstrație**
- **Stilul de comunicare asertiv** presupune să îți expui punctul de vedere într-un mod empatic, onest, fără agresivitate, ținând seama de perspectiva interlocutorului, fără a-l leza.
- **Stilul de comunicare non-asertiv** presupune să aderi la punctul de vedere al interlocutorului, fără a-ți conștientiza sau exprima propria perspectivă. Se manifestă printr-un exces de amabilitate și conciliere, teama de a nu fi judecat de ceilalți, tendința de a amâna luarea unei decizii.
- **Stilul de comunicare asertiv este cel mai eficient stil de comunicare**
- https://www.youtube.com/watch?v=U_n8u73ALwQ- comunicarea asertivă **Demonstrație**

Stilurile de comunicare (2)

- **Stilul de comunicare agresiv** implică tendința de a-ți impune propriul punct de vedere, de a avea ultimul cuvânt fără a ține seama de perspectiva persoanei cu care comunici. Pentru a domina, persoana se folosește de orice mijloc (de exemplu, îi contrazice pe ceilalți, îi umilește, are atitudine sau comportament șocant, este răzbunător, își asumă riscuri excesive),
- **Stilul manipulator** – reprezintă o formă de comunicare prin care emițătorul încearcă să determine receptorul să gândească sau să acționeze conform intereselor lui (ale emițătorului) lăsându-i receptorului impresia libertății de decizie. Se realizează prin prezentarea voit fragmentată a unei situații fără a se urmări înțelegerea completă a situației de către ambele părți ci mai degrabă înțelegerea convenabilă a acesteia de către una dintre părți
- https://www.youtube.com/watch?v=Vgp1_Xo-Lg4 desen animat **Demonstrație**

Ascultarea activă și feedback-ul

- Ascultarea este un aspect important al comunicării.
- **Ascultarea activă** este o tehnică de a asculta și a răspunde, care duce la îmbunătățirea înțelegerii reciproce și la depășirea obstacolelor în comunicare. Prin ascultare atentă, permanent contact vizual, observarea limbajului corpului, feedback sub formă de parafrizare sau întrebări scurte asigurăm vorbitorul că este ascultat. Ascultarea activă este o tehnică valoroasă care cere ascultătorului să rețină, să înțeleagă, să răspundă și să păstreze cu atenție ceea ce se spune.
- Ascultătorul poate, de asemenea, să acorde o atenție deosebită comportamentului vorbitorului și limbajului corpului, pentru a înțelege mai bine mesajul lui.
- Pentru o ascultarea activă eficientă, sunt necesare 6 abilități cheie :

Abilități cheie necesare în ascultarea activă(1)

- **a. Fiți atent.**
- Un obiectiv al ascultării active și al unui ascultător eficient este acela de a stabili un ton confortabil care să-i ofere posibilitatea interlocutorului de a gândi și de a vorbi. Acordați-i „timp de așteptare” înainte de a răspunde. Nu-i terminați propozițiile sau nu vă formulați răspunsul înainte ca vorbitorul să fi terminat
- **b. Nu judecați.**
- Ascultarea activă necesită o minte deschisă. În calitate de ascultător, fiți deschis la noi idei, noi perspective. Evitați judecarea ideilor exprimate de vorbitor.
- **c. Reflectați.**
- Când sunteți ascultător, nu presupuneți că înțelegeți corect vorbitorul. Reflectați asupra informațiilor și emoțiilor parafrazând periodic puncte cheie. Reflectarea este o tehnică de ascultare activă care indică faptul că dvs. și omologul dvs. sunteți pe aceeași parte.

Abilități cheie necesare în ascultarea activă(2)

- **d. Parafrazați** .este reformularea de către ascultător a celor spuse de vorbitor cu cuvinte proprii, inclusiv sentimentele percepute prin limbajul non-verbal (tonul vocii, expresia feței, limbajul trupului). Scopul parafrazării este verificarea înțelegerii celor spuse de vorbitor.
- **e. Clarificați**. Puneți întrebări despre orice problemă care este ambiguă sau neclară atunci când vă angajați într-o ascultare activă.
- Întrebările deschise, clarificatoare și de examinare sunt instrumente importante de ascultare activă.
- **f. Rezumați**.
- Restabilirea temelor cheie pe măsură ce se desfășoară conversația confirmă și consolidează înțelegerea punctului de vedere al celuilalt. Rezumați pe scurt ceea ce ați înțeles în timp ce practicați ascultarea activă și rugați-o pe cealaltă persoană să facă același lucru.

g. Distribuiți.

Ascultarea activă se referă mai întâi la înțelegerea celeilalte persoane, apoi la a fi înțeles ca ascultător. Pe măsură ce obțineți o înțelegere mai clară a perspectivei celeilalte persoane, puteți începe să vă prezentați ideile, sentimentele și sugestiile. Nu vă grăbiți să dați sfaturi sau să trageți concluzii

Feedback-ul

- **Feedback-ul** este o metodă de reflectare, utilizată în verificarea propriilor percepții, atitudini și acțiuni.
- Feedback-ul se referă la răspunsul sau reacția receptorului la mesajul expeditorului.
- Feedback-ul este esența comunicării și este pasul final al procesului de comunicare. Fără feedback de la receptor, procesul de comunicare rămâne incomplet. Acest feedback poate fi un mesaj oral sau scris, sau acțiune sau pur și simplu tăcere.
- Feedback-ul este un răspuns verbal sau nonverbal la un mesaj.
- Feedback-ul ajută o altă persoană să ia în considerare schimbarea comportamentului sau alterarea unui mesaj.
- În ascultarea activă feedback-ul se obține prin parafrizare, sumarizare și reflectarea sentimentelor/emoțiilor

Barierere/blocajele în procesul de comunicare

- În esență, procesul de comunicare tinde spre atingerea a patru scopuri principale:
- Să fim receptați
- Să fim înțeleși
- Să fim acceptați
- Să producem o reacție/schimbare la nivelul opiniilor, atitudinilor sau comportamentelor.
- Dacă niciunul dintre aceste scopuri nu a fost atins înseamnă că ceva a interferat în procesul de transmitere al mesajelor. Aceasta interferență care determină alterarea mesajului se numește barieră sau obstacol în comunicare.
- Barierele în comunicare pot apărea de la emițător, receptor, mediu/cod dar și de la contextul în care are loc procesul comunicării.

Pentru *înlăturarea potențialelor bariere* și optimizarea comunicării:

- Emițătorul trebuie să țină seama de întregul ansamblu al contextului în care se realizează comunicarea deoarece mesajul nu se transmite doar prin cuvinte.
- Emițătorul trebuie să fie atent la nuanțe, la tonul folosit.
- Emițătorul trebuie să-și dezvolte capacitatea de a vedea lucrurile și din punct de vedere al celui căruia îi este destinat mesajul.
- Emițătorul trebuie să încurajeze receptorii să pună întrebări și să se încurajeze reciproc în exprimarea reacțiilor, astfel emițătorul putând prin feedback să-și dea seama dacă mesajul a fost înțeles.
- Cei care comunică trebuie să fie ascultați și înțeleși dar în aceeași măsură trebuie să fie buni ascultători, să perceapă cuvintele dar și mesajele nonverbale.

Bariere la nivelul emițătorului

Apar datorită unor greșeli petrecute în actul vorbirii:

- Utilizarea unor cuvinte care au sensuri diferite pentru diferite persoane
- Utilizarea unor termeni (cuvinte și expresii) inadecvate ori confuze (expresii argotice, eufemisme)
- Utilizarea unor termeni care nu țin cont că în grupul receptorilor pot exista persoane cu educație și experiență diferite;
- Utilizarea expresiilor colocviale sau regionale ce pot fi interpretate greșit sau chiar considerate a fi jignitoare
- Polarizări în limbajul folosit care reduc mesajele strict la doua posibilități opuse
- Dificultățile de exprimare în limba cunoscută de receptori
- Logoreea – defectul emițătorului de a vorbi mult și fără rost

Bariere la nivelul receptorului pot fi generate de

- Ideile preconcepute sau starea emoțională a receptorului care pot deforma mesajele
- Prejudecățile și receptivitatea scăzută față de idei noi a receptorilor
- Generalizarea unor situații particulare afectează credibilitatea mesajului
- Dificultățile de înțelegere datorate insuficientei cunoașteri a temei abordate
- Lipsa de interes a receptorului față de mesaj
- Supraîncărcarea mesajului cu informații
- Lipsa solicitării feedback-ului poate favoriza receptarea defectuoasă a mesajului

Barierile care țin de canalul de comunicare

- Barierele care țin de canalul de comunicare se referă la mijloacele care asigură transmiterea mesajelor dintre emițător și receptor și cuprinde: sistemele de transmisie-recepție; sistemele de transport; sistemele de codificare-decodificare.

Bariere care țin de mediul de comunicare (bariere externe)

- Sunt factorii care acționează din exterior asupra procesului de comunicare. Aceste bariere sunt cunoscute și sub denumirea de bariere contextuale.
- ele provin din :
 - Climatul necorespunzător în care are loc comunicarea (frig, zgomot, lumină insuficientă);
 - Folosirea suportilor informaționali necorespunzători ori inadecvați (fluturași informativi care utilizează mulți termeni tehnici, așezarea anunțurilor la o înălțime prea mare etc.);
 - O altă categorie de bariere sunt cele culturale (religioase, lingvistice, social-politice etc.). Acestea sunt specifice grupurilor mai mari sau mai mici iar ignorarea lor poate constitui bariere greu de contracarat.

Prevenirea și combaterea barierelor în comunicare

Pentru **prevenirea barierelor** în procesul de comunicare emițătorul trebuie să analizeze următoarele aspecte:

- Care este scopul comunicării (informare, schimbare de opinie, comportament)
- Cine este receptorul mesajului (vârstă, sex, educație, statut social)
- Unde și când va avea loc transmiterea mesajului (locul, contextul, în ce moment)
- Relația dintre emițător și receptor
- Cum va fi comunicat mesajul (verbal, scris, imagini)
- https://www.ted.com/talks/katherine_hampsten_how_miscommunication_happens_and_how_to_avoid_it/transcript?language=ro#t-263968 **Demonstrație**

O comunicare eficientă presupune?

- A comunica presupune cunoaștere de sine și stimă de sine
- A comunica presupune conștientizarea nevoilor celui alt
- A comunica presupune a ști să ascuți
- A comunica presupune a înțelege mesajele
- A comunica presupune a da feedback-uri
- A comunica presupune a înțelege procesualitatea unei relații
- A comunica presupune a ști să îți exprimi sentimentele
- A comunica presupune a accepta conflictele
- A comunica presupune asumarea rezolvării conflictelor

Canale pentru comunicarea mesajelor in sanatate

- Mass-media
- Comunicarea interpersonală
- Evenimentele

Campaniile de comunicare publică

pot fi definite ca încercări intenționate de:

- **a informa, convinge sau motiva schimbările de comportament într-un public relativ bine definit** pentru beneficii necomerciale pentru indivizi și societate, desfășurate **într-o anumită perioadă de timp**, prin intermediul unor activități de comunicare organizate care implică mass-media și mass-media online / interactivă și adesea completate de comunicare interpersonală

- Campaniile de comunicare publică transmit idei pentru un scop strategic. Ele sunt o încercare de a modela comportamentul către rezultate sociale dorite.
- Campaniile de comunicare publică cuprind strategii și tehnici pentru a produce efecte asupra cunoștințelor, atitudinilor și comportamentului populațiilor mari într-o varietate de domenii, cum ar fi mediu, sănătate, social etc., în speranța de a îmbunătăți viețile individuale și de a face lumea un loc mai bun pentru oameni.
- Campaniile își maximizează șansele de succes prin coordonarea eforturilor media cu un mix de alte canale de comunicare interpersonale și comunitare. Poate implica un amestec convențional de broșuri, postere, reclame, sau o gamă diferită de metode de comunicare în scopul realizării anumitor obiective.

Tipuri de campanii

- Există două tipuri principale de campanie în funcție de scop:
- 1.care încearcă să schimbe la indivizi comportamentele care duc la probleme sociale
- 2.să promoveze comportamente care duc la îmbunătățirea bunăstării individuale sau sociale

Etapele planificării unei campanii

- Definirea tipului de campanie ce se va derula (de poziționare, de informare)
- Precizarea problemei de soluționat- scopul campaniei
- Precizarea publicului țintă
- Analiza situației- concretizată în sinteze de diagnostic SWOT
- Stabilirea strategiei de acțiune
- Stabilirea obiectivelor de acțiune și de comunicare
- Precizarea sloganului
- Focalizarea pe reprezentarea a ceea ce se dorește a fi indus
- Stabilirea mesajelor
- Stabilirea tehnicilor canalelor mediatice și a suporturilor utile
- Proiectarea planului de obiective operaționale, proiectarea calendarului (gant)
- Stabilirea bugetului
- Stabilirea echipei
- Stabilirea modalității de evaluare, instrumente de control și evaluare

CAPITOLUL 8. EDUCAȚIA ȘI FORMAREA ADULTULUI

Lectori: Ecaterina Stativă, Cristina Bîcîlă



Pedagogia vs. Andragogia

Paidi + ago

- ✓ Îndrumare
- ✓ Evaluare
- ✓ Achiziție de cunoștințe



Andras + ago

- ✓ Auto actualizare
- ✓ Dobândire de experiență
- ✓ Rezolvarea problemelor



Pedagogia vs.Andragogia

Pedagogia

- se este o metodă de educație în care elevul depinde de profesor pentru, îndrumare, evaluare și achiziție de cunoștințe.

Andragogia

- se referă la metodele, tehnicile și abordările utilizate în educația adulților.

Adulții învață diferit față de copii

- Malcolm Knowles arată că elevii adulți sunt diferiți de elevii copii în multe privințe.
- Adulții au anumite trăsături și caracteristici care fac procesul lor de învățare diferit de cel al copiilor deoarece:

Copiii elevi sunt :

- Mai puțini experimentați
- Obligați să meargă la școală
- Mai mult timp de învățare

Adulții elevi:

- Experiență de viață
- Învăță voluntar
- Mai puțin timp liber

- Adulții se conduc singuri și își stabilesc propriile obiective de învățare/studiu.
- Adulții au nevoie de un scop intrinsec pentru a participa la învățare, adică trebuie să știe ce vor obține prin participarea la cursul de formare (noi abilități, cunoștințe noi necesare pentru locul de muncă etc.)
- Adulții vor ca cele dobândite în teorie să se transforme în ceva util pentru viața lor profesională de zi cu zi
- Adulții învață făcând, experimentând, practicând efectiv.
- Adulții combină diferite discipline în realizarea sarcinilor profesionale. Acest lucru încurajează adulții să-și absoarbă cunoștințele prin prisma experienței lor individuale de viață.
- Adulții sunt conduși de rezultate. Acest lucru atrage atenția asupra faptului că ei vor fi motivați să rămână la curs dacă vor constata că progresează în a învăța ceva util. Formatorul trebuie să știe să măsoare obiectivele de învățare pe tot parcursul formării.

- Adulții au multiple responsabilități. Au puțin timp liber și sunt distrași de evenimente curente ale vieții lor private și profesionale. De aceea cursul trebuie să fie suficient de interesant și participativ
- Adulții pot avea o rezistență la schimbare. De aceea, cursurile de instruire trebuie să se conecteze cu experiențele lor deja avute și să justifice nevoile de schimbare plecând de la aceste experiențe.
- În cazul adulților învățarea poate fi mai lentă dar cu mai multă cunoaștere integrativă și de profunzime.
- Adulții au așteptări mari. Vor să fie învățați despre lucruri care vor fi utile muncii lor, vor rezultate imediate și nu vor accepta un curs care să fie o pierdere de timp sau bani.
- Acesta este motivul pentru care este important să creați un curs care să le maximizeze avantajele, să răspundă nevoilor individuale și să abordeze toate provocările de învățare.

Compararea procesului de învățare în pedagogie și andragogie

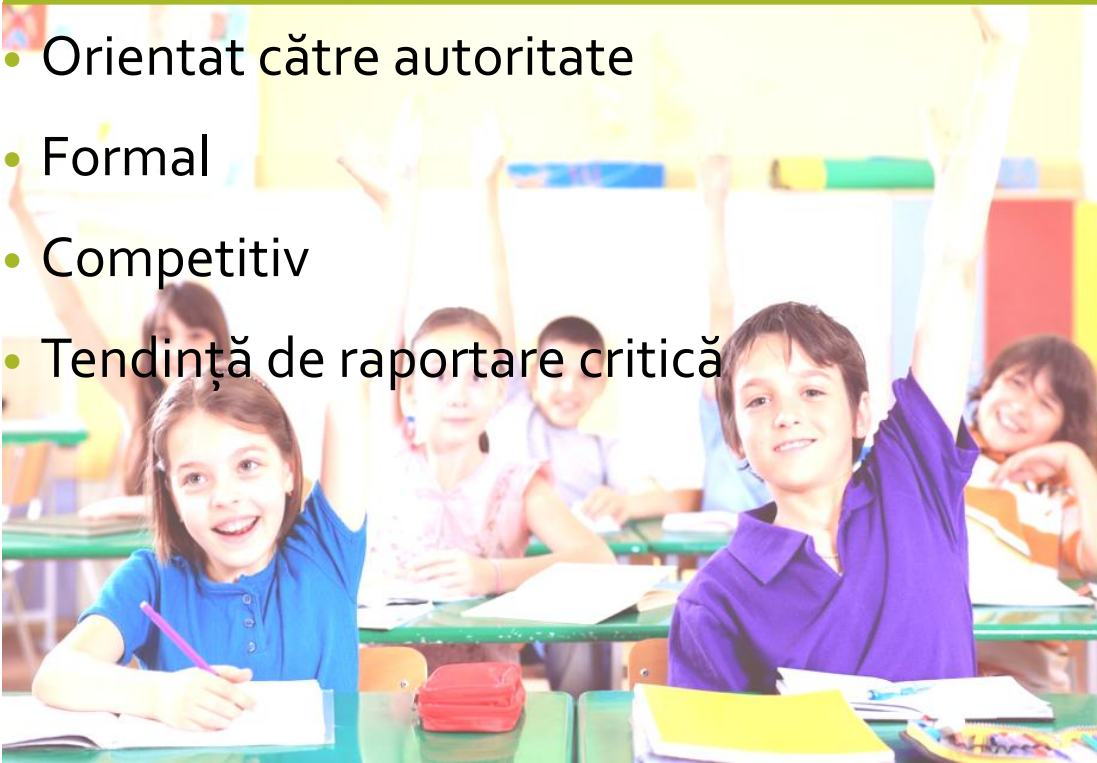


Pedagogie vs Andragogie

Climatul

Pedagogie

- Orientat către autoritate
- Formal
- Competitiv
- Tendință de raportare critică



Andragogie

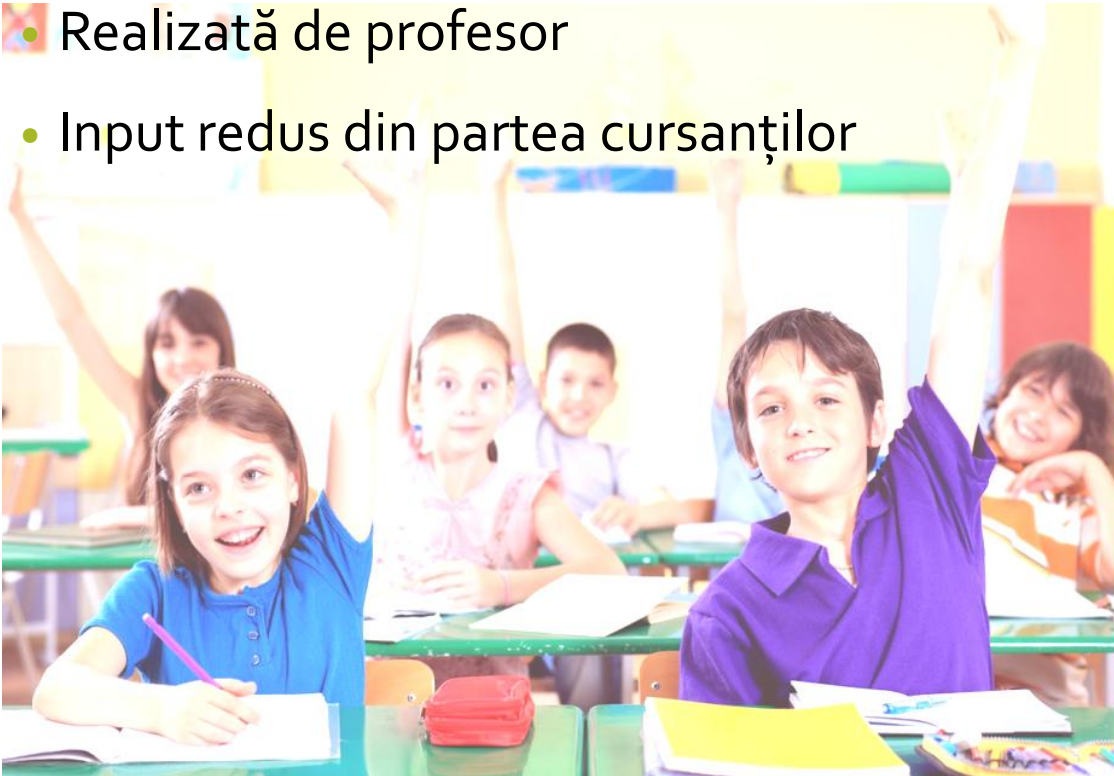
- Relaxat
- Informal
- Bazat pe colaborare
- Respect reciproc



Pedagogie vs Andragogie

Pedagogie

- Realizată de profesor
- Input redus din partea cursanților



Andragogie

- Profesorul devine facilitator
- Planificare bazată pe colaborare



Pedagogie vs Andragogie

Determinarea nevoii

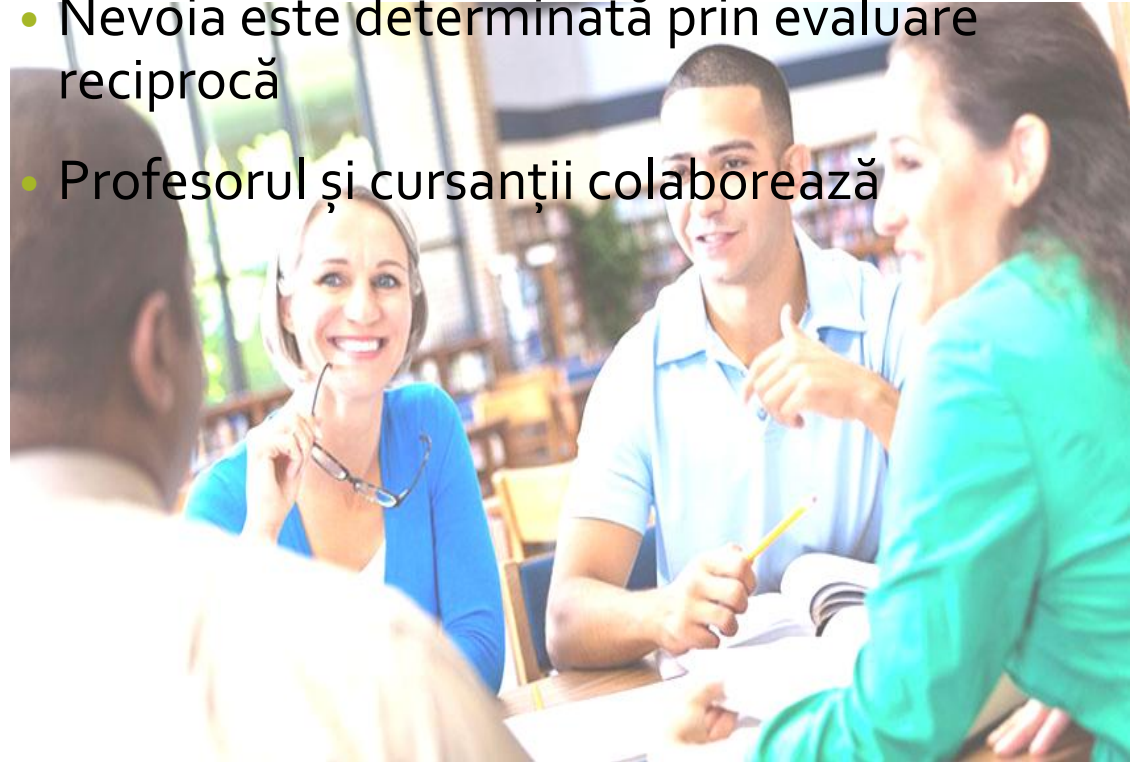
Pedagogie

- Profesorul determină ce este de învățat
- Profesorul determină nivelul de învățare



Andragogie

- Nevoia este determinată prin evaluare reciprocă
- Profesorul și cursanții colaborează



Pedagogie vs Andragogie

Stabilirea obiectivelor

Pedagogie

- Profesorul stabilește obiectivele



Andragogie

- Profesorul și elevul stabilesc împreună obiectivele prin negociere



Pedagogie vs Andragogie

Activități de învățare

Pedagogie

- Abordare didactică tradițională
- Lecturi



Andragogie

- Studiu independent
- Tehnici experimentale

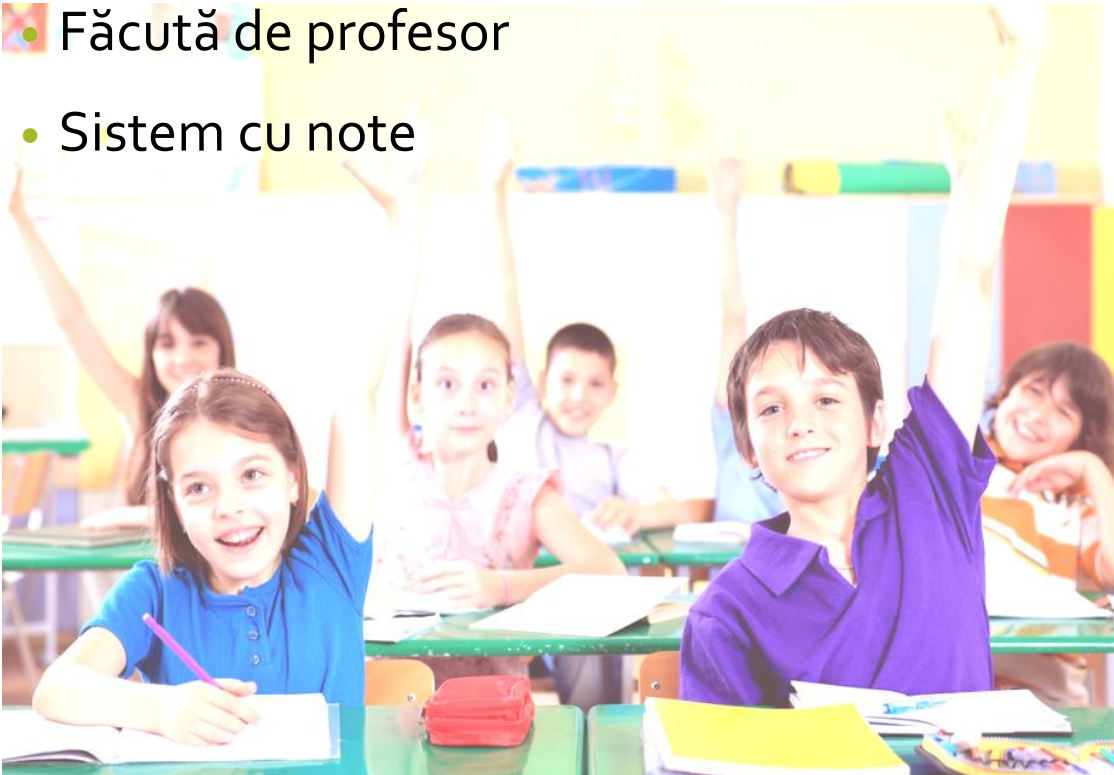


Pedagogie vs Andragogie

Evaluare

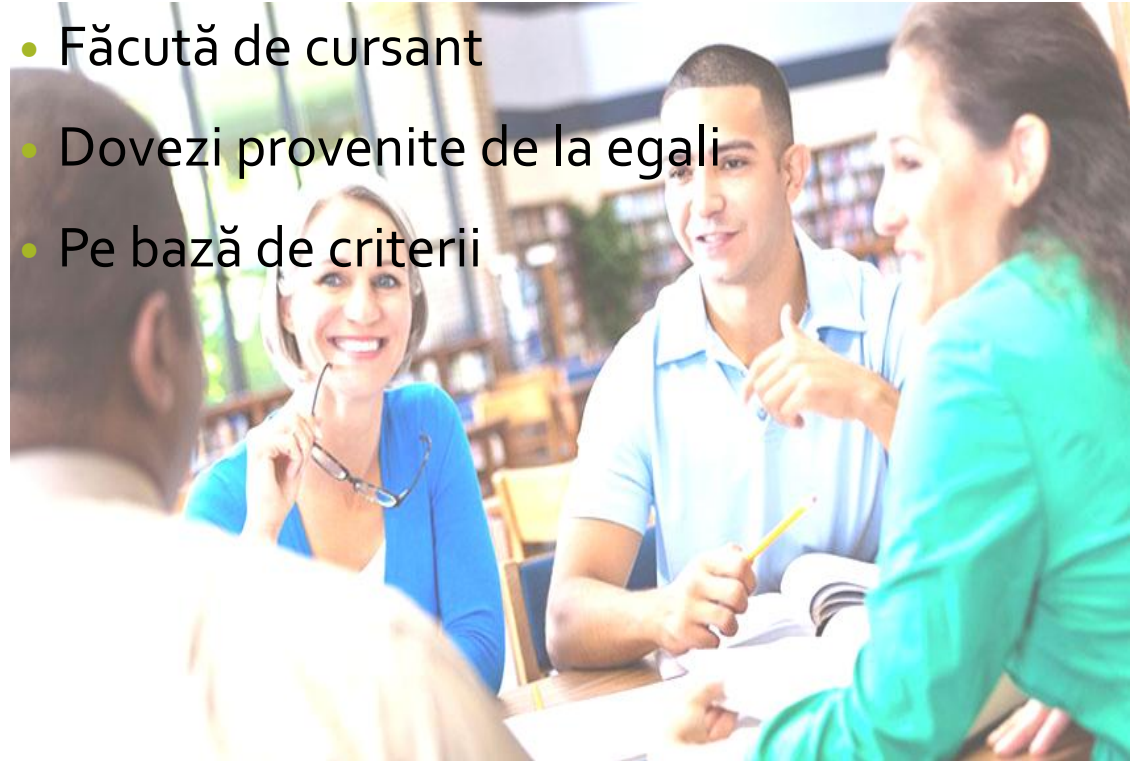
Pedagogie

- Făcută de profesor
- Sistem cu note



Andragogie

- Făcută de cursant
- Dovezi provenite de la egali
- Pe bază de criterii



CAPITOLUL 9. METODE DE ÎNVĂȚARE A ADULȚILOR

Lector: Ecaterina Stativă



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Metode de învățare a adulților

- Metodele și tehnicile de învățare utilizate în învățarea adulților depind în principal de **obiectivele educaționale, caracteristicile celor care învață, timpul alocat formării sau resursele disponibile necesare formării.**
- **Eficiența unei metode** depinde, în mare măsură, de **adecvarea sa la situația concretă de învățare.**

Metode de învățare a adulților

1. Prelegerea sau prezentarea

- este o activitate orală de transmitere a unor informații, teorii sau principii despre un anumit subiect, realizată de un specialist (profesor).

Este utilă atunci când :

- Introducem un subiect nou
- Prezentăm o sinteză
- Prezentăm fapte, statistici
- Avem un grup mare
- Avem puțin timp la dispoziție
- *Prelegerea nu este potrivită pentru schimbarea comportamentului sau învățarea de noi abilități.*

Metode de învățare a adulților

2. Studiul de caz

- Reprezintă prezentarea unui eveniment, a unei situații ipotetice pentru a fi analizată, discutată și valorificată pentru învățare.
- Se utilizează pentru a discuta aspectele legate de o problemă specifică într-o anumită
- Oferă ocazia de a dezvolta abilități de luare a deciziilor în condiții de laborator.
- Pentru ca tehnica să fie eficientă cazul ales trebuie să fie relevant, în strânsă legătură cu experiențele cursanților.

Metode de învățare a adulților

3. Demonstrația

- Este metoda prin care se prezintă ceva ce trebuie făcut.
- În cadrul procesului de desfășurare se începe cu prezentarea scopului demonstrației.
- Se prezintă apoi materialul care urmează a fi folosit, se efectuează demonstrația pas cu pas, se repetă demonstrația explicându-se fiecare pas.
- Participanții vor practica singuri demonstrația.
- În final, se discută dificultățile și se rezumă punctele cheie.

Se utilizează pentru a forma, învăța o abilitate sau o tehnică

Metode de învățare a adulților

4. Brainstorming

- Este metoda de formare prin care se obține în scurt timp un număr mare de idei.
- Este utilizată pentru obținerea unei game largi de idei de la cursanți pe o temă dată.
- Formatorul nu are voie să își impună punctul de vedere sau să modifice ideile participanților conform cu propriile viziuni.
- Aceasta metoda crește gradul de multumire a participanților prin implicarea lor directă în rezolvarea unor probleme.

Metode de învățare a adulților

5. Jocul de rol

- Jocurile simulează situații din realitate și pot oferi jucătorilor oportunități de a-și exersa noile aptitudini.
- Intr-un joc de rol unul sau mai multe persoane interpretează roluri dintr-un scenariu legat de o temă de formare/învățare.
- Jocul de rol evidențiază consecințele acțiunii unor oameni asupra altora.
- Oferă oportunitatea să vadă cum se pot simți unii oameni într-o anumită situație.
- Ajută cursanții să experimenteze soluții alternative la anumite situații. Facilitează analiza unei situații din mai multe perspective (oferite de diferitele personaje implicate).

Jocul de rol este adecvat pentru schimbarea atitudinilor.

Metode de învățare a adulților

6.Acvariul

- Este o tehnică participativă care are ca scop formarea/intensificarea dinamicii de grup.
- Este o metodă utilă pentru un număr relativ mic de participanți. Constituie un instrument util pentru rezolvarea unei probleme.
- Este o tehnică generatoare a mai multor puncte de vedere. Ameliorează comunicarea și relațiile de grup. Poate fi utilizat și ca *spărgător de gheață*.

Metode de învățare a adulților

7. Lucru în grupuri mici

- Discuția în grupuri mici este o activitate care permite participanților să-și împărtășească experiențele, ideile sau să rezolve probleme. În cadrul grupurilor mici participanții sunt puși să analizeze probleme și să dezvolte soluții lucrând ca și echipă. Scopul este dezvoltarea abilităților de cooperare și înțelegerea mecanismelor de funcționare ale grupurilor de lucru.
- **Utilizare:**
- Permite participanților să-și prezinte ideile în grupul mic
- Îmbunătățesc abilitățile de rezolvare a problemelor
- Ajută participanții să învețe unul de la celălalt
- Conferă participanților o responsabilitate mai mare în procesul de învățare
- Promovează munca în echipă
- Clarifică valorile personale
- Are avantajul că cursanții sunt mai puțin dependenți de formatori.

CAPITOLUL 10.

EDUCAȚIA ȘI FORMAREA

ADULTULUI

Lectori: Ecaterina Stativă, Cristina Bîcîlă



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Rusescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



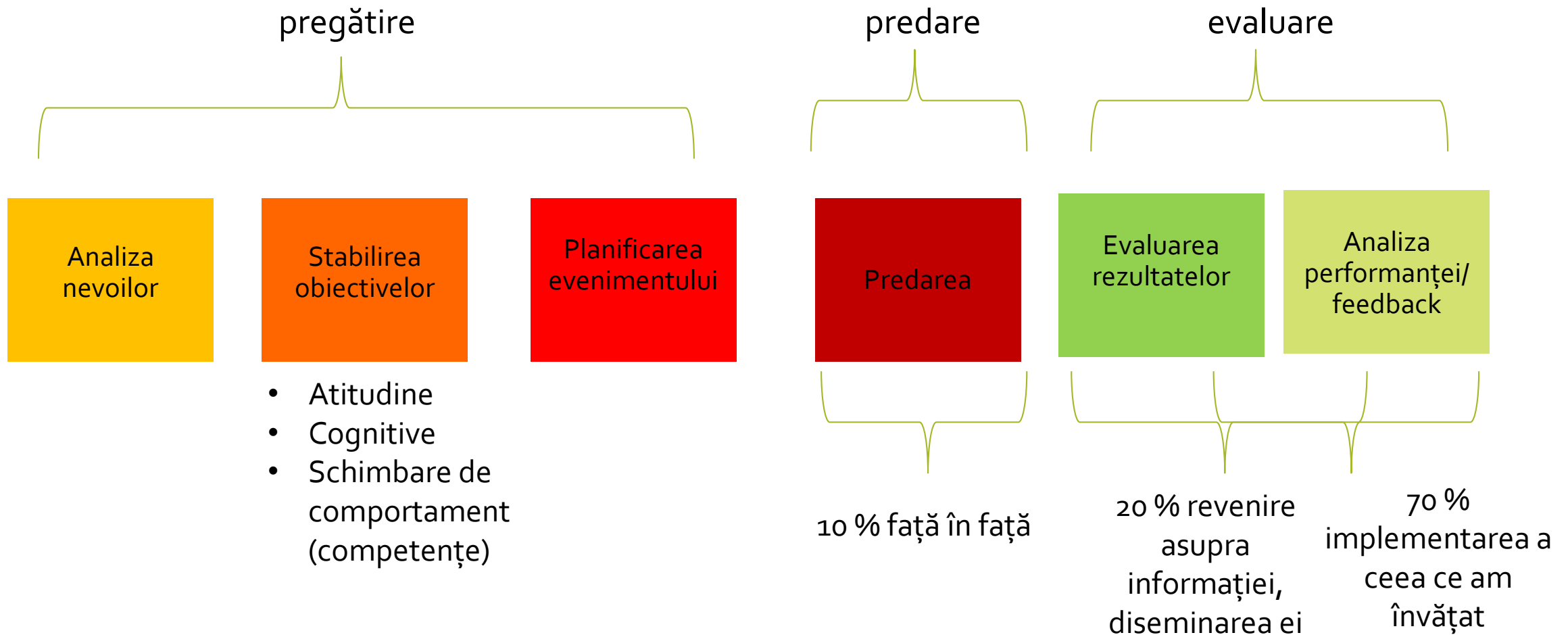
Helsedirektoratet



World Health
Organization

Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Procesul de învățare



Conul învățării



Institutul Național pentru Sănătatea
Mamei și Copilului
"Alessandrescu-Roesescu" București



Norwegian Institute
of Public Health



Helsedirektoratet



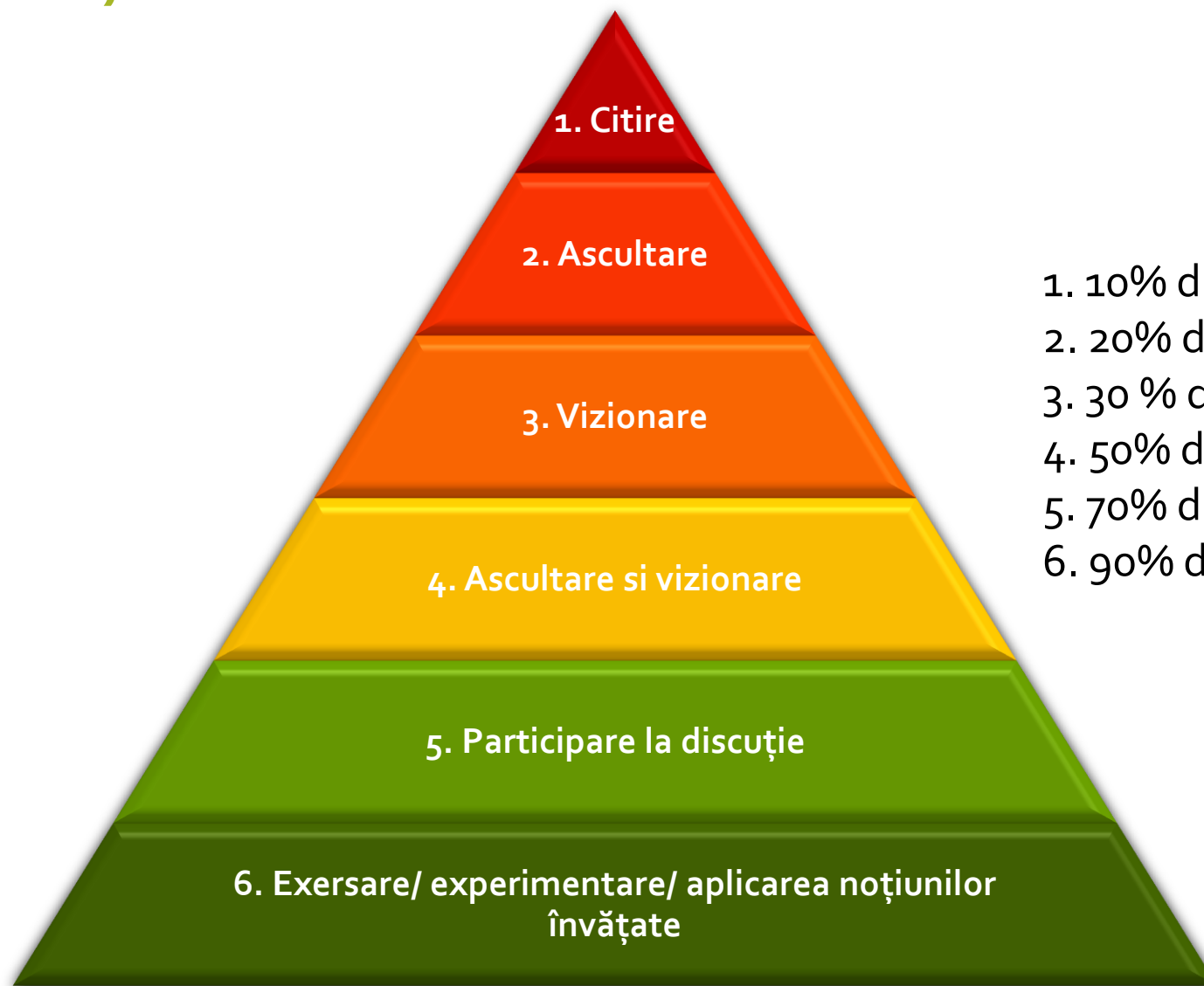
World Health
Organization



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

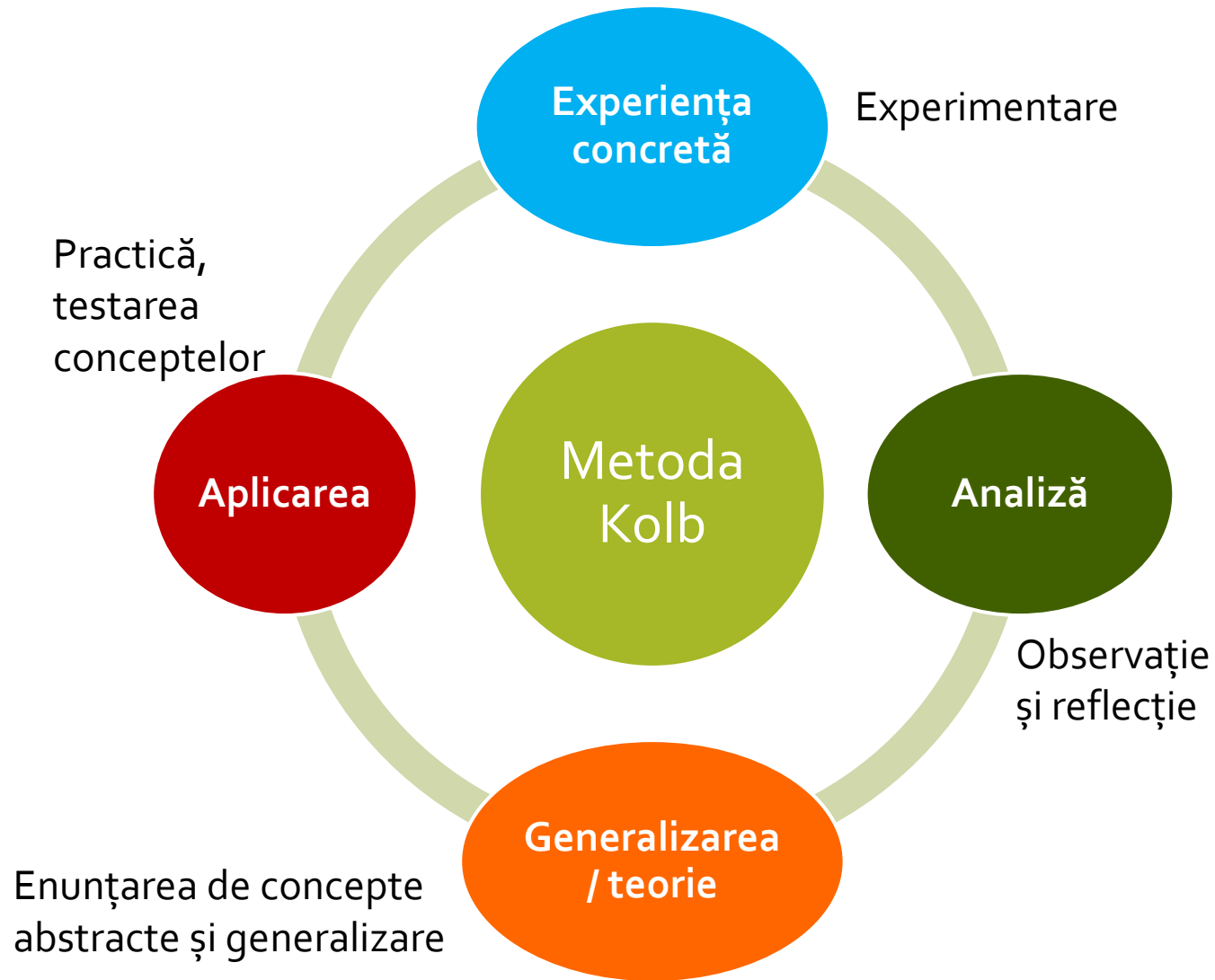
P
A
S
I
V

A
C
T
I
V



1. 10% din ceea ce citim
2. 20% din ceea ce auzim
3. 30 % din ceea ce vedem
4. 50% din ceea ce vedem si auzim
5. 70% din ceea ce spunem
6. 90% din ceea ce spunem si facem

Metoda de predare



"Învățarea este procesul în care cunoașterea este creată prin transformarea experienței"
(David Kolb, 1984).

Metode de învățare a adulților

Experiența concretă

- Prelegerea sau prezentarea
- Studiul de caz
- Demonstrația
- Brainstorming
- Jocul de rol
- Acvariul
- Lucrul în grupuri mici
- Video



Observație și reflecție

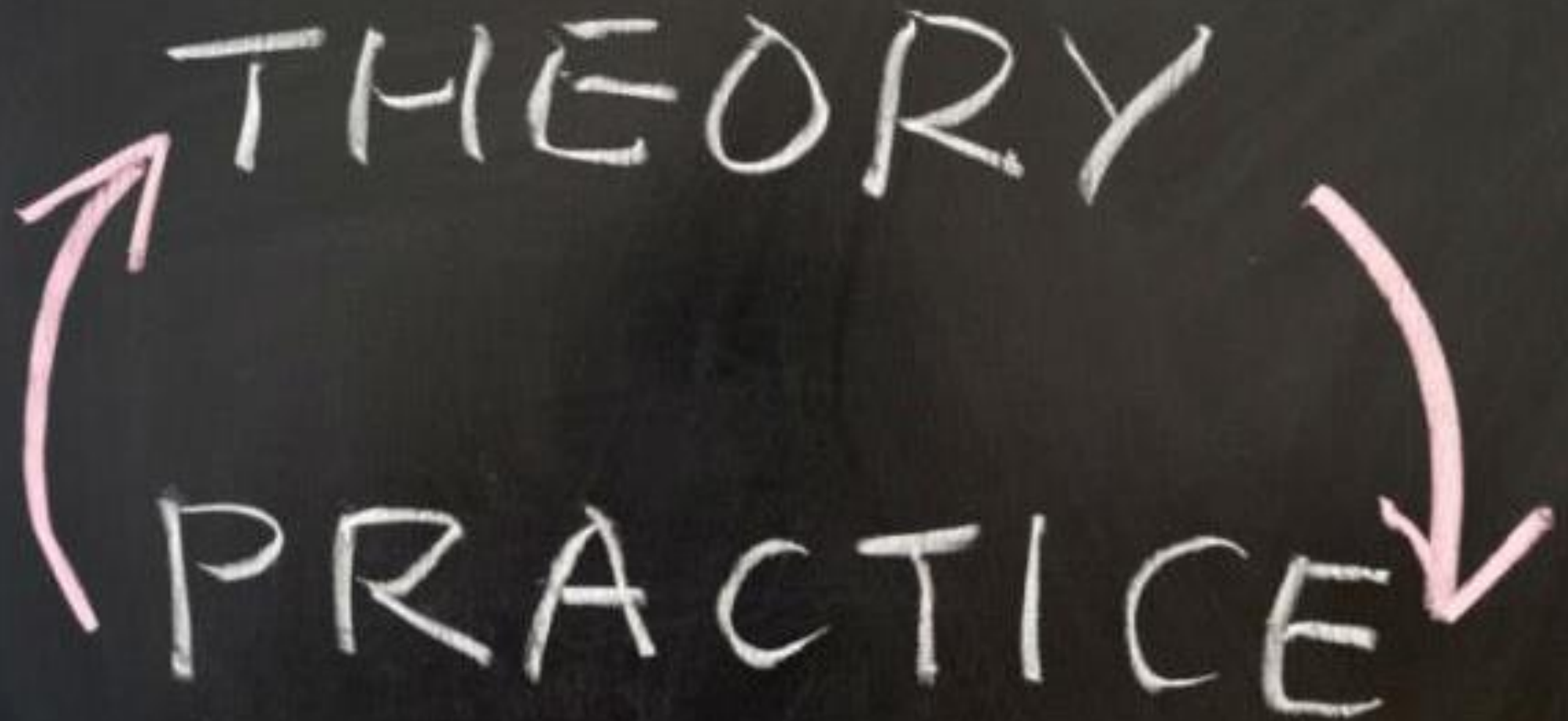
- ✓ Întrebări deschise
- ✓ Încurajarea tuturor cursanților să participe
- ✓ Atenție și validarea răspunsurilor
- ✓ Notarea răspunsurilor





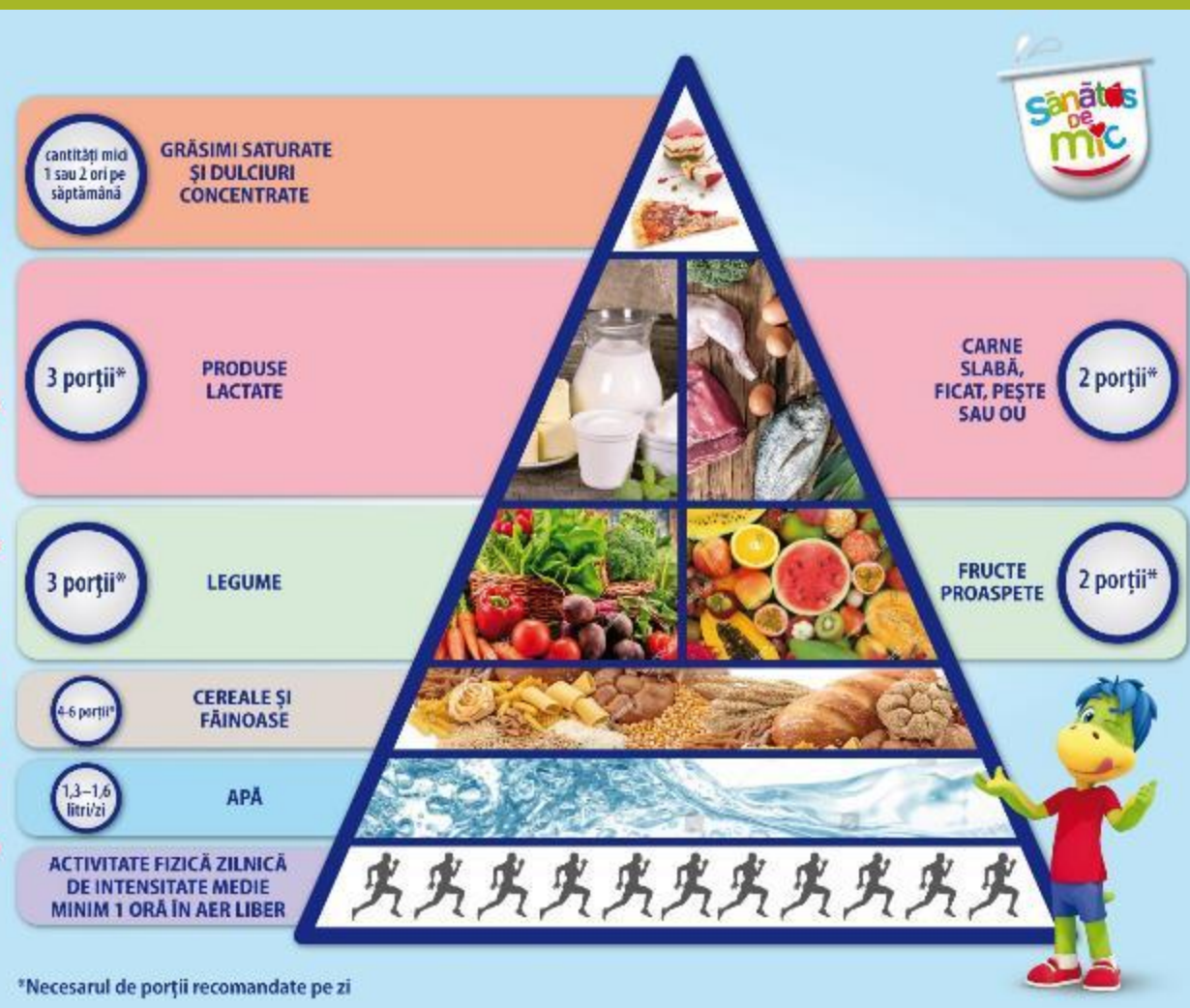
CONCEPTUALIZARE

TEORIE



Piramida nutrițională

Piramida alimentară pentru preșcolari



I just need
the main ideas



SUMAR