



PÎ.M
PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
MASTER, ULIM

RED.:	03
DATA:	13.05.2020
Pag. 1 / 11	

“COORDONAT”
Ministerul Educației, Culturii și
Cercetării al Republicii Moldova

Nr. de înregistrare ISM-01-18689 din
27.02.2019

“APROBAT”
Senatul Universității Libere Internaționale din Moldova,
proces-verbal nr. 8, din 13 mai 2020

Rector  Ilian GALBEN



Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova
Ministry of Education, Culture and Research of the Republic of Moldova
Universitatea Liberă Internațională din Moldova / *Free International University of Moldova*
Facultatea Relații Internaționale, Științe Politice și Jurnalism / *Faculty of International Relations, Political Science and Journalism*

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Program of Study

Nivelul calificării
Level of qualification

Nivelul 7 ISCED

Domeniul general de studiu
General field of study

7 ISCED Level

Domeniul de formare profesională
Professional formation field

032 Jurnalism și informare
032 Journalism and information

0321 Jurnalism și comunicare
0321 Journalism and Communication

Program de master (de profesionalizare) MP
Master Program (Professional Master)

**Managementul Media, Marketing online și Business
Comunicare**

*Management Media, Marketing online and Business
Communication*

Numărul total de credite de studiu
Number of study credits

120 ECTS

Titlul obținut la finele studiilor
Conferred Title

Master în Științe ale Comunicării
Master of Communication Science

Baza admiterii

**Diploma de studii superioare de licență sau un act
echivalent de studii**

Admission requirements

*Diploma of Licentiate Higher Education or an Equivalent Act of
Study*

Limba de instruire
Language of learning

Română/rusă/engleză

Romanian / Russian / English

Forma de organizare a învățământului
Organizational form of the higher education

învățământ cu frecvență

Full-time learning

Responsabil de programul de studiu
Responsible for Program

Bohanțov Alexandru, dr., conf.univ.

Grupul de lucru
Working Group

Țicu Viorica, MA, LECTOR .

Gribincea Alexandru, dr. hab., prof. univ.

CALENDARUL UNIVERSITAR (în săptămâni) / UNIVERSITY CALENDAR (in weeks)

Anul de studiu <i>Year of study</i>	Activități de instruire <i>Study Activities</i>		Sesiuni de examene <i>Examination Sessions</i>		Stagii de practică <i>Internships</i>		Vacanțe <i>Holidays</i>		
	Semestrul I <i>Ist Semester</i>	Semestrul II <i>IInd Semester</i>	Semestrul I <i>Ist Semester</i>	Semestrul II <i>IInd Semester</i>	Semestrul I <i>Ist Semester</i>	Semestrul II <i>IInd Semester</i>	Iarnă <i>Winter</i>	Primăvară <i>Spring</i>	Vară <i>Summer</i>
Anul I <i>Ist Year</i>	01.09-24.12* 15 săptămâni	01.02-20.05* 15 săptămâni	07.10-24.01* (sistem modular)	02.03-20.06* (sistem modular)			25.12-07.01*	03.05-10.05**	01.07-31.08*
Anul II <i>IInd Year</i>	12.09-18.11** 15 săptămâni	-	05.10-22.01** (sistem modular)	24.05-18.06 (Susținerea tezelor de master)	Practica de specialitate 21.11-23.12**	Practica de cercetare Februarie - mai	25.12-07.01**	25.04-02.05**	-
TOTAL nr. săptămâni	30 săptămâni	15 săptămâni	3 săptămâni	3 săptămâni	5 săptămâni	15 săptămâni	3 săptămâni	2 săptămâni	9 săptămâni

*Nota: datele, stipulate în calendarul universitar se referă la anul universitar 2020-2021

** Nota: datele, stipulate în calendarul universitar se referă la anul universitar 2021-2022

**PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE / ANI DE STUDII
PLAN OF THE PROCESS OF STUDY BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY**

Cod <i>Code</i>	Denumirea unității de curs/modulului <i>Title of the course/module</i>	Total ore <i>Total number of hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități ¹ <i>Number of hours by types of activity</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i>
		Total Total	Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	C / L	S	L / P		
ANUL I // Ist YEAR									
SEMESTRUL I / Ist SEMESTER									
F.01.O.001	Cultura media: teorii și practici comunicaționale <i>Media Culture: Communication Theory and Practice</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
F.01.O.002	Economia mass-media <i>Mass-media Economy</i>	150	50	100	20	30		Examen	5
F.01.O.003	Management media: abordări teoretice și pragmatice <i>Media Management: theoretical and pragmatic approaches</i>	150	50	100	20	30		Examen	5
F.01.O.004	Metodologia și etica cercetării în comunicarea mediatică <i>Methodology and Ethics of Research in Media Communication</i>	150	50	100	20	30		Examen	5
F.01.O.005	Marketing în media tradițională și marketing online <i>Marketing in Traditional Media and Online Marketing</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.01.O.006	Managementul procesului de producție audiovizuală <i>Management of Audiovisual Production Process</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
Total semestrul I / Total Ist semester		900	300	600	120	90	90	6	30
SEMESTRUL II / IInd SEMESTER									
F.02.O.007	Comunicare și negociere în business <i>Communication and Negotiation in Business</i>	150	50	100	30	20		Examen	5

¹ Legenda: C – curs, S – seminarii, L/P – laborator/lecții practice / Legend: L – lecture, S - seminar, L / P - laboratory / practical lessons

F.02.O.008	Managementul proiectelor media <i>Media Projects Management</i>	150	50	100	20	30		Examen	5
F.02.O.009	Probleme actuale de cercetare în comunicarea mediatică <i>Current Research Issues in the Media Communication</i>	150	50	100	20	30		Examen	5
S.02.O.010	Tehnici de comunicare scrisă și orală în business <i>Written and Oral Communication Techniques in Business</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.02.A.011	Hypertext/hypermedia în era digitală <i>Hypertext/hypermedia in Digital Era</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.02.A.012	Redactarea materialelor pentru new media <i>Draft of materials for new media</i>								
S.02.A.013	Media interactivă: producții pentru WEB <i>Interactive Media: Web Productions</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.02.A.014	Producție multimedia offline <i>Offline Multimedia Production</i>								
	Total semestrul II / Total IInd Semester	900	300	600	130	80	90	6	30
	Total anul I / Total Ist Year	1800	600	1200	250	170	180	12	60
ANUL II / IInd YEAR									
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER									
S.03.O.015	Documentarul de televiziune: de la scenariu la film <i>TV Documentary: from Scenario till Movie</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.03.O.016	Studii de piață privind lansarea noilor produse digitale <i>Market Research on Launching of New Digital Products</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.03.A.017	Brandul în format online și brandul în versiune offline <i>Online Brand and Offline Brand</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.03.A.018	Event Management <i>Event Management</i>								
S.03.A.019	Arta prezentărilor de business <i>Business Presentations Art</i>	150	50	100	20		30	Examen	5
S.03.A.020	Strategii promoționale în business <i>Promotional Strategies in Business</i>								
	Stagiu profesional <i>Internship</i>	300		300				Examen	10
	Total semestrul III / Total IIIrd Semester	900	200	700	80		120	5	30
SEMESTRUL IV / IVth SEMESTER									
	Cercetarea și elaborarea tezei de master <i>Research and Master Degree Thesis Elaboration</i>	900		900				Examen <i>Exam</i>	30
	Total semestrul IV Total IVth Semester	900		900				1	30
	Total anul II Total IInd Year	1800	200	1680	40		80	6	60
	Total	3600	800	3060	250	100	190	18	120

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR

N.d/o	Denumirea activității / Activity	Perioada / Period	Nr. ECTS
1.	Suținerea tezei de master: Cercetare teoretico-aplicată în Managementul Media, Marketing online și Business Comunicare <i>Master thesis: Theoretical Applied Research in Management Media, Marketing online and Business Communication</i>	Mai – iunie <i>May - June</i>	30

**STAGIILE DE PRACTICĂ
FIELD EXPERIENCE**

Nr.	Tipul stagiului de practică <i>Internship</i>	An de studii	Semestru	Durăță (nr.sapt./nr.ore)	Perioada desfășurării	Nr. ECTS
1	Stagiu profesional <i>Internship</i>	II	III	5/300	Noiembrie – decembrie <i>November - December</i>	10
Total				5/300		10

DISCIPLINE LA LIBERA ALEGERE / COURSES FOR FREE CHOICE

Nr.	Denumirea disciplinei <i>Discipline title</i>	Anul <i>/ Year</i>	Semestrul <i>/ Semester</i>	Numărul de ore pe tipuri de activități / <i>Number of hours by types of activity</i>			Evaluări / <i>Evaluation</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i>
				C / L	S	L / P		
1	Sociologia comunicării <i>Communication Sociology</i>	I	I	20	10		Examen	5
2	Management și leadership <i>Management and leadership</i>	I	I	20	10		Examen	5
3	Analiza discursului mediatic <i>Analyzing media discourses</i>	I	II	20		10	Examen	5
4	Managementul publicațiilor online <i>Online publications management</i>	I	II	20		10	Examen	5
5	Creativitatea în activitatea publicitară <i>Creativity in advertising activity</i>	II	III	20		10	Examen	5
6	E-business și promovare digitală <i>E-business and digital promotion</i>	II	III	20		10	Examen	5
Total		6		120	20	40	6	30

**SEMESTRUL COMPENSATOR PENTRU ABSOLVENȚII DE LA ALTE DOMENII DE STUDII ²
COMPENSATORY SEMESTER FOR ABSOLVENTS FROM OTHER STUDY FIELDS**

Cod <i>Code</i>	Denumirea disciplinei <i>Discipline title</i>	Total ore <i>Total number of hours</i>		Număr de ore pe tipuri de activități <i>Number of hours by types of activity</i>			Forma de evaluare <i>Form of assessment</i>	Nr de credite <i>Nr of credits</i>
		Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	C / L	S	L / P		
F.01.O.001	Introducere în științele comunicării <i>Introduction to Communication Science</i>	30	120	16	14		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.002	Bazele teoriei și practicii jurnalismului <i>Fundamentals of Journalism: Theories and Practice</i>	30	120	16	14		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.003	Teoria și practica relațiilor publice <i>PR Theories and Practice</i>	30	120	16	14		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.004	Genurile presei scrise și audiovizuale <i>Printed and Audiovisual Media Genres</i>	30	120	14		16	Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.005	Managementul instituției media <i>Media Institution Management</i>	30	120	14	16		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.006	Jurnalismul online <i>Online Journalism</i>	30	120	14		16	Examen <i>Exam</i>	5
Total		180	720	90	58	32	6	30

² Sunt propuse absolvenților de la alte domenii de studii, care optează pentru programul de master în Management, Marketing și Logistică / They are offered to graduates from other fields of study who opt for the master's program in Management, Marketing and Logistics

PLANUL PENTRU MODULUL PSIHOPEDAGOGIC (SE SOLICITĂ SUPLIMENTAR)
PLAN FOR THE PSYCHOPEDAGOGIC MODULE (ADDITIONAL APPLICATION)

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr credite
		Total	Cont.dir	Individual	C	S	L/P		
ANUL I									
SEMESTRUL I									
F.03.O.001	Fundamente ale psihologiei <i>Basics of Psychology</i>	120	30	90	16	14		Examen	4
F.03.O.002	Etica pedagogică <i>Ethics in Pedagogy</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.03.A.003	Psihologia vârstelor și a dezvoltării <i>Ages and Developmental Psychology</i>	120	30	90	16	14		Examen	4
S.03.A.004	Psihologia personalității <i>Psychology of Personality</i>								
Total sem. 1		330	90	240	48	42		3	11
SEMESTRUL II									
F.04.O.005	Pedagogie <i>Pedagogy</i>	120	30	90	16	14		Examen	4
F.04.O.006	Educația incluzivă <i>Inclusive Education</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.04.A.007	Tehnologii educaționale <i>Educational Technologies</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.04.A.008	Teoria și metodologia curriculumului <i>Curriculum Theory and Methodology</i>								
	Practica pedagogică 1 – activități extracurriculare / <i>Pedagogical practice 1 - extracurricular activities</i>	450		450				Examen	15
Total sem. 2		750	90	660	48	42		4	25
Total anul II		1080	180	900	96	84		7	36
ANUL II									
SEMESTRUL III									
S.05.A.009	Teoria și metodologia evaluării <i>Evaluation Theory and Methodology</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.05.A.010	Managementul clasei <i>Class Management</i>								
S.05.A.011	Didactica generală și a specialității <i>General and Specialty Didactics</i>	180	60	120	30		30	Examen	6
Total sem. 3		270	90	180	46	14	30	2	9
SEMESTRUL IV									
	Practica pedagogică 2 – activități curriculare <i>Pedagogical practice 2 - curricular activities</i>	450		450				Examen	15
Total sem. 4		450		450				1	15
Total anul III		720	90	630	46	14	30	3	24
Total		1800	270	1530	142	98	30	10	60

MATRICEA CORELĂRII FINALITĂȚILOR DE STUDIU A PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS / MATRIX OF CORRELATION OF PROGRAM STUDY LEARNING OUTCOMES WITH ITS DISCIPLINES

Cod Code	Denumirea unității de curs Title of the course	Finalități de studii / Learning outcomes								
		de cunoștințe knowledge			de abilități skills			de competențe competencies		
		1.1.	1.2.	1.3.	2.1.	2.2.	2.3.	3.1.	3.2.	3.3.
F.01.O.001	Cultura media: teorii și practici comunicaționale	+				+	+	+	+	+

	<i>Media Culture: Communication Theory and Practice</i>									
F.01.O.002	Economia mass-media <i>Media economics</i>	+				+	+	+	+	+
F.01.O.003	Management media: abordări teoretice și pragmatice <i>Media management: theoretical and pragmatic approaches</i>	+	+			+	+	+	+	+
F.01.O.004	Metodologia și etica cercetării în comunicarea mediatică <i>Methodology and Ethics of Research in Media</i>	+	+	+		+	+	+	+	+
F.01.O.005	Marketing în media tradițională și marketing online <i>Marketing in traditional media and online marketing</i>	+		+			+	+		
S.01.O.006	Managementul procesului de producție audiovizuală <i>Management of audiovisual production process TV programs and their audition potential</i>			+		+				+
F.02.O.007	Comunicare și negociere în business <i>Communication and negotiation in business</i>	+		+			+	+		
F.02.O.008	Managementul proiectelor media <i>Media projects management</i>	+		+			+	+		
F.02.O.009	Probleme actuale de cercetare în comunicarea mediatică <i>Current Research Issues in the media communication</i>	+		+			+	+		
S.02.O.010	Tehnici de comunicare scrisă și orală în business <i>Written and oral communication techniques in business</i>	+	+	+			+	+	+	
S.02.A.011	Hypertext/hypermedia în era digitală <i>Hypertext/hypermedia in digital era</i>	+			+	+			+	
S.02.A.012	Redactarea materialelor pentru new media <i>Draft of materials for new media</i>			+		+			+	
S.02.A.013	Media interactivă: producții pentru WEB <i>Interactive media: Web productions</i>	+				+	+			+
S.02.A.014	Producție multimedia offline <i>Offline multimedia production</i>			+	+	+				+
S.03.O.015	Documentarul de televiziune: de la scenariu la film	+				+	+		+	
S.03.O.016	Studii de piață privind lansarea noilor produse digitale <i>Market research on launching of new digital products</i>			+	+	+			+	
S.03.A.017	Brandul în format online și brandul în versiune offline <i>Online brand and offline brand</i>	+	+	+			+	+		+
S.03.A.018	Event Management <i>Event Management</i>	+	+	+			+	+		+
S.03.A.019	Arta prezentărilor de business <i>Business presentations art</i>	+	+	+			+	+		+
S.03.A.020	Strategii promoționale în business <i>Promotional strategies in business</i>	+	+	+			+	+		+
	Stagiu profesional <i>Internship</i>	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Cercetarea și elaborarea tezei de master <i>Research and Master Thesis Preparation</i>	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Finalități de studiu / Learning outcomes

La finalizarea acestui program de studii masterandul va fi capabil:

Upon completion of this study program the Master's student will be able:

Cunoștințe / Knowledge	
1.1	va cunoaște conceptele teoretice și practicile comunicaționale ale culturii media, modalitățile de structurare, organizare și funcționare a instituțiilor mediatică, managementul procesului de producție în toate tipurile de media (tipărite, radio/TV, noile media), principiile și metodele de gestionare a activităților legate de managementul media și marketingul online, precum și strategiile de comunicare și negociere în business-ul contemporan, dezamorsarea conflictelor și situațiilor de criză din domeniul respectiv; will know the theoretical concepts and communication practices of media culture, ways of structuring, organizing, and functioning of media institutions, the management of the production process in all types of media (print, radio/TV, new media), principles and methods of managing activities related to media management and online marketing, as well as strategies for communication and negotiation in contemporary business, defusing conflicts and crisis situations in the respective field
1.2	va poseda cunoștințe profunde privind obligațiunile funcționale ale specialiștilor în jurnalism și comunicare publică, deontologia profesională în aceste domenii de activitate; will possess in-depth knowledge regarding the functional obligations of specialists in journalism and public communication, professional ethics in these areas of activity;
1.3	va cunoaște similitudinile și diferențele dintre marketingul clasic și marketingul online, beneficiind de avantajele pe care le aduce promovarea serviciilor mediatică prin rețeaua Internet, a tehnologiilor privind elaborarea materialelor de presă tipărită și electronică, de identificare a realităților sociale relevante și a solicitărilor publicului-țintă, modalități de aplicare în conformitate cu regulile de asamblare și prezentare a informației și principiile etico-morale; will recognize the similarities and differences between classic marketing and online marketing, benefiting from the advantages that promoting media services through the Internet network brings, technologies regarding the development of printed and electronic press materials, identification of relevant social realities and the demands of the target audience, ways of applying in accordance with the rules of assembly and presentation of information and ethical-moral principles.
Abilități / Skills	
2.1	va stabili cu precizie conținutul și obiectivele activității jurnalistice și de relații publice, redactând în cunoștință de cauză materiale pentru diverse domenii ale comunicării mediatică și publice; will precisely establish the content and objectives of journalistic and public relations activities, drafting materials for various fields of mediated and public communication with knowledge;
2.2	va defini metodologia cercetării în domeniu, obiectivele și scopurile investigațiilor de profil, ținând cont de particularitățile fiecărei probleme de cercetare, stabilind metode și tehnici relevante și aplicându-le în conformitate cu planul de investigație; va utiliza rezultatele cercetării în activitatea profesională; will define the methodology of research in the field, the objectives and purposes of profile investigations, taking into account the peculiarities of each research problem, establishing relevant methods and techniques and applying them in accordance with the research plan; will use the research results in professional activity;
2.3	va acționa în conformitate cu principiile deontologice și în limitele competențelor profesionale; will act in accordance with ethical principles and within the limits of professional competencies.
Competențe / Competences	
3.1	va lua decizii responsabile în activitatea practică privind analiza și prezentarea realităților sociale, ținând cont de informațiile disponibile, inclusiv de cele provenite din surse alternative, precum și de la experți din diverse domenii; will make responsible decisions in practical activity regarding the analysis and presentation of social realities, taking into account available information, including those from alternative sources, as well as from experts in various fields;
3.2	va promova cunoștințe, valori, practici privind buna funcționare a organismului social în general, și, în particular, a institutelor, organizațiilor, comunităților și altor entități sociale; will promote knowledge, values, practices regarding the good functioning of the social organism in general, and, in particular, of institutes, organizations, communities, and other social entities;
3.3	va respecta cadrul de competențe profesionale și limitele profesiei de jurnalist și specialist în comunicare publică angajat în diverse domenii ale sferei publice; will respect the framework of professional competencies and the limits of the profession of journalist and specialist in public communication engaged in various fields of the public sphere.

PONDEREA UNITĂȚILOR DE CURS ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT THE COMPONENTS' SHARE OF THE PROGRAM OF STUDY

Componente creditate	Plan-cadru (120 credite) Număr credite (minim-maxim)				Plan de învățământ Masterat de profesionalizare Număr de credite
	Științific		De profesionalizare		
	%	credite	%	credite	
Unități de curs fundamentale (cod F)	35-45	40-54	20-30	24-36	35
Unități de curs de specializare (cod S)	20-30	24-36	35-45	40-54	45
Stagii de practică	8-12	6-10	8-12	6-10	10

Teza de master	20-30	24-36	20-30	24-36	30
Total	100	120	100	120	120

NOTĂ EXPLICATIVĂ EXPLANATORY NOTE

Descrierea programului de studii (prezentarea succintă a profilului specialității/programului de master, precum și a domeniului de formare profesională și domeniului general de studiu)

Programul de master în *Managementul Media, Marketing online și Business Comunicare* este conceput pentru a oferi o pregătire complexă și interdisciplinară specialiștilor în domeniul 032 Jurnalismului și Informării. Acest program reprezintă o oportunitate valoroasă pentru absolvenții de studii superioare cu profil social și umanistic de a face un pas sigur către obținerea unei formații profesionale corespunzătoare. Programul își propune să ofere studenților cunoștințe și aptitudini necesare pentru o carieră de succes în domeniul dinamic și multidimensional al jurnalismului, proceselor mediatică și comunicării sociale.

Obiectivul principal al acestui program de master este de a forma specialiști polivalenți, deschizându-le acestora două perspective majore: continuarea studiilor la nivelul Doctoratului sau integrarea în sfera profesională a unuia dintre cele patru domenii conexe: Jurnalism (atât în media tradițională – offline și online), *Managementul Media, Marketing online și Business Comunicare* în contextul business-ului.

Programul de master în *Managementul Media, Marketing online și Business Comunicare* se distinge prin caracterul său profund interdisciplinar, integrând concepte și paradigme esențiale din jurnalism, comunicare, teoria și practica media (atât tradițională cât și nouă), management și marketing în mass-media, comunicare în afaceri, relații publice și publicitate. Oferind atât discipline obligatorii, cât și opționale, programul permite o pregătire generală solidă în domeniu, dar și posibilitatea de specializare în diferite arii practice relevante pentru jurnalism, comunicare publică, managementul și marketingul media, precum și comunicarea în contextul afacerilor. Competențele și abilitățile vizate de program acoperă atât mediile de comunicare tradiționale, cât și noile media, care joacă un rol central în societatea informațională contemporană.

Acest program de masterat este proiectat să răspundă nevoilor pieței serviciilor de comunicare mediatică, urmărind formarea unor specialiști de înaltă calificare în domeniile jurnalismului și comunicării publice, precum și în sectoarele conexe de management și marketing media, comunicare în contextul afacerilor. Programul este aliniat cu dinamica actuală a pieței muncii și cu cerințele societății contemporane, definită prin prisma cunoașterii și comunicării.

Masteratul se adresează în mod special absolvenților de studii superioare în jurnalism și relații publice, dar este deschis și absolvenților din facultățile de științe sociale și umaniste, studii economice (în special, management și marketing), și alte domenii conexe (arte, business, administrare și drept), interesați să urmeze o carieră în jurnalism și comunicare publică. Pentru admiterea candidaților proveniți din alte specializări, este necesară o familiarizare prealabilă cu bazele jurnalismului și informării și cu abilități sociale precum comunicarea, empatia și asertivitatea. Absolvenții din alte domenii pot fi admiși la masterat dacă au completat planul de studii cu discipline orientate către jurnalism și informare sau după finalizarea unui semestru compensatoriu, ce presupune acumularea a 30 de credite.

Cunoștințele, abilitățile și competențele asigurate de programul de studii

Programul de studii asigură un ansamblu complex de cunoștințe, abilități și competențe, esențiale pentru profesioniștii din domeniul media, marketingului online și al comunicării în afaceri. Absolvenții vor dobândi o înțelegere profundă a conceptelor teoretice și a practicilor comunicaționale specifice culturii media, precum și a modalităților de structurare, organizare și funcționare a instituțiilor mediatică. Se va acorda o atenție deosebită managementului procesului de producție în toate tipurile de media (tipărite, radio/TV, noile media), principiilor și metodelor de gestionare a activităților legate de managementul media și marketingul online. De asemenea, programul cuprinde strategii de comunicare și negociere adaptate business-ului contemporan, inclusiv modalități de dezamorsare a conflictelor și gestionare a situațiilor de criză în domeniu.

Absolvenții vor poseda cunoștințe aprofundate privind obligațiile funcționale ale specialiștilor în jurnalism și comunicare publică, incluzând aspecte legate de deontologia profesională în aceste domenii de activitate. Se va acorda importanță recunoașterii similitudinilor și diferențelor dintre marketingul clasic și marketingul online, valorificând avantajele promovării serviciilor mediatică prin Internet, utilizarea tehnologiilor pentru elaborarea materialelor de presă tipărită și electronică, identificarea realităților sociale relevante și a solicitărilor publicului-țintă, aplicând reguli etice și morale în prezentarea informației.

La nivel de abilități, programul vizează dezvoltarea capacității de a stabili precis conținutul și obiectivele activității jurnalistice și de relații publice, redactând materiale informate pentru diverse domenii ale comunicării mediatică și publice. Absolvenții vor fi capabili să definească metodologia de cercetare în domeniu, să identifice obiectivele și scopurile investigațiilor specifice, ținând cont de particularitățile fiecărei probleme de cercetare, și să utilizeze rezultatele cercetării în activitatea profesională. De asemenea, vor acționa întotdeauna în conformitate cu principiile deontologice și în limitele competențelor profesionale.

La nivel de competențe, programul pregătește absolvenții să ia decizii responsabile în activitatea practică, analizând și prezentând realitățile sociale cu o înțelegere completă a informațiilor disponibile, inclusiv cele provenite din surse alternative și de la experți din diverse domenii. Se va pune accent pe promovarea cunoștințelor, valorilor și practicilor care contribuie la buna funcționare a organismului social în general și, în special, a instituțiilor, organizațiilor, comunităților și altor entități sociale. Absolvenții vor respecta cadrul de competențe profesionale și limitele profesiei de jurnalist și specialist în comunicare publică, angajându-se în diverse domenii ale sferei publice.

Obiectivele programului de studii

Obiectivele programului de studii pentru masterul în *Managementul Media, Marketing online și Business Comunicare* sunt concepute pentru a dezvolta competențele profesionale și academice esențiale într-un mediu media și de comunicare din ce

în ce mai digitalizat și interconectat. Acestea sunt direcționate către asigurarea unei înțelegeri avansate a mediilor de comunicare, dezvoltarea abilităților practice în managementul media și marketingul online, familiarizarea cu tehnologiile noi, promovarea eticii și responsabilității sociale, dezvoltarea capacităților de cercetare, încurajarea adaptabilității și inovației, consolidarea competențelor de comunicare și pregătirea pentru cariera profesională și academică.

Prin aceste obiective, programul își propune să formeze specialiști capabili să analizeze critic tendințele industriei, să conceapă și implementeze campanii de comunicare eficiente, să utilizeze creativ tehnologia pentru atingerea obiectivelor organizaționale, să respecte standardele etice și de responsabilitate socială, să răspundă rapid schimbărilor din mediul media și tehnologic, și să transmită mesaje convingătoare în diverse contexte profesionale. Această pregătire avansată urmărește să echipeze absolvenții cu abilitățile și cunoștințele necesare pentru a naviga cu succes în peisajul media și comunicării contemporane, contribuind semnificativ la evoluția și succesul organizațiilor din acest domeniu.

Racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu

La elaborarea programului de studii s-a ținut cont de prevederile Cadrului Național al Calificărilor, Cadrului European al Calificărilor (ciclul II – studii superioare de masterat, nivelul 7 ISCED) și acte normative ULIM, astfel încât Planul de învățământ și conținuturile curriculare asigură achiziționarea cunoștințelor, abilităților și competențelor necesare conform cerințelor CNCRM și EQF/Tuning project, EU. Programul de master *Management, Marketing și Logistică* în conformitate cu demersul strategic de dezvoltare a ULIM este în continuă inovare/perfecționare, în funcție de cerințele pieței educaționale, naționale și internaționale. În acest sens, menționăm și racordarea conținutului curricular al programului la tendințele pieței educaționale și a muncii din Europa Centrală și de Est, precum și SUA.

Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social față de programul de master în *Managementul Media, Marketing online și Business Comunicare* subliniază importanța adaptării continue la schimbările tehnologice, dezvoltarea competențelor de comunicare avansate, o înțelegere profundă a marketingului online, abilități analitice și de evaluare, sensibilitatea față de etica profesională și responsabilitatea socială, capacitatea de inovare, competențele de managementul proiectelor și leadership, precum și conștientizarea impactului social al media. Această evaluare evidențiază cererea crescută pentru profesioniști capabili să navigheze eficient în peisajul digital în continuă schimbare, să comunice eficace într-o varietate de formate și platforme, să implementeze strategii de marketing online inovatoare și etice, să analizeze date pentru informarea deciziilor strategice, să conducă inițiative și proiecte complexe, și să răspundă provocărilor sociale actuale prin utilizarea responsabilă a mediilor de comunicare. Programul este conceput pentru a răspunde acestor așteptări, pregătind absolvenți bine echipați pentru a contribui la evoluția sectorului economic și social, promovând progresul și bunăstarea prin inovație și comunicare eficientă.

Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii

Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii este o etapă esențială pentru asigurarea relevanței și eficacității acestuia în contextul realităților și nevoilor pieței muncii. Aceasta implică colaborarea cu o varietate de actori din sectorul economic și social, inclusiv companii, organizații profesionale, absolvenți și experți în domeniu, pentru a aduna feedback și recomandări valoroase. Procesul de consultare urmărește să alinieze obiectivele educaționale ale programului cu așteptările și cerințele partenerilor, și să faciliteze dezvoltarea competențelor și abilităților cerute de piața muncii. Principalele etape și beneficii ale consultării partenerilor în elaborarea programului de studii includ:

1. Selectarea unui spectru larg de parteneri din diferite sectoare ale industriei relevante pentru programul de studii, inclusiv companii de top, organizații non-profit, instituții guvernamentale și profesioniști de succes în domeniu.
2. Inițierea de sesiuni de lucru cu partenerii pentru a discuta tendințele actuale din industrie, competențele și abilitățile cerute de angajatori, și pentru a identifica lacunele în pregătirea actuală a absolvenților.
3. Distribuirea de chestionare către parteneri pentru a colecta opinii și sugestii specifice cu privire la conținutul programului, abilitățile vizate și metodologiile de predare.
4. Evaluarea feedback-ului primit și ajustarea structurii programului, a obiectivelor și a conținuturilor cursurilor pentru a reflecta nevoile exprimate de parteneri.
5. Încheierea de acorduri cu partenerii pentru a oferi studenților oportunități de practică, internship-uri și perspective de angajare după absolvire.
6. Formarea unui grup de experți din sectorul relevant care să ofere consultanță continuă și să revizuiască periodic programul de studii, asigurând că acesta rămâne actualizat cu evoluțiile din industrie.

Beneficiile consultării partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii sunt multiple, incluzând creșterea relevanței academice și practicii profesionale a programului, îmbunătățirea ratei de angajabilitate a absolvenților, consolidarea relațiilor între universitate și mediul economic și social, și promovarea inovației și adaptabilității în curriculum. Această abordare colaborativă contribuie la formarea unei generații de absolvenți bine pregătiți, capabili să răspundă eficient provocărilor și oportunităților din dinamica piața a muncii.

Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă

Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă reprezintă un factor crucial în proiectarea și actualizarea continuă a curriculumului, asigurând că absolvenții sunt pregătiți corespunzător pentru a răspunde nevoilor și provocărilor actuale din industrie. Programul de master în *Managementul Media, Marketing online și Business Communication* este conceput pentru a răspunde direct la cerințele dinamice ale pieței forței de muncă, pregătind profesioniști competenți, capabili să se integreze și să aducă valoare adăugată în diverse domenii și roluri.

În primul rând, programul se adresează evoluției rapide a tehnologiilor digitale și a mediilor de comunicare, domenii în care cererea de specialiști calificați este în continuă creștere. Absolvenții sunt echipați cu cunoștințele necesare pentru a naviga în peisajul media digital, înțelegând profund strategiile de marketing online și tehnici de comunicare eficientă în business.

O altă dimensiune a relevanței programului este capacitatea de a dezvolta abilități practice și competențe analitice, pregătind absolvenții să abordeze provocările reale ale pieței. De la analiza datelor și până la gândirea critică și rezolvarea de probleme complexe, programul își propune să formeze indivizi apti să facă față cerințelor și ritmului accelerat al schimbărilor din mediul de afaceri și media.

De asemenea, programul pune un accent deosebit pe dezvoltarea abilităților de comunicare și leadership, esențiale pentru orice rol în cadrul organizațiilor moderne. Abilitatea de a comunica clar și eficient, de a conduce echipe și de a gestiona proiecte, sunt competențe cheie căutate de angajatori într-o varietate de sectoare.

Prin integrarea unui curriculum bazat pe practică și teorie, cu focus pe ultimele tendințe și inovații din industrie, programul asigură că absolvenții sunt nu doar pregătiți pentru pozițiile existente, ci și echipați pentru a anticipa și a modela viitoarele direcții ale pieței forței de muncă. Aceasta include o sensibilitate crescută la etica profesională și la responsabilitatea socială, aspecte din ce în ce mai valorizate în mediul de afaceri globalizat.

Relevanța programului de master în Managementul media, Marketing online și Business Comunicare pentru piața forței de muncă este dată de alinierea strânsă la nevoile industriei, pregătind absolvenții nu doar să intre pe piața muncii, ci să devină lideri și inovatori în domeniile lor, contribuind astfel la dezvoltarea economică și socială.

Angajabilitatea absolvenților în câmpul muncii

Angajabilitatea absolvenților în câmpul muncii este un indicator esențial al succesului unui program de studii, reflectând capacitatea acestuia de a pregăti studenții pentru integrarea eficientă și rapidă în piața forței de muncă. Programul de master în Managementul media, Marketing online și Business Comunicare are ca obiectiv principal formarea de profesioniști bine pregătiți, cu competențe și cunoștințe adaptate cerințelor și dinamicii actuale ale sectoarelor relevante.

Un aspect cheie care contribuie la angajabilitatea ridicată a absolvenților acestui program este accentul pus pe dezvoltarea unui set diversificat de competențe tehnice și soft, relevante pentru mediul profesional contemporan. Absolvenții dobândesc abilități în utilizarea avansată a tehnologiilor digitale, înțelegerea profundă a strategiilor de marketing online, precum și competențe de comunicare eficace, esențiale în orice context organizațional.

Programul încurajează și aplicarea practică a cunoștințelor teoretice prin proiecte, studii de caz și stagii de practică, oferind studenților oportunitatea de a acumula experiență reală, un factor important în procesul de angajare. Aceste experiențe practice nu doar că sporesc înțelegerea materiei de studiu, dar și dezvoltă abilitățile interpersonale și de lucru în echipă, pregătind absolvenții pentru provocările pieței muncii.


Pe lângă competențele tehnice și practice, programul promovează dezvoltarea gândirii critice, a creativității și a abilităților de inovare, pregătind absolvenții să abordeze probleme complexe, să genereze soluții inovatoare și să se adapteze rapid la schimbările din mediul de afaceri. Aceste calități sunt extrem de valorizate de angajatori și contribuie la diferențierea absolvenților pe piața muncii.

De asemenea, colaborarea strânsă cu industria și implicarea partenerilor din mediul de afaceri în procesul educațional asigură că curriculumul este mereu actualizat în conformitate cu ultimele tendințe și necesități ale pieței. Acest lucru ajută absolvenții să fie imediat relevanți și funcționali în cadrul organizațiilor, mărindu-le șansele de angajare rapidă și de succes pe termen lung în carieră.

Angajabilitatea absolvenților programului de master în Managementul media, Marketing online și Business Comunicare este consolidată prin combinarea eficientă a instruirii teoretice cu aplicarea practică, accentul pe dezvoltarea competențelor tehnice și soft, și adaptarea constantă a conținutului educațional la nevoile pieței forței de muncă. Această abordare holistică pregătește absolvenții să facă față cu succes provocărilor profesionale și să se integreze eficient într-o varietate de roluri și domenii, contribuind activ la inovația și progresul în mediul de afaceri și comunicații.

Accesul la studii a titularilor de diplome obținute după finalizarea respectivului program de studii

Titularul diplomei de master are acces la Ciclul III QF-EHEA / nivelul 8 EQF - studii superioare de Doctorat.

Aprobat la Ședința Catedrei Relații Internaționale, Științe Politice și Jurnalism
Șef catedră, Cernencu Mihai, dr., conf. univ. 

Aprobat la Consiliul Facultății Relații Internaționale, Științe Politice și Jurnalism
Decan, Țicu Viorica 

Oficiul Suport Academic, ULIM
Director, Ludmila Zmuncila 