



Human-centric Project Management in Digitalization Era,

<https://myipma.ipma.world/events/214/pm-fest-25>

21 November 2025, Romania

Short History of IPMA Young Crew Romania.

Generational Interoperability and Performance Management in the World of Project

Alina-Elena Huluba, huluba.ae@gmail.com

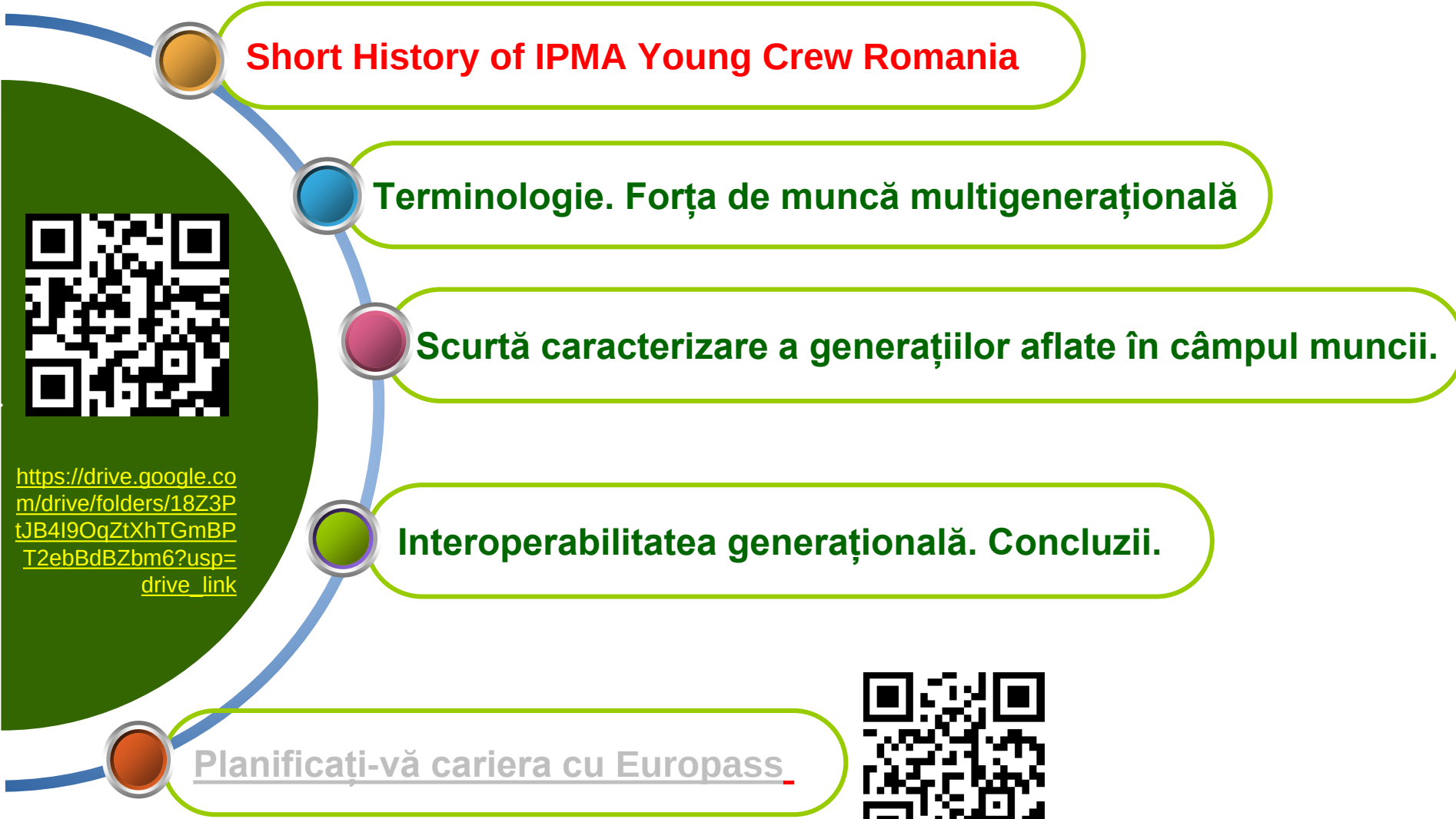
President of APMR Young Crew Romania

<https://ycro.ro/en/home/>



Toma PLEȘANU - tomaplesanu@yahoo.co.uk,
Andra-Ioana PINZARIU, pinzariu.andra@armyacademy.

Agenda



Short History of IPMA Young Crew Romania

Terminologie. Forța de muncă multigenerațională

Scurtă caracterizare a generațiilor aflate în câmpul muncii.

Interoperabilitatea generațională. Concluzii.

Planificați-vă cariera cu Europass.



https://drive.google.com/drive/folders/18Z3PtJB4I9OqZtXhTGmBPT2ebBdBZbm6?usp=drive_link





„The Young Crew Romania program helps us understand that perfect plans don't build successful projects. The key to performance combines goal monitoring and adjustment, dedicated coaching, effective communication, teamwork, and encouraging autonomy.”

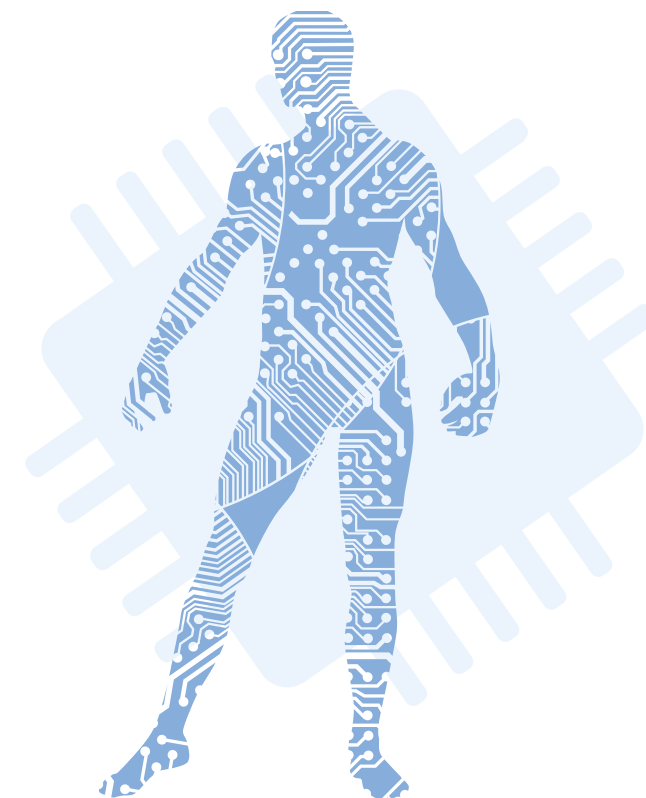
Alina-Elena Huluba,
President of APMR Young Crew Romania

Part 01: The Young Crew Romanian Program

- > Who we are and our story
- >> YC Board
- >>> Vision and principals

Part 02: Generational Interoperability and Performance Management in the World of Project

- > YC Romania's Vision on Generational Interoperability in the Project World
- >> YC Romania's Vision on Performance Management in the Project World



Who we are?

January 2025

The initiative group for establishing the Young Crew Romania Program was formed in January 2025.

Collaboration with the mentor of YC Romania, to guide the program towards international recognition.

Today

...We are currently in the transition phase towards international recognition as an active program.

June 12-14, KBO 2025

AFT, Sibiu

Organization of the workshop titled „**Young People and the Projects of the Future: Join Young Crew Romania**”

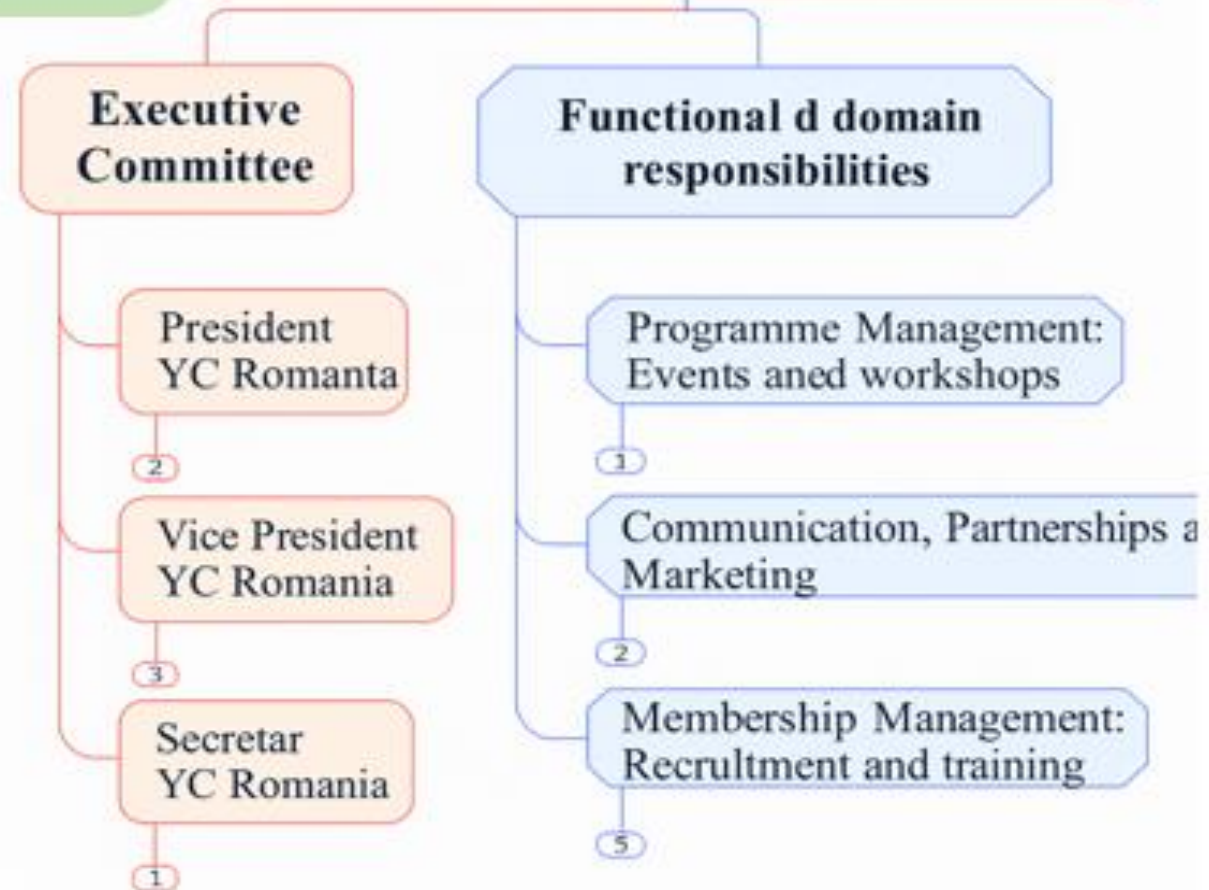
September 2025

Berlin, Germany

Two Members of YC Romania Participated in the **Global Young Crew Workshop 2025**

YC Romania Organizational Chart

Coaching and mentorship by the
> **Phd. Toma Pleşanu**, Vice President of APMR,
>> **Irina Bolognessi**, member of the IPMA Standards
Technical Committee, appointed by the International
Project Management Association Young Crew





President
Huluba Alina-Elena

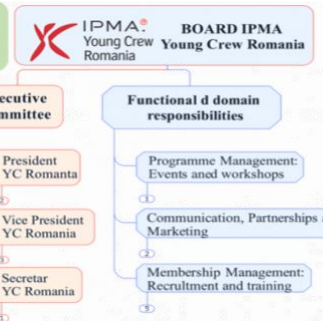


Vice President
Pleșanu Vlad-Toma



Secretary
Preoteasa Bianca

Coaching and mentorship by the
Phd. Toma Pleșanu, Vice President of APMP.
>> Irina Bolognini, member of the IPMA Standards
Technical Committee, appointed by the International
Project Management Association Young Crew



Program Management Lead
Banu Dan-Cristian



Communication, Partnerships and
Marketing
Uța Beatrice-Iuliana



Member Management
Perța Emanuelle-Ioana



YC Romania's Vision on Generational Interoperability in the Project World

*"To stand the test of time, you
must be able to change."*

„Pentru a trece proba timpului trebuie să poți să te schimbi”

James Charles Collins, Jerry I. Porras,
Built to last: successful habits of visionary companies,
HarperBusiness Essentials, Copenhagen, 2002, p. 21.

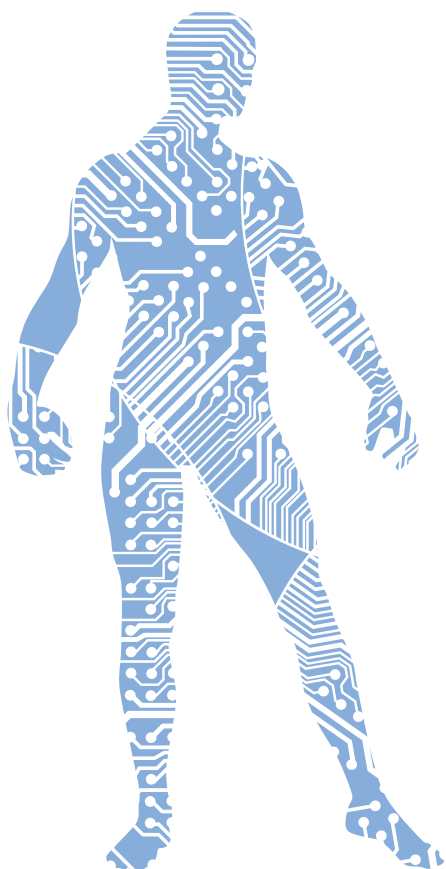
How can we learn from all those engaged in project management by fostering human connection, creativity, empathy, and accountability?



Key directions

- **Building Future Skills** – Embrace curiosity, boldness, and adaptability; learn today for tomorrow.
- **Intercultural & Intergenerational Collaboration** – Work with diverse teams, share ideas, grow together.
- **Human-Centered Value** – Focus on people—leaders, teams, stakeholders—for real project success.





„The illiterate of the 21st century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn, and relearn”

„analfabeții secolului XXI nu vor fi cei care nu pot citi și scrie, ci cei care nu pot învăța, dezvăța și reînvăța”

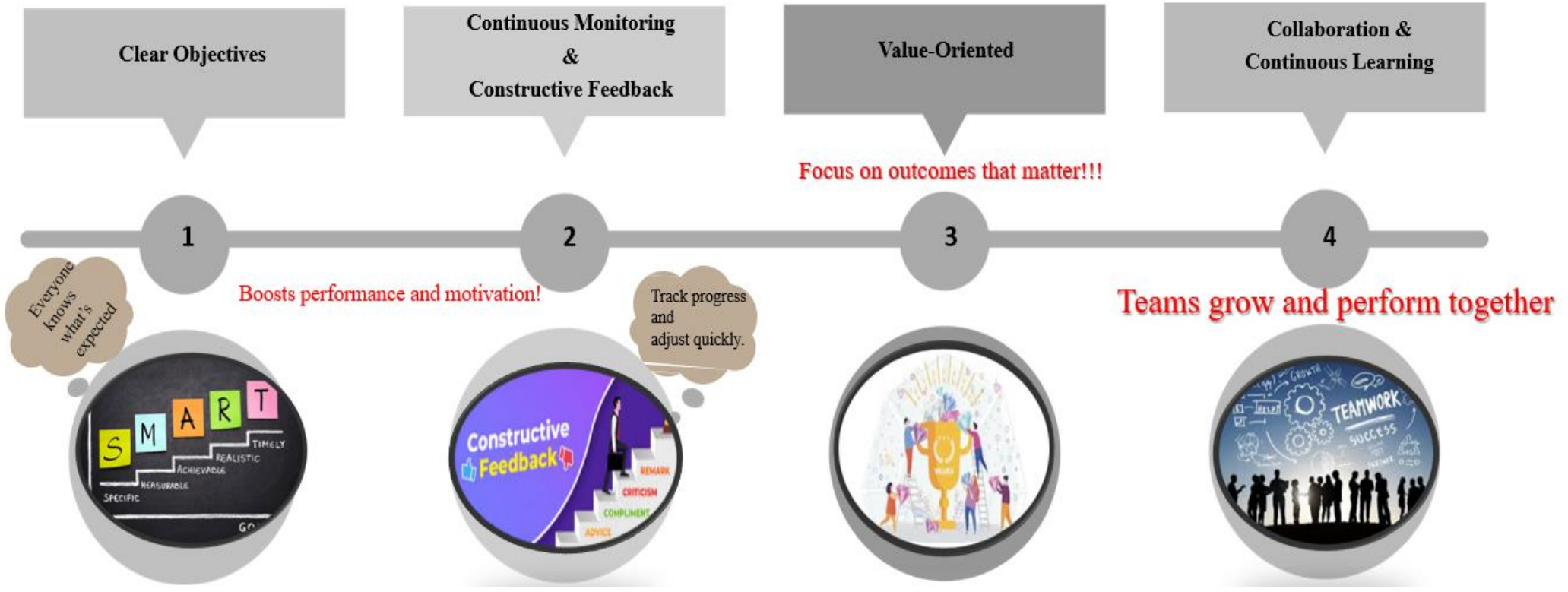
Alvin Toffler, *Șocul viitorului*,
Random House, New York 1970, p. 422..



YC Romania's Vision on Performance Management in the Project World



Lessons Learned



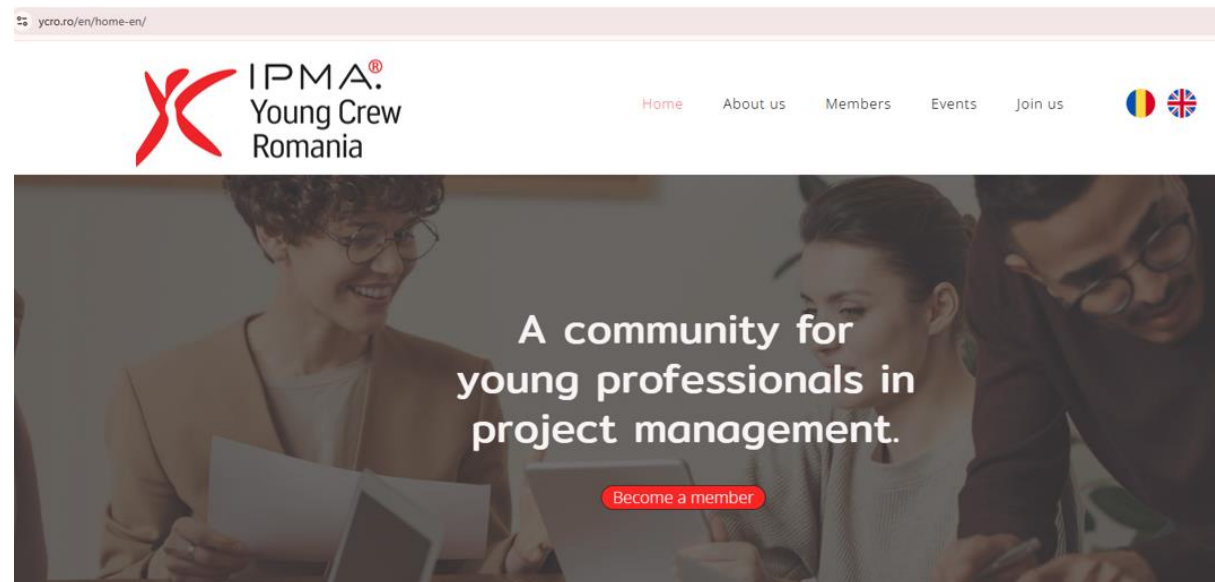
Regular content on social media



Website under

<https://ycro.ro/en/home-en/>

Participating in events





Human-centric Project Management in Digitalization Era,

<https://myipma.ipma.world/events/214/pm-fest-25>

21 November 2025, Romania

Short History of IPMA Young Crew Romania.

*Generational Interoperability
and Performance Management
in the World of Project*

Toma PLEȘANU - tomaplesanu@yahoo.co.uk



Agenda

Short History of IPMA Young Crew Romania

Terminologie. Forța de muncă multigenerațională

Scurtă caracterizare a generațiilor aflate în câmpul muncii.

Interoperabilitatea generațională. Concluzii.

Planificați-vă cariera cu Europass



https://drive.google.com/drive/folders/18Z3PtJB4I9OqZtXhTGmBPT2ebBdBZbm6?usp=drive_link



Termenul Generație



- Cuvântul **generație** provine din latinescul **generāre**, care înseamnă „a naște”;
- generațiile pot fi familiale sau sociale, dar pentru scopul nostru vom utiliza termenul de generație definit din perspectivă socială;
- conceptul „generație” se referea în general la *relațiile de familie* și nu la grupări sociale mai largi;
- în 1863, lexicograful francez Emile Littré definise o generație ca „*toți oamenii care coexistă în societate la un moment dat*”;
- ulterior, termenul de generație a fost utilizat în scop social și putem defini **generațiile** ca fiind **sociale**, iar acestea reprezintă **cohorte de oameni născuți în același interval de timp** și care **împărtășesc experiențe culturale similare**;
- ideea unei generații sociale, în sensul că este folosită astăzi, a câștigat valoare în secolul al XIX-lea;
- termenul de generație ca grup sau **cohortă** în științe sociale semnifică întregul corp al indivizilor născuți și care trăiesc aproximativ în același timp, dintre care majoritatea au aproximativ aceeași vârstă și au idei, probleme și atitudini similare (de exemplu, *Beat Generation* și *Lost Generation*).

Termenul Generație

- McCrindle (2010) spune că termenul de generație se referă la *persoanele născute într-un interval similar de timp, care au o vârstă care poate fi comparabilă și care au experimentat evenimente similare*.
- Autorii William Strauss și Neil Howe au dezvoltat *teoria generațională Strauss-Howe* subliniind ceea ce au văzut ca un model al generațiilor care se repetă de-a lungul istoriei americane. Această teorie a devenit destul de influentă în rândul publicului și a reaprins interesul pentru sociologia generațiilor, ceea ce a dus la crearea unei industrii de consultanță, publicare și marketing în domeniu. Teoria a fost criticată de către oamenii de știință sociali și jurnaliști care susțin că nu este falsificabilă, deterministă și nu acceptă dovezi riguroase contrare.

„un grup de persoane născute în aceeași epocă, formați de aceleași vremuri și influențați de aceleași piețe sociale” (McCrindle & Wolfinger, 2009, p. 2);

un grup de persoane definite de experiențele pe care le-au avut în perioada formativă, în special în adolescență (Miller & Adler, 2012).

Potrivit lui Gilleard și Higgs, Mannheim a identificat trei elemente comune pe care le împarte o generație:

Locație temporală partajată - site generațional sau cohortă de naștere;

Locație istorică partajată - generație ca actualitate sau expunere la o eră comună;

Locație socioculturală partajată - conștiință generațională;



În articolul “*How generations think: Research on Generation Z*” se prezintă cei trei factori considerați esențiali în definirea cohortelor:

- “apartenența,
- comportamentele și credințele comune:
 - atitudini față de familie, carieră, viață,
 - decizii referitoare la job, viitor,
- și situarea într-un anumit spațiu și perioadă istorică” (Howe și Strauss, 2010, apud M. Töröcsik, K. Szűcs, D. Kehl, 2014, p. 25, <http://www.acta.sapientia.ro/acta-comm/C1/comm1-3.pdf>).
- Mai mult, “*generațiile sunt privite ca o parte a schimbării sociale*” (Brink și Zondag, 2019 apud Twenge et al, 2010, p. 2), schimbare ce apare în mod continuu și linear și care dă naștere la noi fenomene sociale și definește noi valori ale indivizilor.

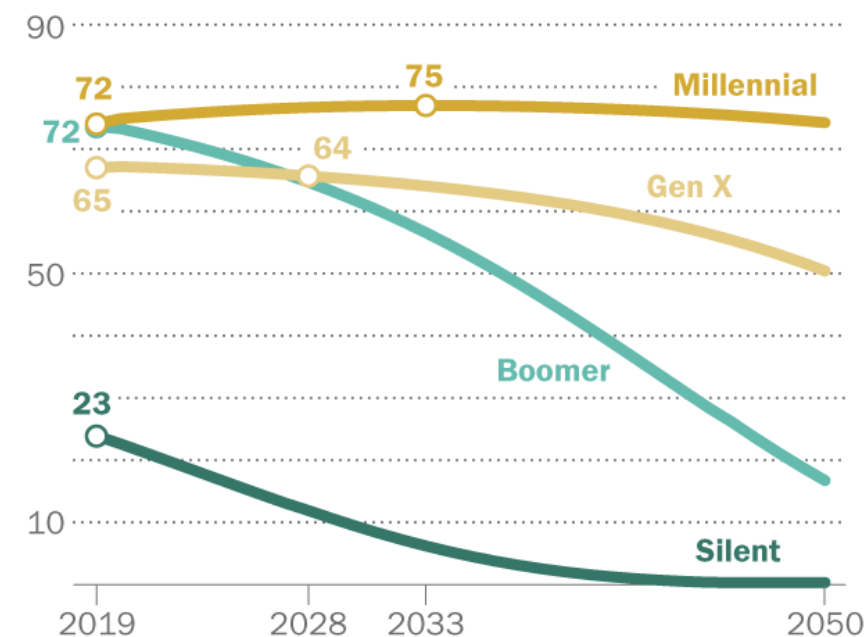


Cum se stabilesc generațiile?

- Michael Dimock, președintele Pew, consideră că *generațiile sunt mai bine privite ca un instrument pentru înțelegerea modului în care se schimbă perspectivele și punctele de vedere* și nu ca fiind categorii stricte care definesc cine sunt oamenii;
- atunci când vorbim de generații, vorbim de *evenimente care au avut un impact mare asupra membrilor generației în perioada formativă (copilărie, adolescență), dar și asupra perioadei în care aceștia au intrat în câmpul muncii*;
- toată lumea vorbește despre stilul de viață, obiceiurile, preferințele și modul de angajare a acestor generații;
- majoritatea datelor provin din cercetări din SUA și Australia și mai puțin din surse europene.

Projected population by generation

In millions



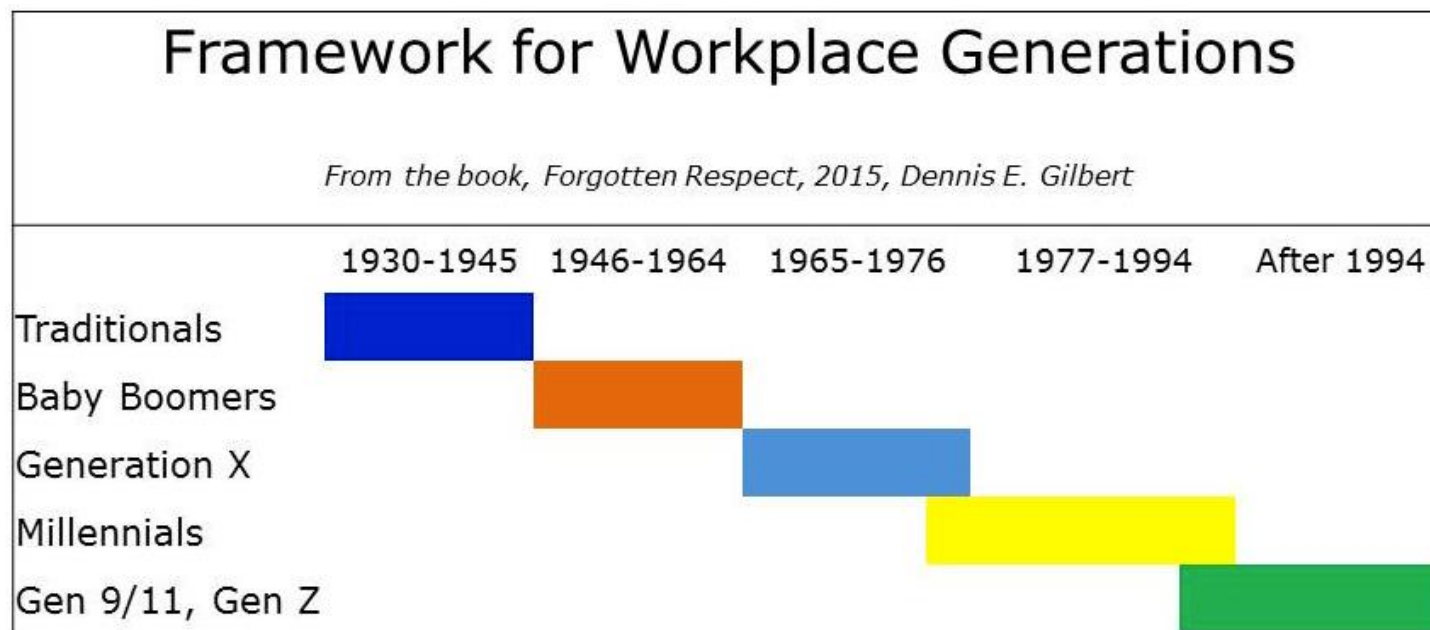
Note: Millennials refer to the population ages 23 to 38 as of 2019.

Source: Pew Research Center tabulations of U.S. Census Bureau population estimates released April 2020 and population projections released December 2017.

PEW RESEARCH CENTER

Cum se aleg perioadele care definesc o generație?

- Numărul de ani (de naștere) ai intervalului care include o generație poate varia. Millennials acoperă 16 ani, potrivit Pew. Cohorta Gen X a fost un alt grup de 16 ani, boomerii au avut o gamă de 19 ani, iar generația tăcută o gamă de 18 ani.
- „diferențele dintre generații pot fi la fel de mari ca diferențele între generații, iar cei mai tineri și mai în vârstă dintr-o cohortă definită în mod obișnuit (extremele) se pot simți mai în comun cu generațiile limitrofe decât cea căreia le sunt atribuite”, a scris Dimock.*



* Experts positions vary slightly, especially in the definition of Millennials and Generation 9/11 (Gen Z)

Cum se aleg perioadele care definesc o generație?

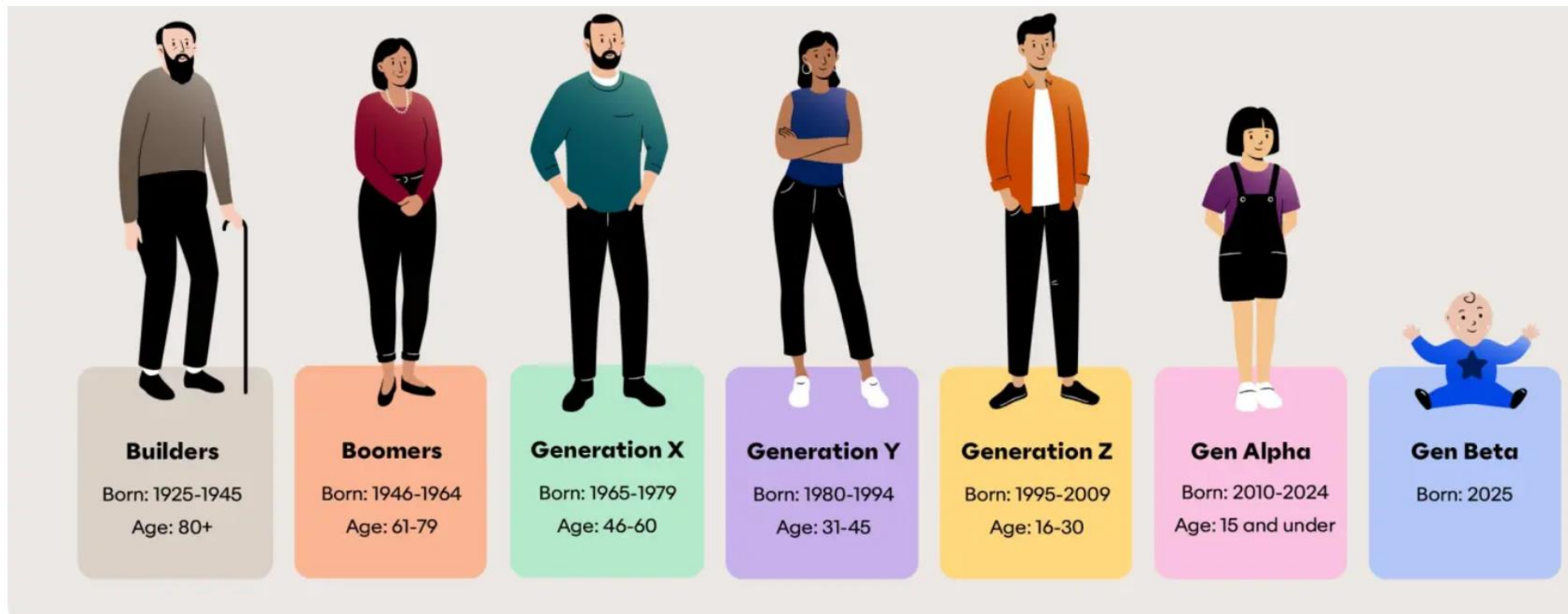


- generațiile supranumerice (boomers) din orice țară creează, prin simpla matematică, o problemă a sustenabilității fondurilor de pensii și de asigurări.
- o altă sursă de dezechilibru este volatilitatea modelelor politice și sociale în epoca modernă, care determină modificarea imprevizibilă a termenilor contractului social, făcând ca rezultatul investițiilor sociale (educație, profesionalizare, îngrijirea altor generații, insurecție) să nu aibă rezultatul scontat atunci când ele au fost făcute. Ca exemple:
 - cei care au făcut România Mare au sfârșit în închisorile comuniste sau...
 - la o scară micro, bătrânii nu primesc asistența pe care și-au imaginat-o atunci când au decis să devină părinți;
 - adulții nu își mai pot păstra locul de muncă și chiar profesia pe durata vieții active;
 - *tinerele nu primesc o educație potrivită pentru viitorul lor, ci pentru al unor generații mai vechi.*



- [illegible]

mccrindle





- **Constructorii (The Builders)**
- Generația **Constructorilor** (născută înainte de 1946) îi descrie pe cei născuți înainte anului 1946. Eticheta subliniază faptul că această generație a „construit” o mare parte din societatea pe care o cunoaștem astăzi.
- Această generație și-a demonstrat reziliența trecând prin momente dificile: și-au început viața după o Mare Depresie, au auzit povești despre Primul Război Mondial de la părinții lor și au trăit Al Doilea Război Mondial.
- Deși sunt adesea denumiți în linii mari „vârstnicii” comunității, ei nu au fost dintotdeauna așa. Sunt generația care ne-a construit suburbiile, instituțiile și infrastructura și continuă să construiască în felul lor până în prezent. Ei sunt mari susținători ai multor valori și angajamente pe care este clădită societatea noastră. De asemenea, sunt o generație foarte înțelegătoare și adaptabilă, care apreciază faptul că generațiile mai tinere cresc într-o lume atât de diferită de cea în care s-au format ei.





Category	Builders Born: 1925-1945	Baby Boomers Born: 1946-1964	Generation X Born: 1965-1979	Generation Y Born: 1980-1994	Generation Z Born: 1995-2009	Gen Alpha Born: 2010-2024
Slang terms	 We prefer proper English if you please	 Be cool Peace Groovy Way out	 Dude Ace Rad As if Wicked	 Bling Funky Doh Foshizz Whassup?	 Fam GOAT Slay Yass queen	 lit yeet hundo oof rn ldrc
Social markers	World War II 1939-1945	Moon landing 1969	Stock market crash 1987	September 11 2001	GFC 2008	COVID-19 2020
Iconic cars	 Model T Ford Final, 1927	 Ford Mustang 1964	 Holden Commodore 1978	 Toyota Prius 1997	 Tesla Model S 2012	 Autonomous vehicles 2020s
Iconic toys	 Roller skates	 Frisbee	 Rubix cube	 BMX bike	 Folding scooter	 Fidget spinner
Music devices	 Record player LP, 1948	 Audio cassette 1962	 Walkman 1979	 iPod 2001	 Spotify 2008	 Smart speakers Now
Leadership style	 Controlling	 Directing	 Coordinating	 Guiding	 Empowering	 Inspiring
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual
Influence Advice	Officials	Experts	Practitioners	Peers	Forums	Chatbots
Marketing	Print (traditional)	Broadcast (mass)	Direct (targeted)	Online (linked)	Digital (social)	In situ (real-time)

For more resources go to:
mccrindle.com

+61 2 8824 3422
info@mccrindle.com

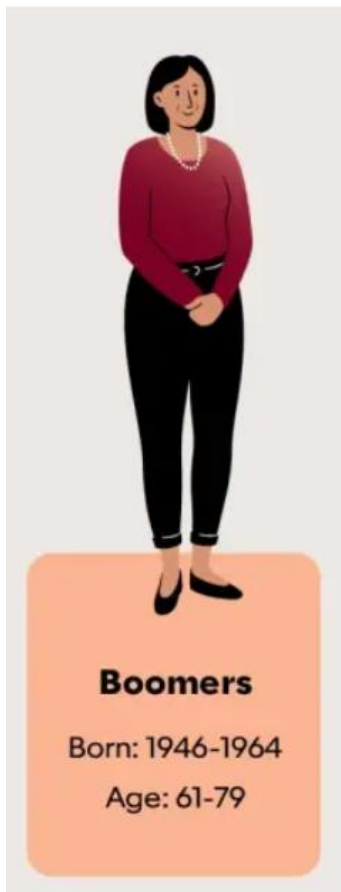
mccrindle

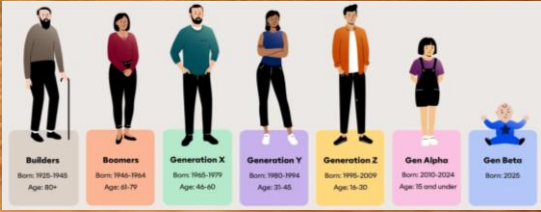


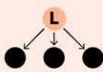
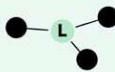
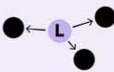
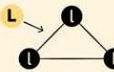


- **Baby Boomers**

- Generația **Baby Boomers** s-a născut între anii 1946 și 1964. Eticheta lor generațională provine de la „explozia demografică” (*baby boom*) care a avut loc după cel de-Al Doilea Război Mondial, când rata fertilității era de 3,5 copii per femeie.
- Această creștere a populației a dus, de asemenea, la un boom economic, al locuințelor, al construcțiilor și al infrastructurii, necesare pentru a susține această populație care aproape se dubla în primii lor ani de viață.
- Această generație puternică a modelat societatea și contextul social. Ei s-au opus deciziilor politice, au participat la proteste, au asistat la ascensiunea feminismului și au avut o dorință puternică de egalitate. Au fost **luptătorii pentru justiție socială** ai vremii lor. Mișcarea întreprinderilor sociale nu a fost născută de Milenialii de astăzi, ci de Baby Boomers.
- Ei au adus schimbări culturale, sociale și economice masive și continuă să aibă un impact în societatea de astăzi. Fiind o generație cu o valoare netă mare, sunt adesea descriși ca fiind „**banca mamei și a tatălui**”, contribuind la dezvoltarea economiei și ajutând următoarea generație.



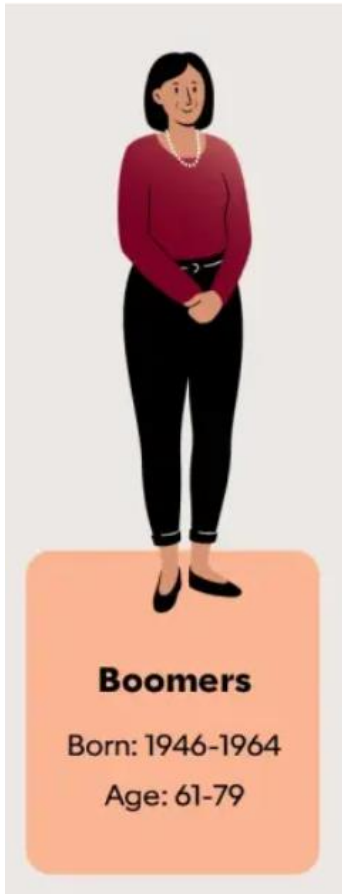


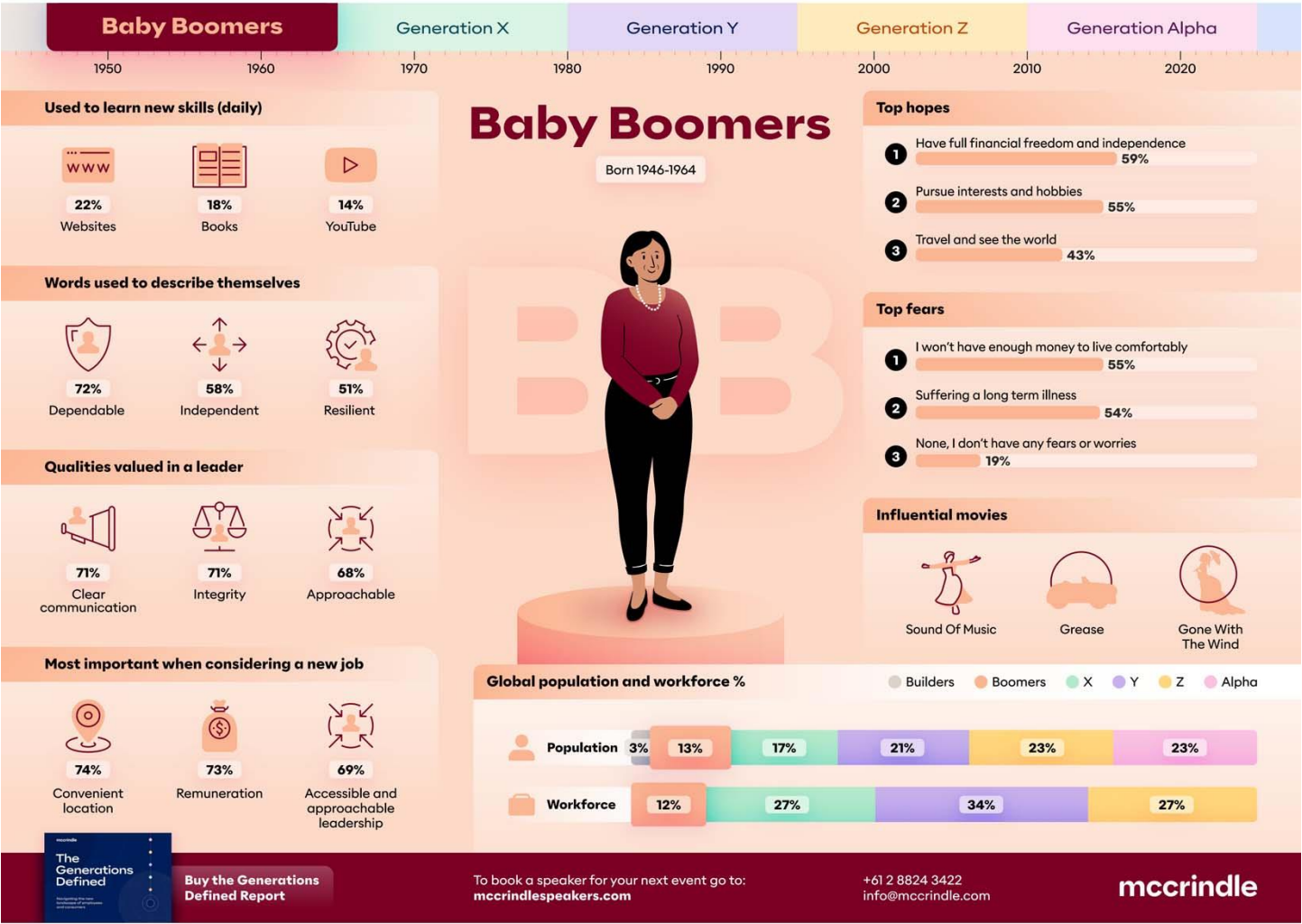
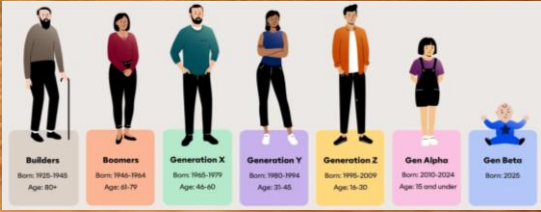
Category	Builders Born: 1925-1945	Baby Boomers Born: 1946-1964	Generation X Born: 1965-1979	Generation Y Born: 1980-1994	Generation Z Born: 1995-2009	Gen Alpha Born: 2010-2024
Slang terms	 We prefer proper English if you please	 Be cool Peace Groovy Way out	 Dude Ace Rad As if Wicked	 Bling Funky Doh Foshizz Whassup?	 Fam GOAT Slay Yass queen	 lit yeet hundo oof rn idrc
Social markers	World War II 1939-1945	Moon landing 1969	Stock market crash 1987	September 11 2001	GFC 2008	COVID-19 2020
Iconic cars	 Model T Ford Final, 1927	 Ford Mustang 1964	 Holden Commodore 1978	 Toyota Prius 1997	 Tesla Model S 2012	 Autonomous vehicles 2020s
Iconic toys	 Roller skates	 Frisbee	 Rubix cube	 BMX bike	 Folding scooter	 Fidget spinner
Music devices	 Record player LP, 1948	 Audio cassette 1962	 Walkman 1979	 iPod 2001	 Spotify 2008	 Smart speakers Now
Leadership style	 Controlling	 Directing	 Coordinating	 Guiding	 Empowering	 Inspiring
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual
Influence Advice	Officials	Experts	Practitioners	Peers	Forums	Chatbots
Marketing	Print (traditional)	Broadcast (mass)	Direct (targeted)	Online (linked)	Digital (social)	In situ (real-time)

For more resources go to:
mccrindle.com

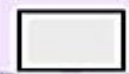
+61 2 8824 3422
info@mccrindle.com

mccrindle

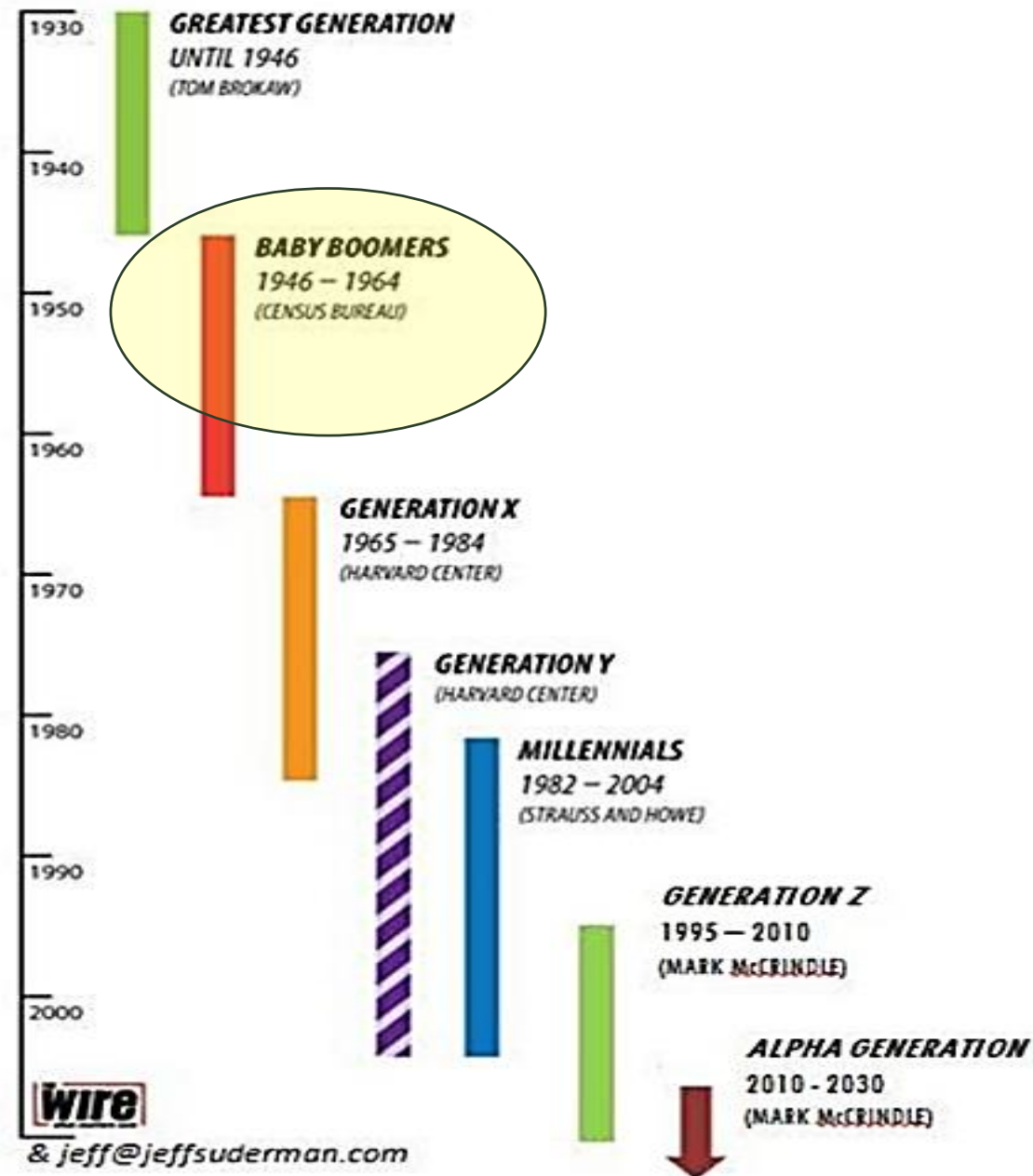




Ghidul generației Z, Millennials, Gen X și Baby Boomers

	 Generation Z	 Millennials	 Generation X	 Boomers
YEARS	1997 - CURRENT	1981 - 1996	1965 - 1980	1946 - 1964
HOW MANY?	90.55 MILLION 27.7%	72.06 MILLION 22%	65.45 MILLION 20.6%	72.56 MILLION 22.1%
DEVICE PREFERENCE				
FORMATIVE EVENTS	 ECONOMIC DOWNTURN  CLIMATE CHANGE	 9/11  SOCIAL MEDIA	 VIETNAM  COMPUTERS	 CIVIL RIGHTS  RISE OF TV
CHARACTER TRAITS	Social Activists Entrepreneurial High ethnic diversity Skeptical Needs immediate satisfaction	Values experiences Innovative Works smarter, not harder Social cause driven Multi-taskers	Values flexibility Has a "Big Picture" perspective Self-reliant Independent Skeptical/Cynical	Believes the American dream Less influenced by peer pressure Financially stable Loyal to brands
SOCIAL MEDIA PREFERENCES	   	   	   	   
DO'S OF COPY	"ONLINE REVIEWS" "COMPARE"	"SAME DAY SHIPPING" "DELIVERY"	"PROMO CODE" "DISCOUNT"	"SALE" "CLEARANCE"
DONT'S OF COPY	"BUY NOW" "TRY TODAY"	"ENTITLED" "LAZY"	INFOMERCIAL STYLE CONTENT	"ELDERLY" "GOLDEN YEARS"
WHERE TO ADVERTISE	   	   	  	   

GENERATION, BY BIRTH YEAR



Agenda

Short History of IPMA Young Crew Romania

Terminologie. Forța de muncă multigenerațională

Scurtă caracterizare a generațiilor aflate în câmpul muncii.

Interoperabilitatea generațională. Concluzii.

Planificați-vă cariera cu Europass.



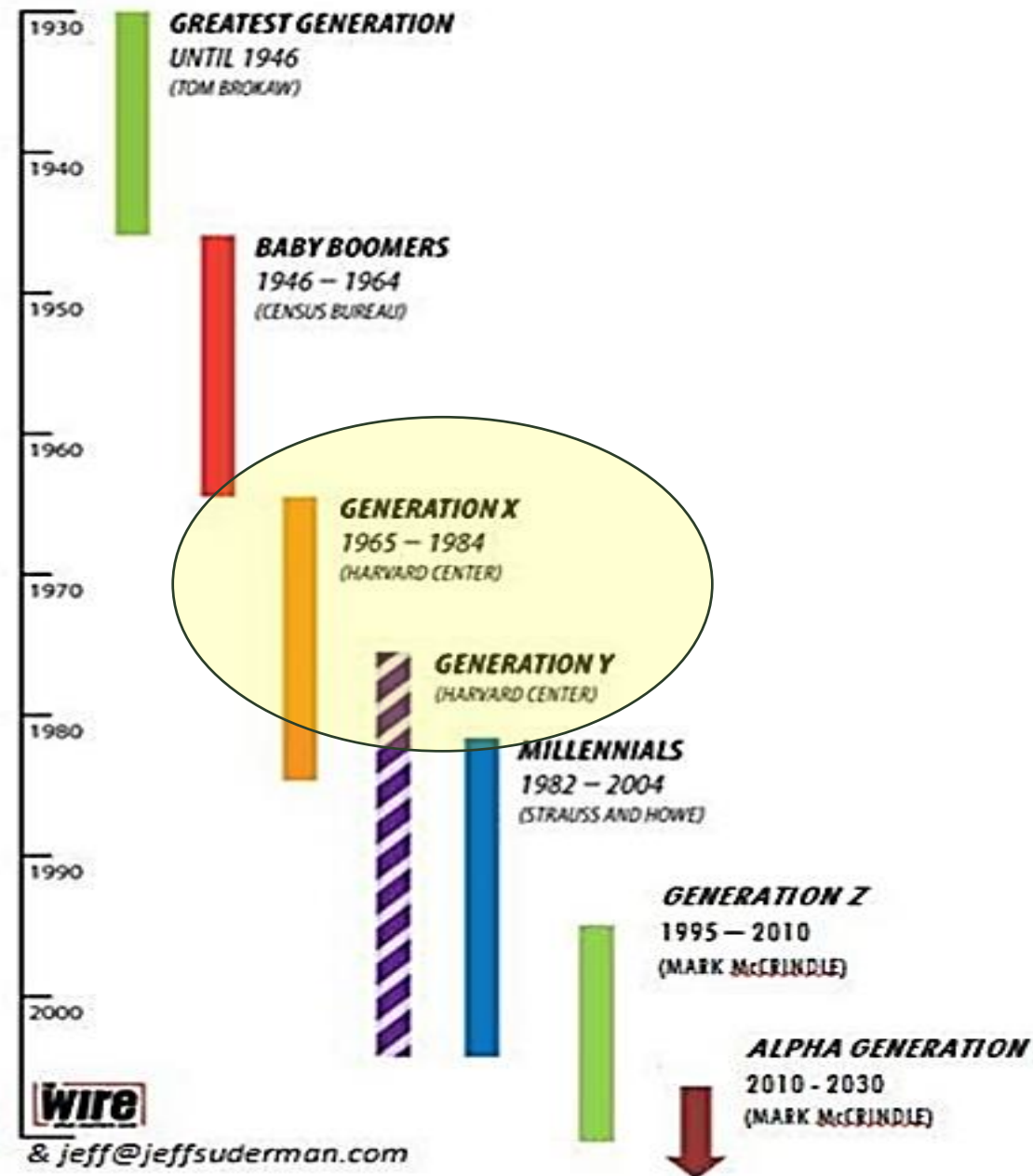
https://drive.google.com/drive/folders/18Z3PtJB4I9OqZtXhTGmBPT2ebBdBZbm6?usp=drive_link



Ghidul generației Z, Millennials, Gen X și Baby Boomers

	 Generation Z	 Millennials	 Generation X	 Boomers
YEARS	1997 - CURRENT	1981 - 1996	1965 - 1980	1946 - 1964
HOW MANY?	90.55 MILLION 27.7%	72.06 MILLION 22%	65.45 MILLION 20.6%	72.56 MILLION 22.1%
DEVICE PREFERENCE				
FORMATIVE EVENTS	 ECONOMIC DOWNTURN  CLIMATE CHANGE	 9/11  SOCIAL MEDIA	 VIETNAM  COMPUTERS	 CIVIL RIGHTS  RISE OF TV
CHARACTER TRAITS	Social Activists Entrepreneurial High ethnic diversity Skeptical Needs immediate satisfaction	Values experiences Innovative Works smarter, not harder Social cause driven Multi-taskers	Values flexibility Has a "Big Picture" perspective Self-reliant Independent Skeptical/Cynical	Believes the American dream Less influenced by peer pressure Financially stable Loyal to brands
SOCIAL MEDIA PREFERENCES	   	   	   	   
DO'S OF COPY	"ONLINE REVIEWS" "COMPARE"	"SAME DAY SHIPPING" "DELIVERY"	"PROMO CODE" "DISCOUNT"	"SALE" "CLEARANCE"
DON'TS OF COPY	"BUY NOW" "TRY TODAY"	"ENTITLED" "LAZY"	INFOMERCIAL STYLE CONTENT	"ELDERLY" "GOLDEN YEARS"
WHERE TO ADVERTISE	   	   	  	   

GENERATION, BY BIRTH YEAR

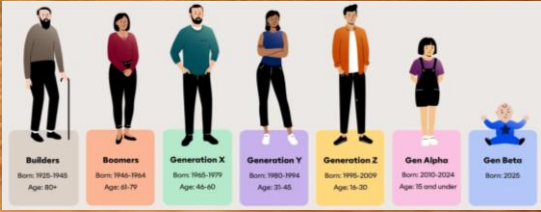




- **Generația X**

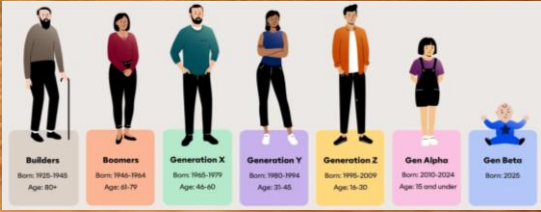
- Generația **X** îi descrie pe cei născuți între anii **1965 și 1979**. Eticheta „X” provine de la Douglas Coupland și se referă la crezul acestei generații de anti-sistem și la mentalitatea de a se opune figurilor de autoritate.
- La fel ca Baby Boomers, mulți s-au alăturat valului de proprietari de locuințe, și au făcut-o la o vârstă mai fragedă decât generația care le-a urmat. Până la apariția COVID-19, Generația X a beneficiat de o perioadă de prosperitate economică. Drept urmare, ei au experimentat și au îmbrățișat oportunitățile oferite de afacerile mici și antreprenoriat.
- Generația X a reușit în această eră, în ciuda anxietății pe care au simțit-o la început. Acum, ei fac lucrurile diferit față de generațiile care i-au precedat. S-au stabilit bine din punct de vedere economic, deoarece valoarea lor netă a accelerat începând cu începutul anilor '90.





Category	Builders Born: 1925-1945	Baby Boomers Born: 1946-1964	Generation X Born: 1965-1979	Generation Y Born: 1980-1994	Generation Z Born: 1995-2009	Gen Alpha Born: 2010-2024
Slang terms	We prefer proper English if you please	Be cool Peace Groovy Way out	Dude Ace Rad As if Wicked	Bling Funky Doh Foshizz Whassup?	Fam GOAT Slay Yass queen	lit yeet hundo oof rn idrc
Social markers	World War II 1939-1945	Moon landing 1969	Stock market crash 1987	September 11 2001	GFC 2008	COVID-19 2020
Iconic cars	Model T Ford Final, 1927	Ford Mustang 1964	Holden Commodore 1978	Toyota Prius 1997	Tesla Model S 2012	Autonomous vehicles 2020s
Iconic toys	Roller skates	Frisbee	Rubik's cube	BMX bike	Folding scooter	Fidget spinner
Music devices	Record player LP, 1948	Audio cassette 1962	Walkman 1979	iPod 2001	Spotify 2008	Smart speakers Now
Leadership style	Controlling	Directing	Coordinating	Guiding	Empowering	Inspiring
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual
Influence Advice	Officials	Experts	Practitioners	Peers	Forums	Chatbots
Marketing	Print (traditional)	Broadcast (mass)	Direct (targeted)	Online (linked)	Digital (social)	In situ (real-time)







Human-centric Project Management in Digitalization Era,

<https://myipma.ipma.world/events/214/pm-fest-25>

21 November 2025, Romania

Short History of IPMA Young Crew Romania.

*Generational Interoperability
and Performance Management
in the World of Project*

Andra-loana PINZARIU, pinzariu.andra@armyacademy



Andra-loana PINZARIU, prezinta doar generatia Y, gen X o prezint eu, rapid...

Generația Millennials

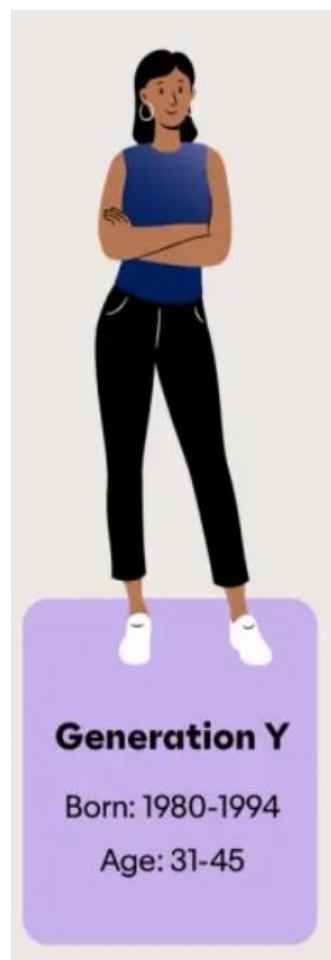


- Generația Y (Milenialii) caracterizează persoanele născute între 1980 și 1994, având vârste cuprinse între 31 și 45 ani (aproximativ 3.700.000). Aceștia sunt, în mare parte, deja integrați în activitatea profesională și încep să acceseze funcții de conducere.

Generația Y

Se împart în:

- Generația Y: persoane născute între 1980 și 1989, cu vârste între 35 și 45 de ani (peste 2.600.000);
- Milenialii: persoane născute între 1990 și 1994, cu vârste cuprinse între 31 și 35 de ani (aproximativ 1.100.000), reprezentând prima generație care a crescut cu jocuri pe calculator și care a avut acces, încă din școala generală, la calculator și la ore de informatică.



Generația Y / Mileniali (1980–1994)

- **Digitalizare nativă:** Prima generație care a crescut în era internetului; au făcut tranziția de la tehnologia analogică la telefoane mobile, rețele sociale și platforme digitale, devenind rapid competenți în utilizarea tehnologiei pentru muncă și viața personală.
- **Eveniment definitoriu:** 11 septembrie 2001 le-a marcat adolescența sau tinerețea timpurie, influențându-le percepțiile asupra securității, politicii și mediului economic global.
- **Provocări financiare:** Salariile moderate, costul ridicat al locuințelor și creșterea prețurilor de consum au creat dificultăți pentru accesul la piața imobiliară și pentru stabilitatea financiară timpurie.
- **Etapa actuală a vieții:** Majoritatea se concentrează acum pe carieră stabilă, formarea unei familii și asumarea responsabilităților adulte, consolidându-și poziția profesională și socială.
- **Adaptabilitate profesională:** Integrarea tehnologiei în muncă și viața personală le permite să fie flexibili, să utilizeze platforme digitale și să gestioneze eficient sarcinile profesionale și sociale.

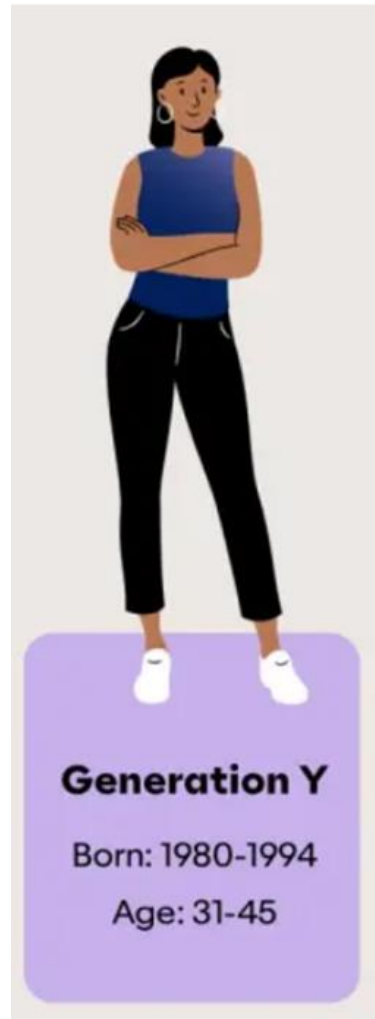




- **Infografic Generația Y (Milenialii)**
- Generația Y se află acum în plin proces de formare a familiilor și este un contributor major la forța de muncă. În acest infografic, oferim o imagine de ansamblu a Generației Y (născută între 1980–1994).
- **73%** spun că programul de lucru flexibil este cel mai important lucru atunci când iau în considerare un nou loc de muncă.
- **63%** spun că cea mai mare dorință a lor este să aibă libertate și independență financiară deplină.
- **34%** din forța de muncă globală este reprezentată de Generația Y.



Generația Y



- **Media:** Aproximativ 95% dintre mileniali încă urmăresc televiziunea, însă preferă mult mai mult platformele de streaming decât cablul tradițional. S-au adaptat rapid la digitalizare și petrec mare parte din timp pe internet, având conturi active pe multiple rețele sociale.
- **Obiceiuri bancare:** Milenialii din România, conform statisticilor, marea majoritate nu sunt loiali unei singure bănci și preferă serviciile digitale. Folosesc plățile online, cumpărăturile pe internet și aplicațiile mobile bancare mult mai des decât generațiile anterioare.
- **Caracteristici financiare:** În România, majoritatea milenialilor nu au datorii din timpul studiilor, dar intră pe piața muncii cu venituri mici și costuri ridicate. Din acest motiv amână adesea achizițiile mari, precum locuința sau nunta, și caută rapid stabilitate financiară.



Human-centric Project Management in Digitalization Era,

<https://myipma.ipma.world/events/214/pm-fest-25>

21 November 2025, Romania

Short History of IPMA Young Crew Romania.

*Generational Interoperability
and Performance Management
in the World of Project*

Alina-Elena Huluba,

President of APMR Young Crew Romania

<https://ycro.ro/en/home/>

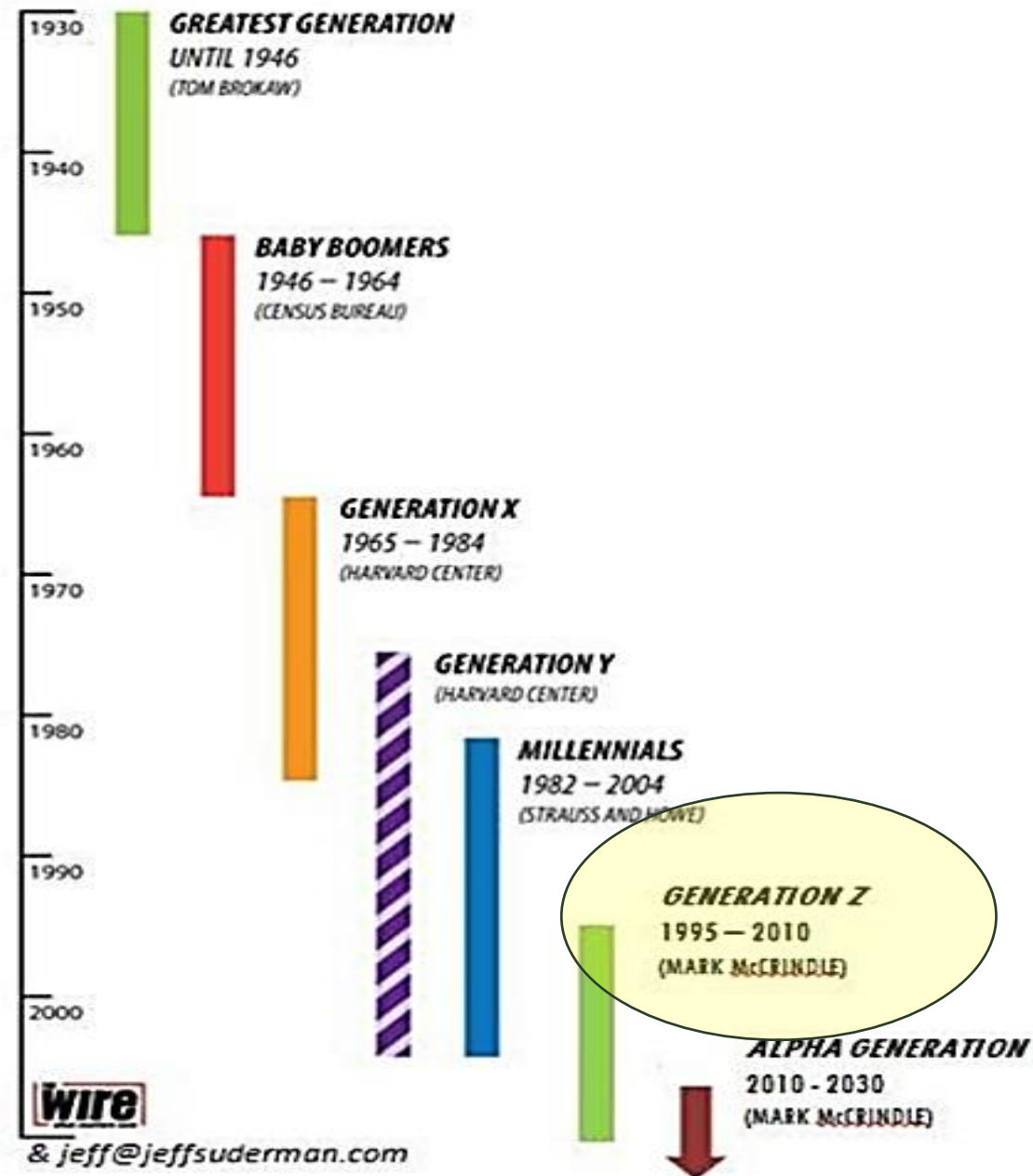


Toma PLEȘANU - tomaplesanu@yahoo.co.uk,
Andra-Ioana PINZARIU, pinzariu.andra@armyacademy.

Ghidul generației Z, Millennials, Gen X și Baby Boomers

				
YEARS	1997 - CURRENT	1981 - 1996	1965 - 1980	1946 - 1964
HOW MANY?	90.55 MILLION 27.7%	72.06 MILLION 22%	65.45 MILLION 20.6%	72.56 MILLION 22.1%
DEVICE PREFERENCE				
FORMATIVE EVENTS	 ECONOMIC DOWNTURN  CLIMATE CHANGE	 9/11  SOCIAL MEDIA	 VIETNAM  COMPUTER	 CIVIL RIGHTS  RISE OF TV
CHARACTER TRAITS	Social Activists Entrepreneurial High ethnic diversity Skeptical Needs immediate satisfaction	Values experiences Innovative Works smarter, not harder Social cause driven Multi-taskers	Values flexibility Has a "Big Picture" perspective Self-reliant Independent Skeptical/Cynical	Believes the American dream Less influenced by peer pressure Financially stable Loyal to brands
SOCIAL MEDIA PREFERENCES	   	   	   	   
DO'S OF COPY	"ONLINE REVIEWS" "COMPARE"	"SAME DAY SHIPPING" "DELIVERY"	"PROMO CODE" "DISCOUNT"	"SALE" "CLEARANCE"
DONT'S OF COPY	"BUY NOW" "TRY TODAY"	"ENTITLED" "LAZY"	INFOMERCIAL STYLE CONTENT	"ELDERLY" "GOLDEN YEARS"
WHERE TO ADVERTISE	   	   	  	   

GENERATION, BY BIRTH YEAR





- **Generația Z**
- Generația Z îi descrie pe cei născuți între anii **1995 și 2009**. Fiind modelată în epoca COVID-19, această generație a învățat că economia poate avea parte de șocuri. Ca urmare, ei s-au adaptat și au devenit mai **conservatori** din punct de vedere economic și social. Dar acest lucru înseamnă și că sunt mai **rezilienți**.
- Ei se concentrează pe educație și recunosc importanța acesteia în anii lor de formare. Știu că, într-un mediu competitiv, trebuie să se perfecționeze și să se recalifice și nu se pot baza doar pe un „loc de muncă pe viață” pentru stabilitate. **Învățarea pe tot parcursul vieții** este mentalitatea lor.
- Această generație este conștientă că trebuie să muncească din greu pentru a realiza ceea ce își doresc în viață. Această mentalitate contrazice unele dintre stereotipurile despre tineri. De fapt, Generația Z se oferă voluntar la o rată mai mare decât media australiană și este mai probabil să lucreze pentru o organizație non-profit decât orice generație anterioară. Ei se concentrează pe **valori, împlinire și pe a face o diferență** cu viața lor. Acest lucru contează mai mult decât ceea ce pot câștiga.
- Dar, în același timp, sunt conservatori din punct de vedere financiar. Mulți economisesc cu sârguință pentru o casă și încă mai cred în „marele vis australian”. Își doresc un loc al lor, iar incapacitatea de a-și permite o casă este una dintre cele mai mari temeri ale lor.

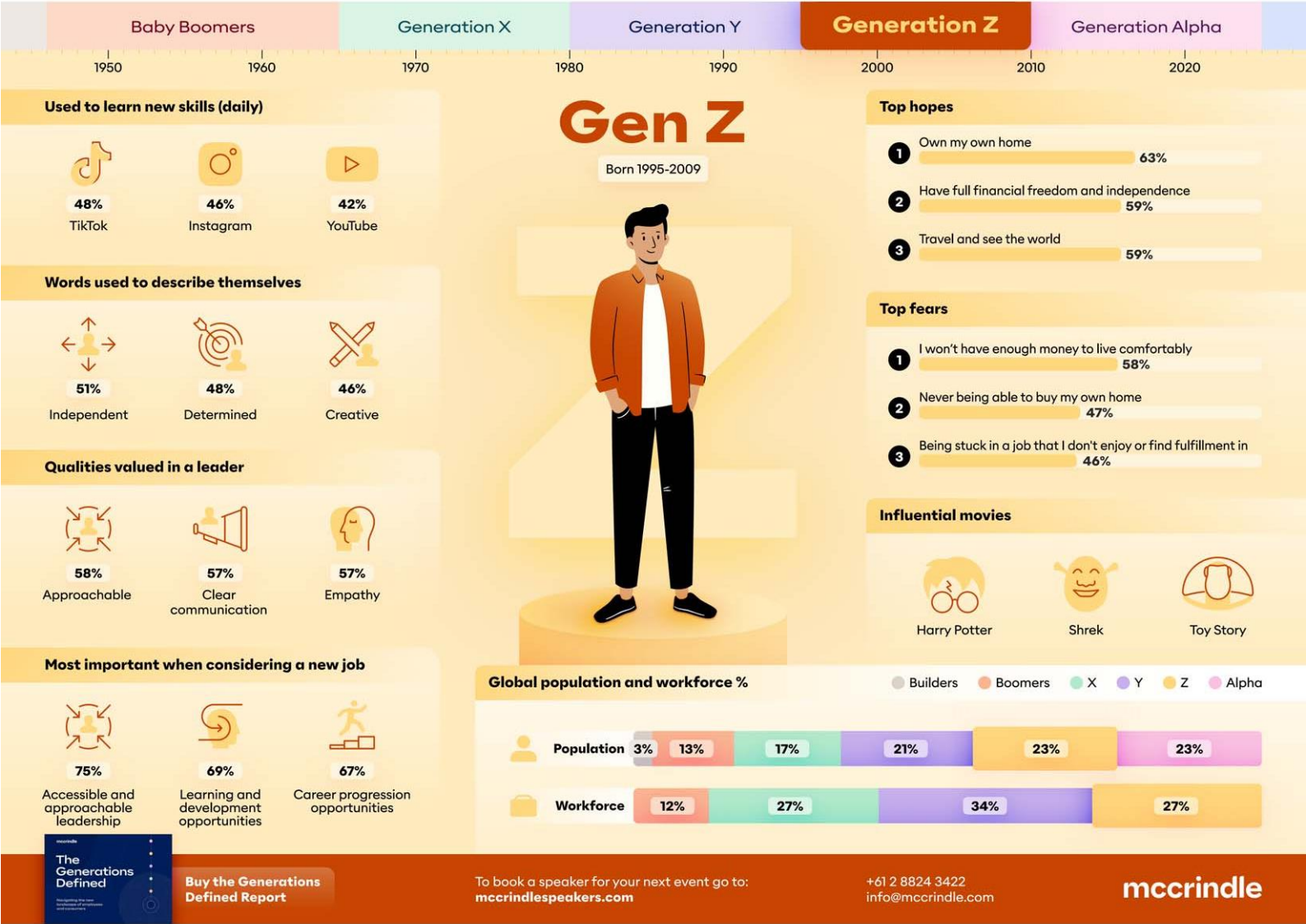
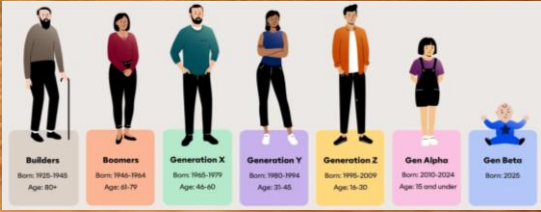




Category	Builders Born: 1925-1945	Baby Boomers Born: 1946-1964	Generation X Born: 1965-1979	Generation Y Born: 1980-1994	Generation Z Born: 1995-2009	Gen Alpha Born: 2010-2024
Slang terms	 We prefer proper English if you please	 Be cool Peace Groovy Way out	 Dude Ace Rad As if Wicked	 Bling Funky Doh Foshizz Whassup?	 Fam GOAT Slay Yass queen	 lit yeet hundo oof rn idrc
Social markers	World War II 1939-1945	Moon landing 1969	Stock market crash 1987	September 11 2001	GFC 2008	COVID-19 2020
Iconic cars	 Model T Ford Final, 1927	 Ford Mustang 1964	 Holden Commodore 1978	 Toyota Prius 1997	 Tesla Model S 2012	 Autonomous vehicles 2020s
Iconic toys	 Roller skates	 Frisbee	 Rubix cube	 BMX bike	 Folding scooter	 Fidget spinner
Music devices	 Record player LP, 1948	 Audio cassette 1962	 Walkman 1979	 iPod 2001	 Spotify 2008	 Smart speakers Now
Leadership style	 Controlling	 Directing	 Coordinating	 Guiding	 Empowering	 Inspiring
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual
Influence Advice	Officials	Experts	Practitioners	Peers	Forums	Chatbots
Marketing	Print (traditional)	Broadcast (mass)	Direct (targeted)	Online (linked)	Digital (social)	In situ (real-time)

Generation Z
Born: 1995-2009
Age: 16-30







Human-centric Project Management in Digitalization Era,

<https://myipma.ipma.world/events/214/pm-fest-25>

21 November 2025, Romania

Short History of IPMA Young Crew Romania.

*Generational Interoperability
and Performance Management
in the World of Project*

Toma PLEȘANU - tomaplesanu@yahoo.co.uk



Agenda

Short History of IPMA Young Crew Romania

Terminologie. Forța de muncă multigenerațională

Scurtă caracterizare a generațiilor aflate în câmpul muncii.

Interoperabilitatea generațională. Concluzii.

Planificați-vă cariera cu Europass.



https://drive.google.com/drive/folders/18Z3PtJB4I9OqZtXhTGmBPT2ebBdBZbm6?usp=drive_link





● De ce este nevoie de această interoperabilitate!

Toma PLEȘANU - tomaplesanu@yahoo.co.uk,

Andra-Ioana PINZARIU, pinzariu.andra@armyacademy.ro

Alina-Elena HULUBA, huluba.ae@gmail.com

1935 Zădăreni (Saderlach), sat în jud. Arad

La început de an școlar toți elevii aveau... tăbliță!



Toma PLEȘANU - tomaplesanu@yahoo.co.uk,

Andra-Ioana PINZARIU, pinzariu.andra@armyacademy.ro

Alina-Elena HULUBA, huluba.ae@gmail.com

2020 Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu” din Sibiu

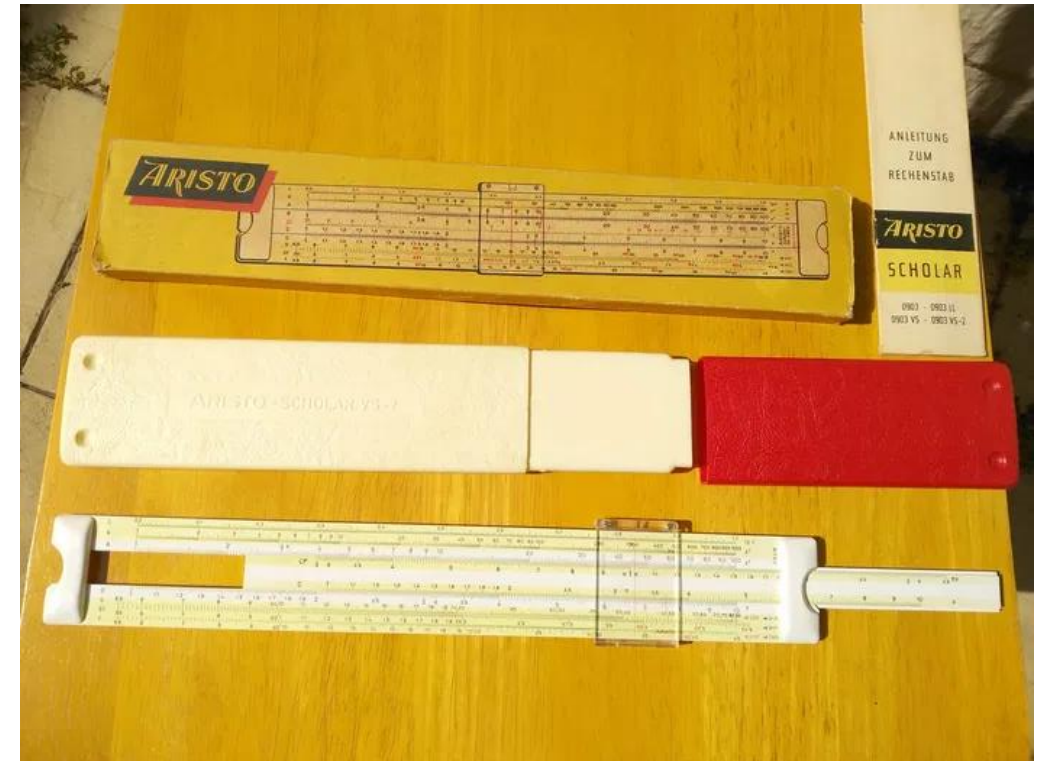
La început de an școlar toți studenții au... laptop!



Rigla calcul Aristo.

Fabricată în Germania - anii 1970.

<https://www.olx.ro/oferta/rigla-de-calcul-aristo-germany-IDbwJPx.html#a6a8c43591>



Riglă de calcul (1956)

<https://www.olx.ro/oferta/rigla-de-calcul-1956-IDb6WSB.html#a6a8c43591>



<https://www.olx.ro/oferta/rigle-calcul-originale-anii-70-ID73vrA.html#a6a8c43591>



20,3 cm Floppy Disc/ 20,3 cm Floppy disquette

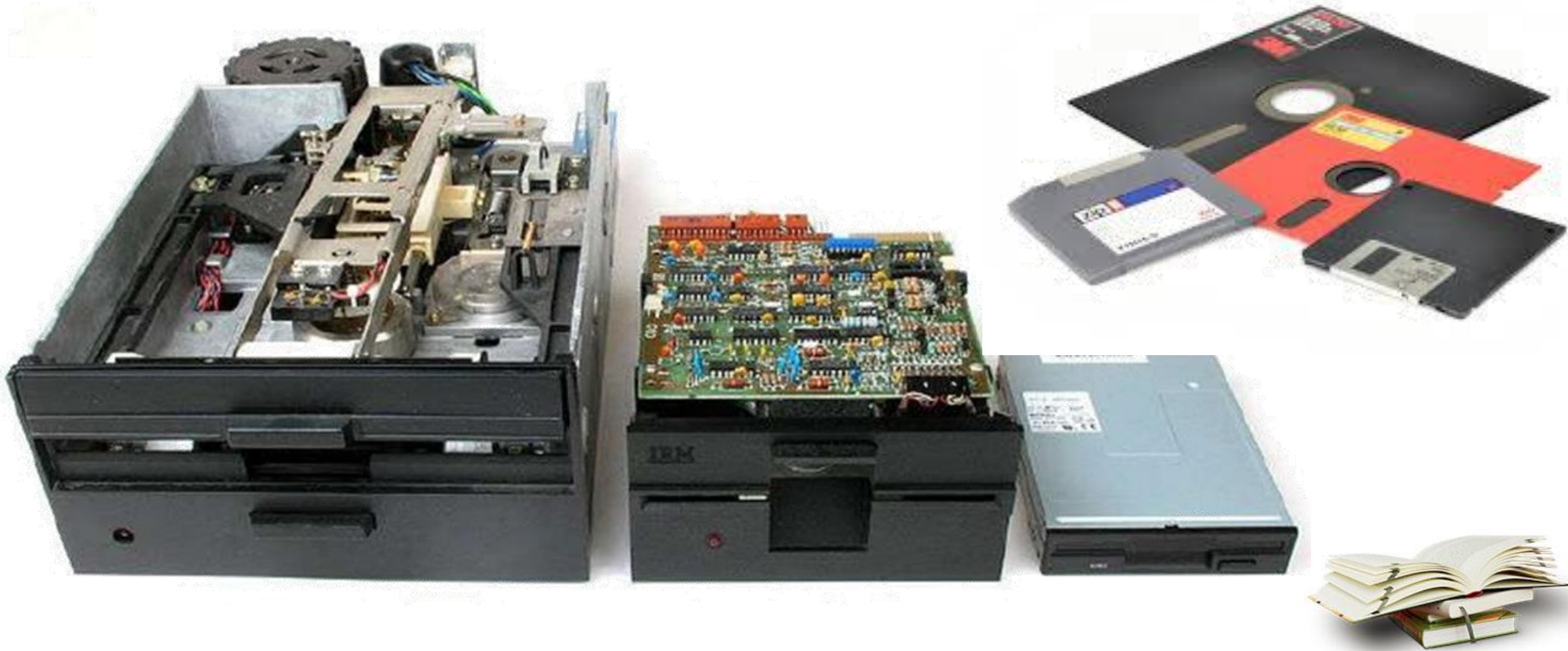
<https://www.amazon.fr/Floppy-disquette-travailler-cadeaux-Promotions/dp/B01N1JRW0E>



Floppy disk și diskete 8'; 5,25'; 3,5'

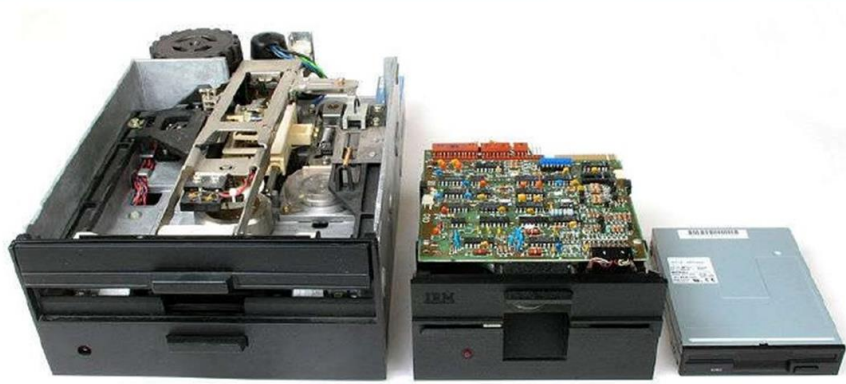


Floppy disk și diskete 8'; 5,25'; 3,5'



Felix M118GS

(pe 8 biți, cu procesor Intel 8080)



Floppy disk 3,5'

Unitate floppy externa ,1.44 MB, Sandberg

Cod produs: SANDFLOPPY

 Share

☐ Compara



Opinia clientilor:



[Adauga un review](#) | [Adauga intrebare](#)

Vândut și livrat de: [Vitacom Electronics](#)



Ridicare personala din easybox

Comanda produsul si vino sa-l ridici din easybox Natatiei

[vezi toate optiunile de livrare](#)

Beneficii:



2 puncte prin cardul eMAG-Raiffeisen [detalii](#)



Deschiderea coletului la livrare



14 zile drept de retur



Garantie inclusa: [detalii](#)

- Persoane fizice: 24 luni

~~437⁷⁷ Lei~~ (- 49%)

219⁹⁸ Lei

Rate lunare

de la **17⁴⁵ Lei**

[vezi detalii](#)

ultimul produs in stoc



Adauga in Cos



Adauga la Favorite



100MB SCSI Iomega Zip Drive; Iomega Portable SCSI 1GB Jaz Drive;

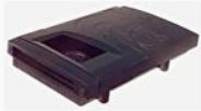
<https://www.amazon.com/Iomega-Portable-SCSI-1GB-Drive/dp/B004MTOKVK>



Iomega Portable SCSI 1GB Jaz Drive;

<https://www.amazon.com/Iomega-Portable-SCSI-1GB-Drive/dp/B004MTOKVK>

Customers who viewed **Iomega Portable SCSI 1GB Jaz Drive** also viewed



Iomega 13047 Jaz 2GB Portable Ultra Drive (PC/Mac)
★★★★☆ 6
\$199.88
3 used and new from \$169.99



Iomega 31191 Jaz 2 GB External Hard Drive
\$189.00
8 used and new from \$158.99



S
II
2
F
1
\$
1

Electronics › Computers & Accessories



Iomega Portable SCSI 1GB Jaz Drive

Brand: Iomega

★★★★☆ 6 ratings | 3 answered questions

Available from these sellers.

- Back up all your files and applications quickly and securely
- Store video clips or hours and hours of CD-quality audio
- Works with 1 GB Jaz disks
- SCSI-2 interface / Works perfect with Akai MPC's with SCSI interface
- PC and Macintosh compatible

New & Used (2) from \$142.99



Iomega 31191 Jaz 2 GB External Hard Drive

Electronics › Computers & Accessories › Data Storage › External Hard Drives



Click image to open expanded view

Iomega 31191 Jaz 2 GB External Hard Drive

Brand: Iomega
7 answered questions

Price: **\$189.00** + \$44.94 shipping

Brand	Iomega
Digital Storage Capacity	2 GB
Hardware Interface	SCSI

About this item

- Expands the capacity of your hard drive, 2 GB at a time
- Stores 2,000 photos, 3.2 hours of audio, or 111 minutes of video on 1 disk
- Faster than many hard drives
- Lets you run your entire computer as well as individual applications from a disk
- Backward compatible with Jaz 1 GB disks

New & Used (6) from **\$158.99**



Frequently bought together



Total price: **\$202.62**

Add both to Cart

Add both to List

<https://www.amazon.com/Iomega-Portable-SCSI-1GB-Drive/dp/B004MTOKVK>



2005

Veriga slabă este Homo sapiens...





Ordinul MApN nr. 120/2018 privind standardizarea în domeniul militar

Text publicat în Monitorul Oficial, Partea I nr. 839 din 02 octombrie 2018.
În vigoare de la 02 octombrie 2018

Art. 3. - Interoperabilitatea reprezintă capacitatea forțelor Armatei României de a acționa împreună cu forțele aliate, partenere sau alte forțe în structuri multinaționale, în mod coerent, efectiv și eficient, în scopul realizării obiectivelor stabilite, la nivelurile tactic, operativ și strategic.



LEGE nr. 242 din 20 iulie 2022

privind schimbul de date între sisteme informatice și crearea **Platformei naționale de interoperabilitate**, Publicat în MONITORUL OFICIAL nr. 752 din 27 iulie 2022

Art. 3

f) **interoperabilitate** - capacitatea unor organizații distincte și diverse de a interacționa în scopul realizării unor obiective care aduc beneficii reciproce și sunt convenite mutual, care implică partajarea de informații și cunoștințe între organizații prin intermediul proceselor profesionale pe care acestea le sprijină, utilizând schimbul de date între respectivele sisteme informatice deținute de acestea;

h) **Platforma națională de interoperabilitate** - totalitatea proceselor tehnice și a sistemelor informatice stabilite prin Normele de referință pentru realizarea interoperabilității în domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor, pentru asigurarea schimbului de date între sistemele informatice deținute de participanții la schimbul de date și pentru îmbunătățirea colaborării și a prestării comune a serviciilor publice;

Interoperabilitatea intergenerațională



- *Descrierea generațiilor fiind relativizată la aplicarea unor criterii de apartenență sau de participare, focusul trece de la grupuri la relații:*
 - „conflictul intergenerațional”,
 - „dialogul intergenerațional”,
 - „echitatea intergenerațională”,
 - „solidaritatea intergenerațională”.
- *Nu toate au aceeași natură și aceeași relevanță, existând, chiar și la nivel conceptual, o tensivitate care domină întregul domeniu. „O caracteristică a retoricii intergeneraționale este structura antagonică între idealizare (solidaritate) și amenințare (conflict), unde diferențele sunt adesea dramatizate”, spun autorii.*
- *O altă tensiune fundamentală este cea dintre „geneză”-„creație”-„procreație”, care constituie originea termenului, și „continuitatea și ciclicitatea” generațiilor, suprafața lor culturală, care domină conceptul în uzul său actual.*
- *Totodată, conceptul social al generației este o extrapolare imprecisă a conceptului familial de generație, unde folosirea sa e clară și precisă: părinții sunt o generație, copiii alta. Astfel, având o semantică proprie redusă, dominată de uzul metaforic, generația (și studiul generațiilor) se dezvoltă interdisciplinar, prin tensiuni, polivalențe și ipoteze euristice.*

Comunicarea intergenerațională



- În linii mari, tinerii relaționează cu alți tineri, adulții cu adulții, bătrânii cu bătrânii, având fiecare propriile cercuri, canale și instrumente mediatice.
- Totuși, comunicarea intergenerațională este strict necesară unei societăți pentru ca ea să nu-și piardă coerența și să poată dezvolta proiecte comune.
- Lipsa comunicării intergeneraționale provoacă izolare socială, asimetrii în asumarea drepturilor și obligațiilor, injustiție intergenerațională, chiar pierderea masivă a cunoașterii și a capitalului social.
- Studii mai vechi arătau că *în comunicarea strict intragenerațională se pierde până la 85% din informația socială*, iar acest fenomen nu îi afectează doar pe tineri (care, în paradigma clasică, sunt cei care au de primit bunuri și informații de la celelalte generații), ci orice generație și grup care înregistrează devianțe față de standardul de cunoaștere al unei societăți sau față de contractul social specific fiecărui moment istoric în parte.

Diferențele dintre generațiile diferite de angajați



- *Organizațiile se confruntă în prezent cu pensionarea multor lucrători mai în vârstă și cu provocarea de a recruta și păstra tinerii talentați. Cu toate acestea, puține studii au confirmat empiric diferențele generaționale în valorile muncii.*
- *Studiul <https://doi.org/10.1177/0149206309352246> examinează valorile de lucru (intențiile de angajare pe viitor) ale unui eșantion reprezentativ la nivel național de liceeni din SUA în 1976, 1991 și 2006 (N = 16.507) reprezentând Baby Boomers, Generation X (GenX) și Generation Me (GenMe, cunoscut și sub numele de GenY Millennials). Cu datele colectate de-a lungul timpului, aceste analize izolează diferențele generaționale de diferențele de vârstă, spre deosebire de studiile unice, care nu le pot separa pe cele două.*
 - *Valorile timpului liber au crescut constant de-a lungul generațiilor (comparând Boomers și GenMe, iar centralitatea muncii a scăzut. Valorile extrinseci (de exemplu, statutul, banii) au atins un maxim cu GenX, dar au fost încă mai mari în rândul GenMe decât în rândul Boomers;*
 - *Spre deosebire de rapoartele de presă populare, GenMe nu favorizează valorile altruiste ale muncii (de exemplu, ajutarea, valoarea societății) mai mult decât generațiile anterioare.*
 - *Valorile sociale (de exemplu, a-și face prieteni) și valorile intrinseci (de exemplu, accesul la o slujbă interesantă, orientată spre rezultate) au fost mai puțin apreciate mai jos de GenMe decât de Boomers.*
- *Aceste descoperiri au implicații practice pentru recrutarea și gestionarea forței de muncă emergente.*

Jean M. Twenge , Stacy M. Campbell , Brian J. Hoffman , Charles E. Lance - *Diferențe generaționale în valorile muncii: timp liber și valori extrinseci în creștere, valori sociale și intrinseci în scădere / Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing*, <https://doi.org/10.1177/0149206309352246>. Cercetarea a fost realizată asupra a trei generații de liceeni aflați în ultimul an de studiu, la momente diferite de timp, în 1976, 1991 și 2006 cu privire la intențiile lor de angajare pe viitor.

Veriga slabă este Homo sapiens...



"It is not the strongest of the species that survives nor the most intelligent, but those most adaptive to change."



RUN! Don't Walk! 顯卡教父黃仁勳台大畢業典致詞【致詞全程】

一刀未剪看新聞

台視新聞 HD

Al va crea noi locuri de muncă
care nu

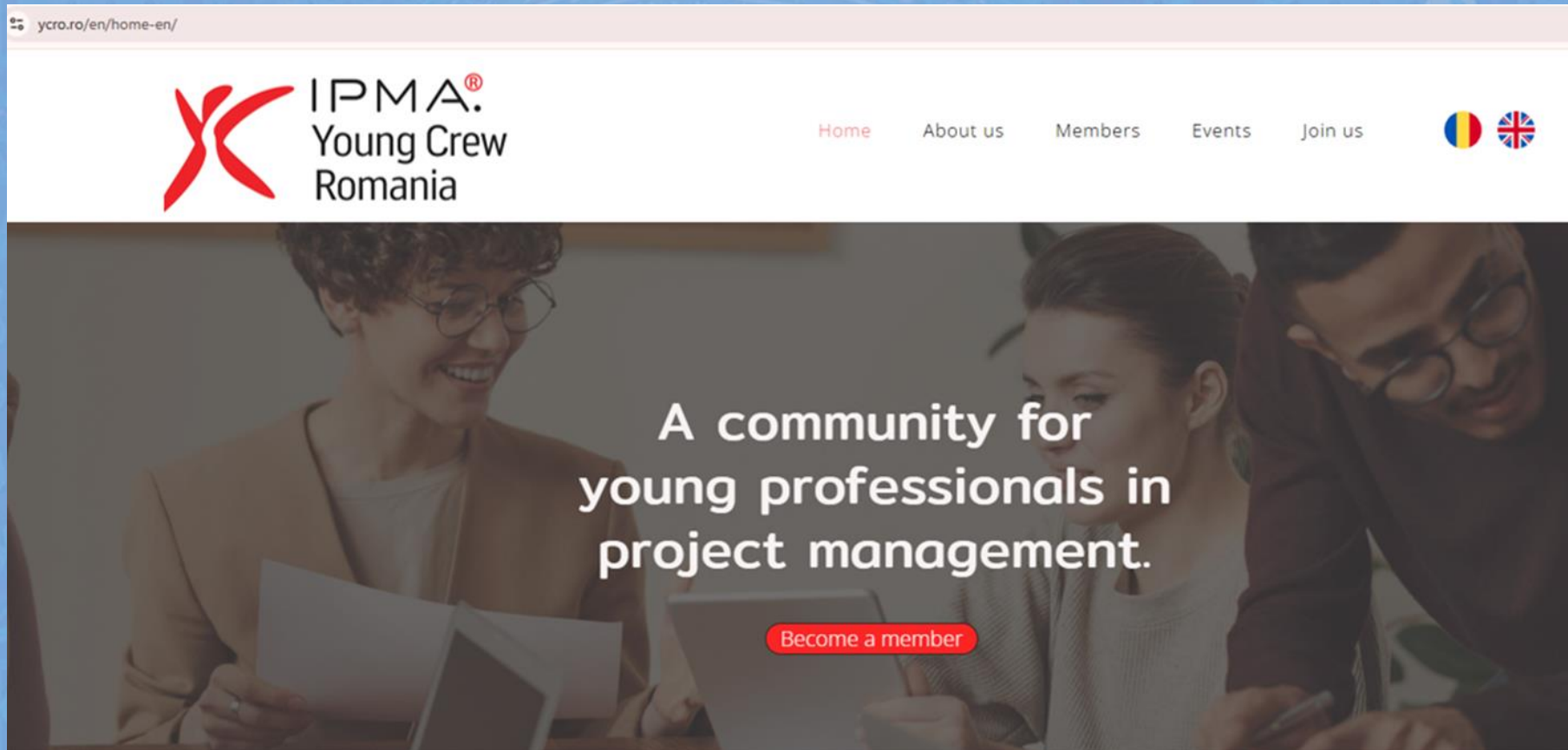
7:06 / 23:27

Derulează pentru detalii

台視
訂閱

https://youtu.be/_sftvrqlfIU?t=420

Thank You For Your Attention!



Alina-Elena Huluba,
President of APMR Young Crew Romania
Mobile: 0040747934924, Email: huluba.ae@gmail.com



Human-centric Project Management in Digitalization Era,

<https://myipma.ipma.world/events/214/pm-fest-25>

21 November 2025, Romania

Short History of IPMA Young Crew Romania.

Generational Interoperability and Performance Management in the World of Project

Alina-Elena Huluba, huluba.ae@gmail.com

President of APMR Young Crew Romania

<https://ycro.ro/en/home/>

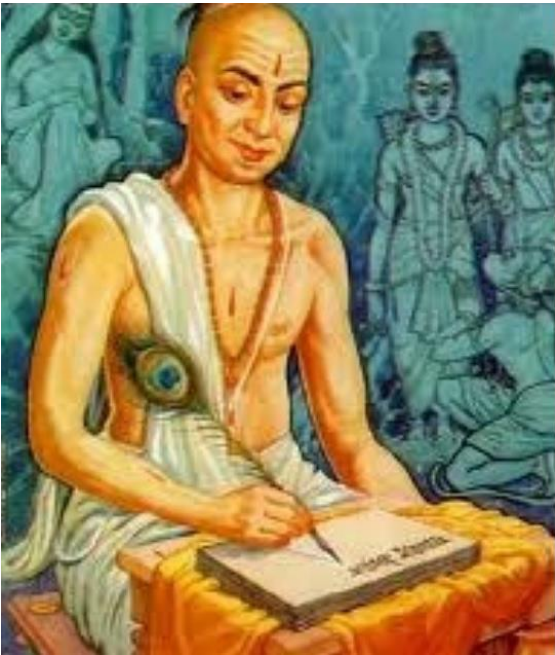


Toma PLEȘANU - tomaplesanu@yahoo.co.uk,
Andra-Ioana PINZARIU, pinzariu.andra@armyacademy.

Motto

“Învățătura e o perlă, o avere mare, pe care rudele nu o pot împărți între ele, nici hoții fura, și care nu se împruținează *prin dăruire.*”

(Bhavabhūti)



<https://historia-biografia.com/bhavabhuti/>