



UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA

MANUAL DE IDENTITATE VIZUALĂ

LUCENDO ALLIS EGO IPSE ARDEO!

CUPRINS:

	Introducere
1	Apartenența instituțională. Viziunea. Valorile
2	Elementele fundamentale: logo, slogan, drapel, antet, culoare
3	Identitatea vizuală. Reguli generale
4	Aplicarea identității: materiale promoționale
5	Fotografii
6	Prezența on-line
7	Relația cu presa. Evenimente
8	Ghid de scriere corectă

INTRODUCERE

1

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2

ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4

4

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5

FOTOGRAFII

6

PREZENȚA
ON-LINE

7

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8

GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

Identitatea vizuală poate fi definită ca suma elementelor vizuale prin care publicul recunoaște o instituție și prin care aceasta se diferențiază de celelalte. Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova dispune de un șir de astfel de simboluri, cum este logoul, sloganul, drapelul, foile cu antet, culoarea instituției și alte elemente. Dacă sunt utilizate corespunzător, acestea contribuie la promovarea imaginii instituției noastre.

Un concept de identitate vizuală unitar întărește imaginea în percepția publicului, Universitatea devenind, astfel, ușor de recunoscut în mulțimea altor instituții de învățământ superior din țară și de peste hotare. Manualul de față prezintă acest concept și vine cu anumite recomandări de utilizare a simbolurilor Universității atât pentru membrii comunității universitare, cât și pentru partenerii acesteia.

Vedeți, în continuare, cum puteți contribui la promovarea imaginii instituției prin intermediul unor elemente simple, dar foarte importante, cum sunt materialele informative, prezentările, cărțile de vizită ș.a.

Prezentul Manual include și anumite sugestii de comunicare cu mass-media, dar și câteva reguli utile de scriere pentru toți reprezentanții USMF „Nicolae Testemițanu”.

Departamentul Comunicare și Relații Publice (DCRP) oferă suport membrilor comunității universitare, dar și partenerilor, în utilizarea elementelor de identitate vizuală în scopul promovării imaginii instituției noastre și poate fi contactat la adresa: relatiipublice@usmf.md

De ce este necesar acest Manual?

- pentru realizarea materialelor promoționale;
- editarea de publicații (inclusiv broșuri, pliante);
- organizarea evenimentelor;
- pentru promovarea imaginii Universității.

Cui se adresează Manualul de identitate vizuală?

- membrilor comunității universitare (studenți, rezidenți, cadre profesoral-didactice, angajați ș.a.)
- partenerilor (instituții, organizații, agenți economici ș.a.)

1

APARTENENȚA INSTITUȚIONALĂ

Viziunea

Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova (în continuare USMF ”Nicolae Testemițanu”) este o instituție performantă și competitivă la nivel european în instruirea universitară, postuniversitară și de formare continuă în medicină și farmacie, în cercetarea științifică și în prestarea serviciilor medicale și farmaceutice, fiind orientată spre calitate, excelență și colaborare.

Valorile

- **Calitatea** – promovarea unei culturi a calității în toate domeniile de activitate;
- **Excelența** – element de referință în toate activitățile Universității;
- **Performanța** instituțională prin aderarea la standardele internaționale;
- **Creativitatea** și **inovația** în activitatea de instruire, cercetare științifică, asistență medicală și management;
- **Responsabilitatea** individuală și instituțională;
- **Satisfacția** beneficiarilor;
- **Motivarea** și **dezvoltarea** comunității academice;
- **Lucrul în echipă** și **comunicarea** intra și inter-instituțională;
- **Parteneriatul proactiv** cu instituții academice, organizații guvernamentale și neguvernamentale din țară și din străinătate.

USMF ”Nicolae Testemițanu” tinde să dezvolte spiritul de apartenență instituțională a angajaților săi, pentru că aceștia sunt ”ambasadori” ai Universității, și tindem ca fiecare dintre ei să fie mândru că activează aici.

INTRODUCERE

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

1

ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

2

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

3

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

4

FOTOGRAFII

5

PREZENȚA
ON-LINE

6

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

7

GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

8

INTRODUCERE

1

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2

ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5

FOTOGRAFII

6

PREZENȚA
ON-LINE

7

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8

GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

2

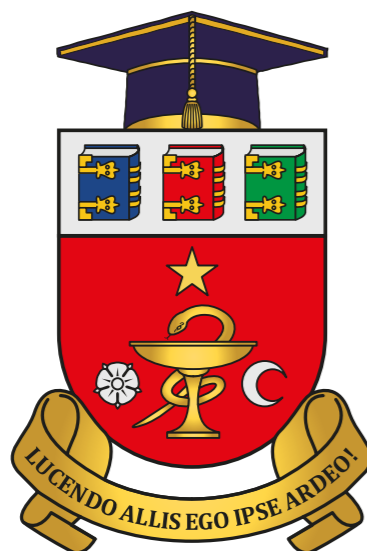
ELEMENTELE FUNDAMENTALE

Prezentăm, în continuare, cele 5 elemente de bază utilizate în promovarea USMF "Nicolae Testemițanu": logoul, sloganul, drapelul, antetul și culoarea Universității.

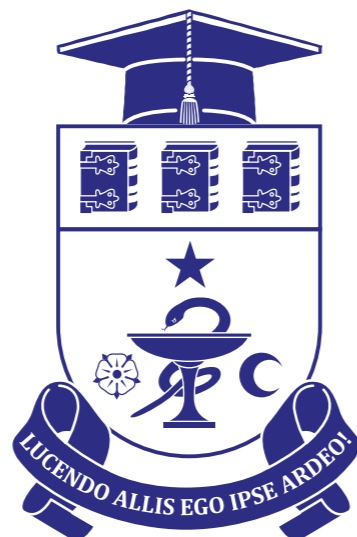
2.1 Logoul

Unul dintre cele mai importante elemente de identitate vizuală al oricărei organizații este logoul, care produce în mintea publicului asocierea dintre materialele de comunicare ale unei organizații și organizația propriu-zisă.

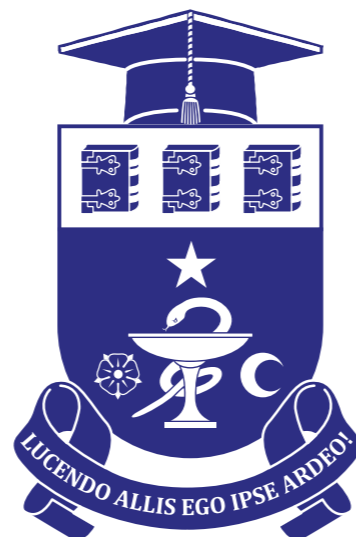
Logoul Universității de Stat de Medicină și Farmacie "Nicolae Testemițanu" reprezintă o compoziție grafică simbolică, compusă dintr-un scut heraldic, deasupra căruia este o tocă academică, iar sub acest scut, pe o panglică galbenă, este notat sloganul "**Lucendo Allis Ego Ipse Ardeo!**".



Versiune primară



Reprezentare monocromă

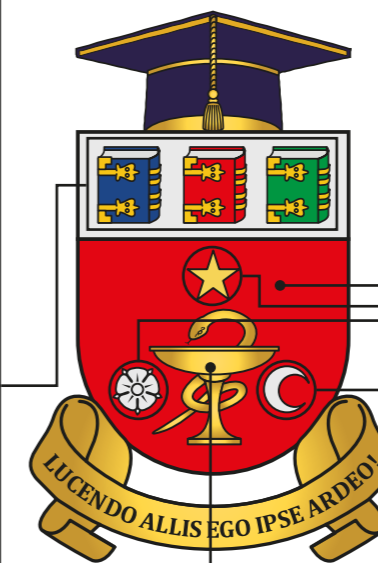


Reprezentare monocromă

Semnificația logoului

Culoarea roșie a câmpului de bază al scutului este una din culorile tradiționale ale medicinei, care simbolizează sacrificiul, curajul, dragostea și dorința de a servi Patria.

Cele trei cărți din partea superioară a scutului sugerează ideea de Universitate, iar pentru că sunt închise - ele reprezintă tentația cunoașterii. Cartea albastră simbolizează medicina preventivă, cartea roșie - medicina curativă, iar cea verde - farmacia, astfel regăsindu-se în același scut cele trei branșe fundamentale ale medicinei contemporane. Poziționarea inversată a cărților (cotorul pe dreapta) face aluzie la Biblie - Cartea Cărților.



Cupa cu șarpe încolăcit în jurul acesteia, reprezintă principalul element al stemei, fiind una dintre cele mai populare embleme medicale din lume. Șarpele își varsă veninul în cupă pentru ca omul să-l poată folosi în calitate de antidot spre binele umanității. Astfel, cupa cu venin simbolizează puterile naturale, menite să însănătoșească bolnavii și înțelepciunea omului, care știe să folosească resursele oferite de natura-mă pentru ocrotirea sănătății.

Pentru a localiza geografic Universitatea, emblema medicinei a fost însoțită de simboluri tradiționale ale **capului de bour** din stema istorică a Țării Moldovei, preluate și în stema de stat a Republicii Moldova, **steaua de aur dintre coarne, roza heraldică de argint în flancul senestru și luna**. Prin conservarea smalțurilor istorice și corecte, aceste atribute sunt menite să marcheze discret că USMF "Nicolae Testemițanu" este o instituție universitară:

- din Moldova;
- de stat;
- de nivel național.

INTRODUCERE

1

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILEELEMENTELE
FUNDAMENTALE

2

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

3

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

4

FOTOGRAFII

5

PREZENȚA
ON-LINE

6

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

7

GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

8

INTRODUCERE

1
APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2
ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3
IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4
APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE5
FOTOGRAFII6
PREZENȚA
ON-LINE7
RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8
GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Logoul aniversar

În anul 2015, USMF "Nicolae Testemițanu" aniversează 70 de ani de la fondare. Cu acest prilej, a fost creat un logo aniversar, care va fi utilizat în materiale informative și într-o serie de materiale promoționale.



Versiune albastru pe alb



Versiune alb pe albastru

2.2 Sloganul

"Lucendo Allis Ego Ipse Ardeo!" este sloganul USMF "Nicolae Testemițanu", care exprimă crezul profesorilor, studenților și absolvenților săi - "Arzând, luminez altora".

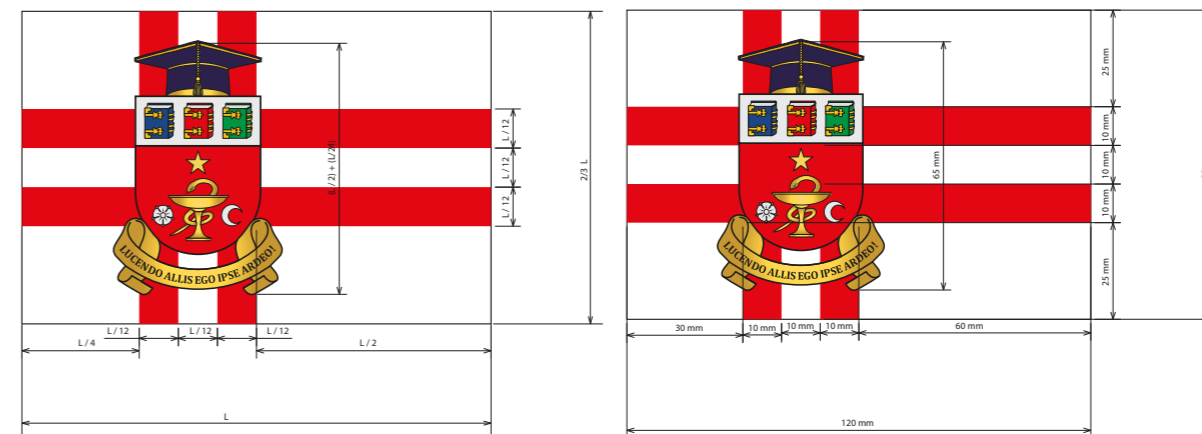
Departamentul Comunicare și Relații Publice este responsabil de păstrarea și promovarea elementelor vizuale descrise mai sus și oferă consultații (la necesitate) privind utilizarea acestora, în corespundere cu prevederile prezentului Manual, precum și a altor acte normative în vigoare.

2.3 Drapelul


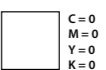

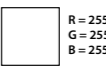

Drapelul USMF "Nicolae Testemițanu" prezintă un fundal alb, pe care este amplasat, în partea stângă, logoul Universității, la intersecția a două perechi de linii roșii paralele. Culoarea albă se identifică aici cu albul halatului lucrătorului medical, dar și cu albul filei de hârtie pe care se fixează cunoștințele pentru a fi perpetuate.

Drapelul se arborează pe blocurile de studii, dar și pe alte edificii ale Universității. Acesta poate figura pe diverse obiecte de protocol, materiale promoționale, emisiuni de mărci poștale și poate fi folosit în cadrul unor acțiuni oficiale, manifestări științifice, festive, culturale, sportive.

În cazul arborării sau amplasării drapelului Universității alături de drapelul de stat al Republicii Moldova, primul se așează într-o poziție secundară, mai la dreapta sau mai jos, iar dimensiunile lui liniare nu pot depăși dimensiunile drapelului de stat.



Culorile de utilizare:

	C = 0 M = 100 Y = 100 K = 0		C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0
	R = 255 G = 0 B = 0		R = 255 G = 255 B = 255
	Pantone 485 C		

web: #ff0000

INTRODUCERE

1
APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2
ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3
IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4
APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE5
FOTOGRAFII6
PREZENȚA
ON-LINE7
RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8
GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

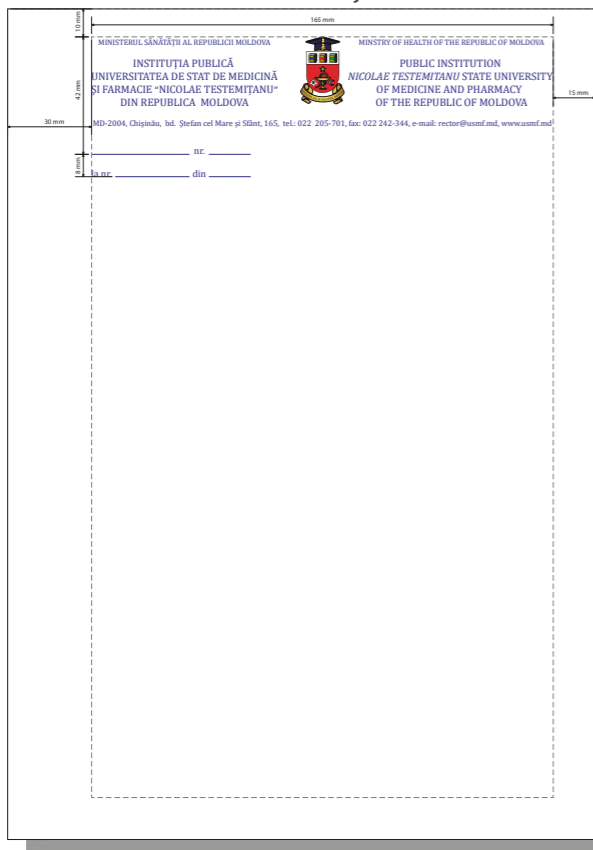
5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

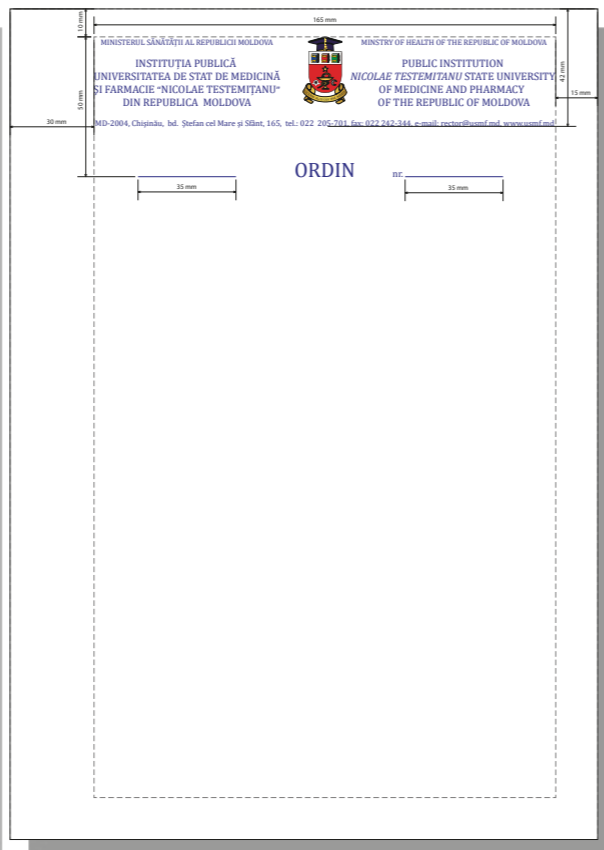
2.4 Antetul

Foia cu antet reprezintă un element distinctiv al Universității, folosit pentru documentele cu caracter oficial (ordine, scrisori, adeverințe ș.a.). Aceasta conține logoul, denumirea Universității, precum și datele de contact ale instituției. Foia cu antet poate fi semnată doar de rector sau de un prorector (în domeniul în care este împuternicit prin ordinul rectorului). Unele subdiviziuni (cum ar fi: Departamentul Comunicare și Relații Publice, Departamentul Resurse Umane, Departamentul Relații Externe și Integrare Europeană, Biblioteca Științifică Medicală) pot avea foaie cu antet personalizată. Aceasta este elaborată, la cerere, de către DCRP cu respectarea stilului foii cu antet instituționale.

Versiunea foii cu antet pentru scrisori,
adeverințe



Versiunea foii cu antet pentru ordine



2.5 Culoarea Universității

Culoarea Universității este reprezentată de un albastru întunecat (cu nuanță de violet) și se utilizează atât pentru realizarea materialelor informative și de promovare, cât și pentru alte elemente distinctive (panouri, mobilier, ecusoane ș.a.).

Nuanța de albastru poate varia ușor, pentru că unele materiale nu permit redarea întocmai a culorii și pentru că se obține diferit, în dependență de modelul de culoare utilizat (RGB, CMYK, Pantone).

Specificațiile culorii
pentru suport electronic



R = 45%

G = 46%

B = 131%

Web = #2cde83

Specificațiile culorii
pentru tipar și imprimeuri



C = 100%

M = 95%

Y = 5%

K = 0%



Pantone Reflex Blue C
(pentru hârtie cretată)



Pantone Reflex Blue U
(pentru hârtie mată)

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

3

IDENTITATEA VIZUALĂ.
REGULI GENERALE

Identitatea vizuală se realizează printr-un set de instrumente care urmăresc aceleași orientări, direcții stabilite pentru a crea o imagine unitară pe toate materialele (informative, de promovare ș.a.) care intră în contact cu mediul intern și extern al USMF "Nicolae Testemițanu". Aceasta se referă, de regulă, la fonturi, palete de culori, măsurători și scheme similare. Important este să păstrăm un stil sobru, academic. Să utilizăm simbolurile Universității doar într-un context pozitiv și să nu permitem denigrarea acestora.

Există câteva standarde privind utilizarea elementelor de identitate vizuală:

1. Denumirea

Denumirea juridică a instituției este Instituția Publică Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova.

Versiuni prescurtate:

- Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova
- USMF „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova
- USMF „Nicolae Testemițanu”

Sintagma "Instituția Publică" este utilizată în documentele oficiale, cum ar fi actele normative, ordine, regulamente, contracte ș.a., și poate fi omisă în textele mai puțin formale.

Când este menționată pentru prima dată într-un text, denumirea instituției se scrie desfășurat - **Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova**, ulterior poate fi utilizată o formă prescurtată.

Nu se admit prescurtări de felul:

~~USMF~~~~USMF "N. Testemițanu"~~

2. Logoul

- Logoul Universității poate fi utilizat pe toate materialele dedicate publicului extern (materiale promoționale și informative, felicitări, invitații, obiecte de protocol etc.), precum și pe antet, pe bunurile mobile și imobile ale Universității, pe diplome și medalii etc.
- Logoul va fi utilizat cu denumirea **Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie "Nicolae Testemițanu" din Republica Moldova** sau cu prescurtarea **USMF "Nicolae Testemițanu"**.
- Se recomandă poziționarea logoului în partea stângă de sus a paginii, înainte de denumirea instituției. Fonturile recomandate pentru text sunt: Cambria, Georgia sau Times New Roman.



UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA



UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ
ȘI FARMACIE "NICOLAE TESTEMIȚANU"
DIN REPUBLICA MOLDOVA



USMF "NICOLAE TESTEMIȚANU"



USMF
"NICOLAE TESTEMIȚANU"
Lățimea identică a titlului și a abrevierilor cu logo

Cambria Font Family

CMYK (100, 95, 5, 0)

RGB (45, 46, 131)
#2C2E83

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ**Utilizare fonturi opționale alăturate de logo:**

a) Georgia Regular; b) Times New Roman Regular

a  UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVAb  UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA**Fonturi neacceptate spre utilizare:**

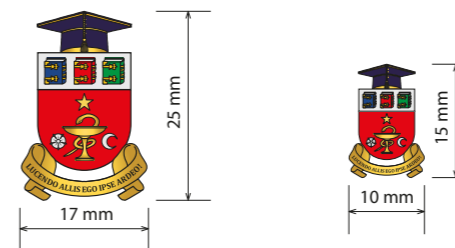
a) orice familie de fonturi fără serife (grotesc);

b) orice familie de fonturi Script, Brushscript.

a  ~~UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA~~b  ~~UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA~~

- Pentru o pagină A4 - dimensiunea maximă admisă a logoului este de 25x17 mm, iar cea optimă este de 15x10 mm.

Pentru logoul însoțit de denumirea instituției, dimensiunea va fi de 12x120 mm.



- Pentru a ilustra statutul de partener al Universității pe materialele informative ale unui proiect sau eveniment - logoul va fi de aceeași dimensiune ca și a partenerilor, cu respectarea proporțiilor între înălțime și lățime.
- În cazul amplasării logoului Universității alături de stema de stat a Republicii Moldova, acesta trebuie poziționat secundar (mai la dreapta sau mai jos), iar dimensiunile acestuia nu pot depăși dimensiunile stemei de stat.

3. Coerență și coeziune

Pentru ca instituția să fie recunoscută la orice nivel și în orice context, este necesar ca logoul și toate elementele de identitate vizuală să prezinte o anumită coerență grafică. Totodată, elementele de identitate vizuală trebuie să fie incluse pe toate materialele informative și de promovare pentru a lăsa impresia de coeziune.

INTRODUCERE

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE 1ELEMENTELE
FUNDAMENTALE 2IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE 3APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE 4

FOTOGRAFII 5

PREZENȚA
ON-LINE 6RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE 7GHID DE SCRIERE
CORECTĂ 8

INTRODUCERE

1

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2

ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5

FOTOGRAFII

6

PREZENȚA
ON-LINE

7

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8

GHID DE SCRIERE
CORECTĂUNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVAUNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVAUSMF
"NICOLAE TESTEMIȚANU"USMF
"NICOLAE TESTEMIȚANU"UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVAUNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVAUNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVAUSMF
"NICOLAE TESTEMIȚANU"USMF
"NICOLAE TESTEMIȚANU"

Notă: Nu se recomandă scrierea denumirii Universității pe imagini, dar în caz de necesitate, textul se va plasa pe un fundal alb (sau alb transparent la 65%) pentru ca acesta să fie lizibil, conform modelului din stânga.

UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA

INTRODUCERE

1

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2

ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5

FOTOGRAFII

6

PREZENȚA
ON-LINE

7

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8

GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

4. Excepții și consultații

Regulile de identitate vizuală prezentate în acest manual sunt obligatorii pentru membrii comunității universitare și pentru parteneri. Totodată, excepții de la aceste reguli sunt acceptate de la caz la caz, dacă acestea se justifică.

Spre exemplu, fiecare campanie de informare, sensibilizare sau educare realizată de USMF "Nicolae Testemițanu" are propriul concept și poate prezenta o siglă specială, în dependență de mesajul promovat. Totodată, acesta nu trebuie să vină în contradicție cu principiile enumerate în prezentul Manual.

În utilizarea elementelor de identitate vizuală trebuie să consultați specialiștii din cadrul **Departamentului Comunicare și Relații Publice**, care vor oferi suport în realizarea materialelor informative și de prezentare.

4

APLICAREA IDENTITĂȚII: MATERIALE PROMOȚIONALE

Pentru dezvoltarea imaginii instituționale a fost creat un concept unificat pentru materialele promoționale, care respectă același stil și prezintă un model standardizat.

Plic. Invitație

10 mm
25 mm
10 mm
200 mm

INSTITUȚIA PUBLICĂ UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE "NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA
PUBLIC INSTITUTION NICOLAE TESTEMIȚANU STATE UNIVERSITY OF MEDICINE AND PHARMACY OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA
Bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 165, MD-2004, Chișinău, tel.: (+373 22) 205-701, fax: (+373 22) 242-344, e-mail: rector@usmf.md, www.usmf.md
165, Ștefan cel Mare si Sfânt Ave., MD-2004, Chisinau, tel.: (+373 22) 205-701, fax: (+373 22) 242-344, e-mail: rector@usmf.md, www.usmf.md

Cambria Regular, 8,5pt Normal Case
Cambria Regular, 9pt All Caps Case

UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
"NICOLAE TESTEMIȚANU" DIN REPUBLICA MOLDOVA

Stimată Doamnă/Stimate Domnule _____

Avem onoarea de a Vă invita la
Evenimentul va avea loc în data de, ora ..:, în incinta

Rector
Ion Ababii,
prof. univ., dr. hab. șt. med.,
academician al AȘM

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE

7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Cărți de vizită

Doritorii de a realiza cărți de vizită, după modelele stabilite (a sau b), pot solicita macheta de la Departamentul Comunicare și Relații Publice, disponibilă și pe www.relatiipublice.usmf.md.



Prezentare PowerPoint

Se recomandă ca toți membrii comunității universitare să utilizeze acest șablon în crearea prezentărilor PowerPoint, mai ales în cazul deplasărilor peste hotarele țării cu scop de participare la congrese, conferințe, activități de proiect ș.a.

Macheta poate fi descărcată de pe www.relatiipublice.usmf.md



INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE

7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Imagine-fundal pentru masa de lucru a computerului

Se recomandă, ca pe masa de lucru a computerelor (desktop), care aparțin Universității să fie aplicată imaginea prezentată mai jos. Aceasta poate fi descărcată de pe relatiipublice.usmf.md și va oferi un plus de imagine Universității, cât și demonstrează apartenența instituțională a fiecărui utilizator în parte.



Carnet, stick, pungă, pix



INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

- INTRODUCERE
- 1 APARTENENȚA INSTITUȚIONALĂ. VIZIUNEA. VALORILE
- 2 ELEMENTELE FUNDAMENTALE
- 3 IDENTITATEA VIZUALĂ. REGULI GENERALE
- 4 APLICAREA IDENTITĂȚII: MATERIALE PROMOȚIONALE
- 5 FOTOGRAFII
- 6 PREZENȚA ON-LINE
- 7 RELAȚIA CU PRESA. EVENIMENTE
- 8 GHID DE SCRIERE CORECTĂ

Mapă



Modele de tricou

Versiune policromă pentru imprimare



Versiune monocromă pentru coasere și imprimare



- INTRODUCERE
- 1 APARTENENȚA INSTITUȚIONALĂ. VIZIUNEA. VALORILE
- 2 ELEMENTELE FUNDAMENTALE
- 3 IDENTITATEA VIZUALĂ. REGULI GENERALE
- 4 APLICAREA IDENTITĂȚII: MATERIALE PROMOȚIONALE
- 5 FOTOGRAFII
- 6 PREZENȚA ON-LINE
- 7 RELAȚIA CU PRESA. EVENIMENTE
- 8 GHID DE SCRIERE CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE

7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Materiale promoționale aniversare



Materiale promoționale aniversare



Culori pentru reproducerea materialelor promoționale:



Pantone 877 C (metallic silver)



C=100; M=95; Y=5; K=0



Pantone reflex Blue

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE

7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Logoul jubiliar USMF "Nicolae Testemițanu" aplicat pe tricou



5

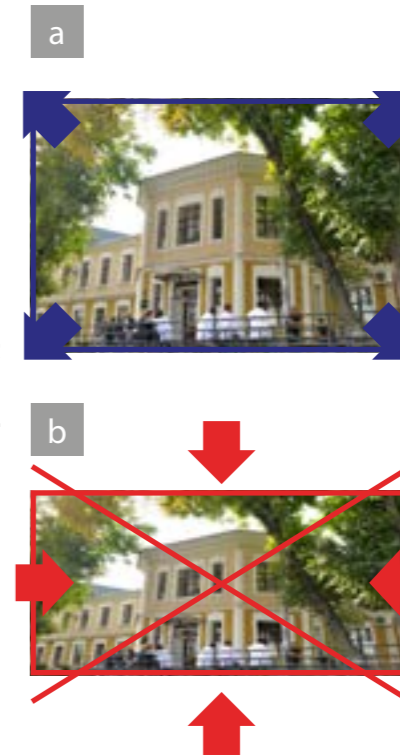
FOTOGRAFII

Materialele elaborate în cadrul USMF "Nicolae Testemițanu", precum broșurile, pliantele, afișele sau chiar cărțile sunt mult mai sugestive dacă includ și ilustrații vizuale. Acestea trebuie utilizate corect pentru a obține un plus de imagine.

Departamentul Comunicare și Relații Publice realizează fotografiile la diverse evenimente, fiind responsabil de dezvoltarea și păstrarea arhivei foto a instituției. În caz de necesitate, DCRP vă poate pune la dispoziție fotografiile de la diverse manifestări (științifice, sportive, culturale, sociale ș.a.).

Recomandări:

- Proporțiile fotografiilor (înălțime, lățime) trebuie păstrate (a), altfel se produce efectul de distorsionare (b).
- Nu se recomandă utilizarea fotografiilor ca fundal pentru text.
- În dependență de scop, se folosesc dimensiuni diferite ale imaginilor: o rezoluție cât mai mare pentru tipar (min. 300 pixeli) și una mică pentru web (72 pixeli, pentru încărcare rapidă).
- Indicați sursa de unde a fost preluată imaginea sau numele fotografului.
- Dacă este necesar, fiecare imagine va fi marcată cu un semn distinctiv (notăm "USMF" în colțul din dreapta, jos) pentru a demonstra sursa acesteia, în caz de preluare.



INTRODUCERE

1

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2

ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5

FOTOGRAFII

6

PREZENȚA
ON-LINE

7

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

8

GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1

APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE

2

ELEMENTELE
FUNDAMENTALE

3

IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE

4

APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

FOTOGRAFII

5

PREZENȚA
ON-LINE

6

RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE

7

GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

8

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

6

PREZENȚA ON-LINE

Portalul universitar

Portalul informațional universitar www.usmf.md prezintă o platformă de informare pentru întreaga comunitate universitară, dar și un instrument de promovare a activității acesteia în rândul utilizatorilor de Internet.

Noul concept a fost lansat în 2013 și prezintă un șir de avantaje față de site-ul anterior, printre care: posibilitatea pentru subdiviziuni de a-și gestiona propriul subsite, sunt create conturi pentru utilizatori, poate fi accesat de pe orice dispozitiv (computer, laptop, iPad, telefon mobil performant ș.a.), poate fi integrat cu alte sisteme, cum ar fi Sistemul Informațional de Management Universitar (SIMU).



Informațiile plasate pe subsite-uri sunt monitorizate centralizat, ceea ce asigură un control al calității materialelor publicate pe portal. Totodată, atenționăm toți membrii comunității universitare, care participă la dezvoltarea portalului, să acorde o atenție deosebită acurateței și corectitudinii informației plasate, să nu utilizeze diferite fonturi pentru același text și să nu facă abuz de culori, sublinieri și evidențieri.

Portalul informațional universitar va fi dezvoltat încontinuu, pentru a-l face cât mai atractiv și mai simplu în utilizare. La realizarea acestui deziderat sunt invitați să participe toți membrii comunității universitare.

Sistemul Informațional de Management Universitar

Sistemul Informațional de Management Universitar (SIMU) - este un sistem complex, la care au acces doar membrii comunității universitare (profesori, studenți, angajați ș.a.). Acesta oferă un plus de imagine instituției noastre - în special, prin asigurarea transparenței în toate direcțiile de activitate și deschidere spre noile tehnologii. Totodată, fiecare utilizator trebuie să respecte regulile de utilizare a SIMU, pentru a asigura securitatea datelor. Acuratețea mesajelor este un aspect de care trebuie să se țină cont și aici.



INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

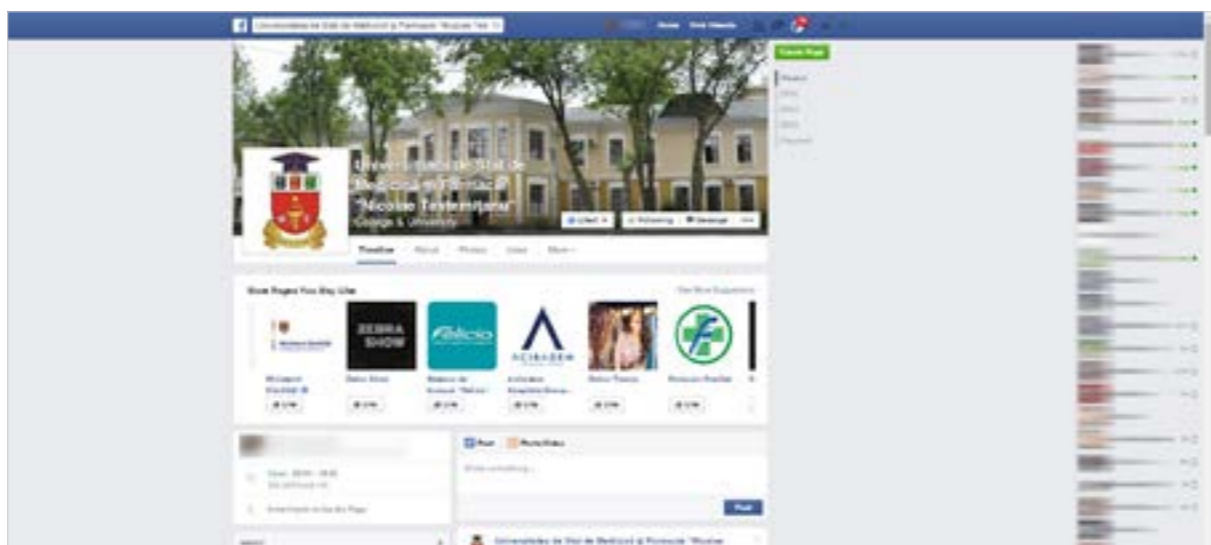
5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Pagina de Facebook

Un canal important de comunicare este reprezentat de rețelele sociale, în special **Facebook**, **YouTube** și **Twitter**. Prin intermediul acestora, Departamentul Comunicare și Relații Publice promovează imaginea Universității. În dezvoltarea imaginii on-line a instituției noastre își poate aduce aportul fiecare angajat prin aprecierile aduse (Like-uri) și prin promovarea conținutului plasat pe aceste rețele (distribuții, Share, Retwitt ș.a.).

Fiți membru activ al comunității USMF "Nicolae Testemițanu" și on-line!



7

RELAȚIA CU PRESA. EVENIMENTE

Departamentul Comunicare și Relații Publice al USMF "Nicolae Testemițanu", stabilește, de regulă, relațiile cu presa. Aici vin solicitările din partea mass-media pentru precizarea sau confirmarea unor informații, realizarea unui interviu pe teme ce vizează activitatea Universității noastre. Departamentul Comunicare și Relații Publice identifică sau sugerează reprezentantul comunității universitare care va furniza informația solicitată, asigurând transparență și obiectivitate.

Principalele instrumente de comunicare cu presa sunt: comunicatul de presă, conferința de presă, briefingul, interviul ș.a.

Comunicatul de presă

Pentru a mediatiza în presă un eveniment important, care urmează să se desfășoare sau care a avut loc în Universitate (ex. delegații străine, conferințe etc.), este emis un comunicat de presă (comunicat-invitație sau post-eveniment). Acesta trebuie să fie elaborat și redactat cu profesionalism, structurat astfel încât să prezinte informația de la cele mai importante date la detalii mai puțin importante.

Comunicatul este un document oficial emis de Universitate prin intermediul Departamentului Comunicare și Relații Publice pentru a fi dat publicității.



INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Conferința de presă și briefingul

Cele două mijloace de comunicare cu presa diferă prin faptul că *briefingul* acoperă o singură problemă, în timp ce *conferința* dezbată mai multe. Aceste instrumente, de regulă, se utilizează numai dacă nu se găsește o cale mai bună de a prezenta știrea sau la cererea expresă a jurnaliștilor. Pentru a avea succes, o conferință de presă sau un briefing trebuie să respecte câteva reguli:

- să fie ales un purtător de cuvânt sau moderator care cunoaște bine tema;
- să fie invitați jurnaliști de la sursele mediatice din zonă;
- să fie asigurată o sală confortabilă, dotată cu cele necesare;
- să se stabilească timpul de desfășurare a briefingului.

Interviul. Cum oferiți un interviu presei?

Deseori, jurnaliștii apelează direct la reprezentanții Universității și le solicită opinia vizavi de un anumit subiect sau problemă (fără a apela preventiv la DCRP). Iată de ce, este important să cunoașteți că un interviu acordat pentru presă, va contribui la consolidarea imaginii instituției sau, dimpotrivă, la diminuarea acesteia. Astfel, oricât de delicat ar fi subiectul abordat, dacă ați acceptat să oferiți informații presei, trebuie să țineți cont de următoarele:

- răspundeți la întrebări cât mai clar și concret;
- dați cât mai multe detalii exacte în cunoștința de caz;
- aveți grijă la acuratețea informației și a mesajului transmis;



- dați dovadă de echidistanță;
- trebuie să vă controlați emoțiile și să aveți o atitudine respectuoasă față de jurnalist;
- optați pentru un interviu direct și nu la telefon.

Totodată, trebuie să țineți cont de faptul că nu sunteți obligat să răspundeți la toate întrebările care vă sunt adresate - important este să refuzați respectuos.

Dacă considerați necesar, puteți solicita ca un reprezentant al Departamentului Comunicare și Relații Publice să fie prezent în timpul interviului. Acesta ar putea crea o atmosferă mai lejeră în comunicarea cu jurnaliștii. De asemenea, specialiștii în relații publice sunt cei care vă pot oferi consultanță și suport în oferirea unui interviu sau ținerea unui discurs.

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Organizarea de evenimente

Evenimentele (congrese, forumuri, conferințe științifico-practice, conferințe jubiliare etc.) organizate de subdiviziunile universitare cu diferite ocazii necesită o planificare riguroasă. Pentru ca manifestarea să fie una cu adevărat reușită, puteți beneficia de suportul oferit de Departamentul Comunicare și Relații Publice. Pe lângă detalii organizatorice, DCRP va asigura mediatizarea evenimentului (pe www.usmf.md, în ziarul universitar "Medicus" ș.a.), prezența fotografului și a reprezentanților mass-media. Pentru a beneficia de acest suport este necesar să completați *Formularul-tip* și să-l prezentați/expediați la Departamentul Comunicare și Relații Publice. Formularul este disponibil pe www.relatiipublice.usmf.md.

În general, în momentul în care organizați un eveniment ar trebui să urmați câțiva pași:

1. Stabilirea bugetului;
2. Identificarea sponsorilor și a partenerilor;
3. Stabilirea unui program;
4. Întocmirea listei de invitați (expediere invitații, estimare număr de participanți);
5. Rezervarea spațiilor (sală, aula ș.a.);
6. Închirierea echipamentului tehnic;
7. Promovarea evenimentului (înainte și după desfășurare);
8. Necesarul de alte servicii (catering, transport, cazare ș.a.).

În responsabilitatea DCRP este organizarea și desfășurarea campaniilor sociale și de informare la care vă îndemnăm să vă alăturați de fiecare dată.

8

GHID DE SCRIERE CORECTĂ

Pentru organizațiile mari, asemenea USMF "Nicolae Testemițanu", o adevărată provocare o reprezintă comunicarea într-un stil unitar, coerent și ușor de recunoscut. Aceasta se datorează faptului că materialele sunt create și publicate în diferite locuri, de persoane diferite.

Prezentul Ghid de scriere cuprinde un șir de sugestii privind cele mai comune situații și cele mai întâlnite greșeli.

- Denumirea **Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie "Nicolae Testemițanu" din Republica Moldova** scriem desfășurat într-un anumit text, când menționăm instituția pentru prima dată. În rest putem utiliza: **USMF "Nicolae Testemițanu", Universitatea, Universitatea noastră, instituția noastră** etc. Menționăm că, atunci când facem referire doar la instituția noastră, vom scrie cu majusculă cuvântul "Universitatea".
- Denumirea instituției în limba engleză este: **Nicolae Testemitanu State University of Medicine and Pharmacy of the Republic of Moldova**, iar în limba rusă - **Государственный медицинский и фармацевтический университет им. Николае Тестемицану Республики Молдова**.
- Pentru scrierea denumirilor subdiviziunilor universitare, în general, vom aplica regulile oferite de Dicționarul Ortografic Ortoepic și Morfologic al Limbii Române (ediția a II-a, revizuită și adăugită).

De regulă, se scrie cu literă mare inițiala fiecărui cuvânt din denumirile de:

Facultate - iar după primul cuvânt se adaugă prepoziția **de** (de ex.: Facultatea *de* Medicină, Facultatea *de* Stomatologie, Facultatea *de* Farmacie).

Centru - de ex.: Centrul Universitar de Simulare în Instruirea Medicală (CUSIM), Centrul de Informare și Documentare al Organizației Mondiale a Sănătății (CIDOMS), Centrul de Informare Europeană (CIE).

Departament - de ex.: *Departamentul Pediatrie, Departamentul Medicină Internă.*

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

Se scrie cu majusculă numai primul element din numele proprii care reprezintă:

Catedre - cu inițială majusculă doar primul cuvânt din denumire și se păstrează prepoziția **de** (de ex.: *Catedra de anatomie topografică și chirurgie operatorie*).

Discipline - de ex.: *Disciplina de boli ocupaționale*.

Laboratoare - de ex.: *Laboratorul de neurobiologie și genetică medicală*.

Cursuri - de ex.: *Cursul de chirurgie*.

Secții - de ex.: *Secția achiziții și marketing*.

N.B. Vă recomandăm să utilizați și să vă conduceți (la scriere) de *Ordinul cu privire la structura organizatorică a USMF "Nicolae Testemițanu"*, disponibil pe www.usmf.md și în Sistemul Informațional de Management Universitar - <https://ums.usmf.md>.

Denumirea de funcții (posturi) nu se scrie cu literă mare, nici măcar cea de *rector*. Doar în adresare utilizăm majuscule: *Stimate Domnule Rector, Stimate Doamnă Prorector* ș.a.

Câteva reguli generale

- Cifrele până la 10 se scriu cu litere (unu, doi ... nouă), iar mai mari - se scriu utilizând simbolurile corespunzătoare. Drept excepție sunt tabelele sau graficele.
- Ghilimelele utilizate în limba română au forma „ ” sau " " și nu sunt admise cele utilizate pentru limba rusă << >>.
- Folosim *Italic* (cursiv) de regulă pentru a înlocui ghilimelele, cum ar fi la citate sau denumiri (ex. USMF *Nicolae Testemițanu*), pentru a evidenția un fragment sau pentru a marca cuvintele dintr-o limbă străină (ex.: *target*).
- Când vorbim despre ora la care se va desfășura un eveniment, folosim expresii de felul:

între **orele** 14:00 și 16:00...

cu începere de la **ora** 15:00 (greșit: de la **orele** 15:00)

- Se recomandă utilizarea moderată a prescurtărilor. Totuși, în cazul în care sunt absolut necesare - trebuie să le utilizăm corect: dl (domnul), dna (doamna), Dvs. (Domnia Voastră) sau dvs. (dumneavoastră), str. (stradă), tel. (telefon), cca (circa).

- La scrierea datelor de contact, veți ține cont de următorul model:

Bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 165, MD-2004, Chișinău

Tel.: + 373 22 243 408; fax: +373 22 242 344

Email: contact@usmf.md

Deseori, reprezentanții comunității universitare utilizează eronat unele denumiri de instituții, articulează greșit unele substantive sau recurg la calchieri din limba rusă. Iată de ce, vom oferi mai jos câteva recomandări de scriere corectă:

Corect	Greșit
medicin ei	medicin ii
angajați, reprezentanți ai Universității, salariați	colaboratori
student <i>sau</i> medicinist	student medicinist
doctor în științe medicale (dr. șt. med.)	doctor în medicină (dr. med./d. m.)
doctor habilitat în științe medicale (dr. hab. șt. med.)	doctor habilitat în medicină (d.h.m./dr. hab. med./d.h.ș.m.)
academician AȘM (acad. AȘM)	academician A.Ș.M., acad. A.Ș.M./acad. AȘRM / academician A.Ș.R.M.
profesor universitar, prof. univ.	prof. universitar/profesor univ.
conferențiar universitar, conf. univ.	conf. universitar/ conferențiar univ.
cercetător științific, cercet. șt.	cer. științific /cerc. științ.

Este important să cunoaștem că și scrierea corectă oferă un plus de imagine Universității noastre. De aceea, trebuie să acordăm o atenție deosebită nu doar la "ce scriem" ci și la "cum scriem".

INTRODUCERE

1 APARTENENȚA
INSTITUȚIONALĂ.
VIZIUNEA.
VALORILE2 ELEMENTELE
FUNDAMENTALE3 IDENTITATEA
VIZUALĂ. REGULI
GENERALE4 APLICAREA
IDENTITĂȚII:
MATERIALE
PROMOȚIONALE

5 FOTOGRAFII

6 PREZENȚA
ON-LINE7 RELAȚIA CU PRESA.
EVENIMENTE8 GHID DE SCRIERE
CORECTĂ

www.usmf.md