Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Ministry of Education and Research of the Republic of Moldova
Universitatea de Stat din Moldova
Moldova State University

COORDONAT
COORDINATED BY
Ministerul Educației
și Cercetării al Republicii Moldova
Ministry of Education and
Research of the Republic of Moldova
Nr./ *no* _____
din/*date*_____
Ministru/ Minister_____

APROBAT
APPROVED
La ședința Senatului USM/ *MSU SENATE*

Proces verbal nr./ *minute no.* 11
din/ *date* 29.04.2025

Rector/ *Rector*

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
STUDY PLAN
pentru ciclul II, studii superioare de master
Cycle II, Master degree

Nivelul calificării conform ISCED și CNC – 7
Level of Qualification, ISCED – 7

Domeniul general de studiu – 031 Ştiinţe sociale şi comportamentale
General Field of Study – 031 Social and Behavioural Sciences

Domeniul de formare profesională – 0314 Sociologie
Professional Training Field – 0314 Sociology

Program de master – *Sondaje de opinie, marketing şi publicitate*
Master Programme – Polls, Marketing and Advertising

Tipul programului de master – Master profesional
Master Programme – Professional Master Programme

Numărul total de credite ECTS – 120
Total Number of Credits ECTC – 120

Titlul obținut la finele studiilor – Master în Sociologie
Title awarded – Master of Sociology

Baza admiterii - diplomă de studii superioare de licență sau un act echivalent de studii
Access Requirements – Diploma of Bachelor's Degree or an equivalent document of studies

Limba de instruire – română
Language of Instruction – Romanian

Forma de organizare a învățământului – cu frecvență
Mode of Study – full-time

Înregistrat/ *Registered with*
Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
National Agency for Quality Assurance in Education and Research
nr./ *no.*_____
din/ *date*_____
_____

RESPONSABIL DE PROGRAM
Programme Coordinator:
Șef de departament/*Head of Departament*
Anastasia OCERETNÎI _____
dr., conf. univ./*PhD., Assoc.Prof.*

Departamentul Sociologie și Asistență socială
Department of Sociology and Social Work
Proces verbal nr. 11 din 22.04.2025
Minutes no.

APROBAT:
Approved by:

Președintele Consiliului Calității USM
MSU Quality Assurance
Prim-prorector, prorector pentru activitate didactică și studențească
Otilia DANDARA _____
dr.hab., prof.univ.

Proces verbal nr. 4 din 24.04.25
Minutes no.

APROBAT:
Approved by:

Președintele Consiliului Facultății Psihologie și Științe ale Educației, Sociologie și Asistență Socială

Head of the Faculty Council of the Faculty Council of the Faculty Psychology and Education Sciences, Sociology and Social Work
Maia ȘEVCIUC _____
dr., prof. univ./*PhD., Univ.Prof.*

Proces verbal nr. 7 din 22.04.2025
Minutes no.

CALENDARUL UNIVERSITAR
ACADEMIC CALENDAR

Anul de studii *Academic Year*	***Activităţi didactice*** *Didactic Activities*		***Sesiuni de examene*** *Exams*		***Stagii de practică*** *Intership*	***Vacanţe*** *Vacations*		
	Sem. I *1st Semester*	**Sem. II** *2nd Semester*	**Sem. I** *1st Semester*	**Sem. II** *2nd Semester*		**Iarnă** *Winter*	**Primăvară** *Spring*	**Vară** *Summer*
Anul I *1st Year*	Septembrie-Decembrie *September-December* (15 săptămâni *15 weeks*)	Februarie-Mai *February-May* (15 săptămâni *15 weeks*)	Decembrie-Ianuarie *December-January* (2 săptămâni *2 weeks*)	Mai-Iunie *May-June* (3 săpt./*3 weeks*)	-	Ianuarie/*January* (4 săpt./*4 weeks*)	Paşte/*Easter* (1 săpt./1 *week*)	Iunie-August (10 săpt./*10 weeks*)
Anul II *2nd Year*	Septembrie-Noiembrie *September-November* (10 săptămâni *10 weeks*)	-	Decembrie-Ianuarie *December-January* (2 săptămâni *2 weeks*)	-	Noiembrie-Decembrie *November-December* (6 săptămâni/6 weeks) Februarie *February* (3 săptămâni/3 weeks)	Ianuarie/*January* (4 săpt./*4 weeks*)	Paşte/*Easter* (1 săpt./1 *week*)	-
Total nr. săpt. *Total no. of weeks*	**25 săpt./*25 weeks***	**15 săpt./*15 weeks***	**4 săpt./*4 weeks***	**3 săpt./3 *weeks***	**9 săpt./*9 weeks***	**8 săpt./*8 weeks***	**2 săpt./*2 weeks***	**10 săpt./*10 weeks***

MINIMUM-UL CURRICULAR ÎN DOMENIUL DE FORMARE PROFESIONALĂ
CURRICULAR PREREQUISITE

Cod *Code*	**Denumirea unităţii de curs** *Name of the Course*	**Total ore** *Number of hours*			**Număr de ore pe tipuri de activităţi** *Number of hours by types of activities*			**Forma de evaluare** *Assessment*	**Nr. credite** *Nr. of Credits*
		Total *Total*	**Contact direct** *Contact Hours*	**Studiu individual** *Individual Study*	**Curs** *Course*	**Seminar** *Seminar*	**Laborator / Practice** *Laboratory*		
M.O.01	Sociologie generală //*General Sociology*	180	60	120	30	30	0	examen *exam*	6
M.O.02	**Cadrul legislativ în domeniul social**//*Legislative framework in social field* 1. Cadrul normativ şi instituţional de reglementare a domeniului social/ *Normative and Institutional Framework of Regulating Social Field* 2. Abordări bazate pe derepturile omului/*Human-rights Based Approaches*	180	**90** 45 45	**90** 45 45	**45** 30 15	**45** 30 15	0	examen *exam*	6
M.O.03	**Deontologia profesională**// ***Professional Ethics*** 1. Comportamente şi procese sociale contemporane/*Contemporary Social Behaviors Processes* 2. Deontologia sociologică /*Sociological Ethics*	180	**90** 60 30	**90** 60 30	**45** 30 15	**45** 30 15	0	examen *exam*	6
M.O.04	Metode cantitative de cercetare a	180	90	90				examen	6

	fenomenelor sociale//*Quantitative Research Methods of Social Phenomena*				45	45	0	*exam*	
M.O.05	Metode calitative de cercetare a fenomenelor sociale// *Quantitative Research Methods of Social Phenomena*	180	78	102	39	39	0	examen *exam*	6
Total *Total*		**900**	**408**	**492**	**204**	**204**	**0**	**5 Exam.**	**30**

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PE ANI DE STUDII
STUDY PLAN ON YEARS OF STUDIES

Cod *Code*	**Denumirea unității de curs** *Name of the Course*	**Total ore** *Number of hours*			**Număr de ore pe tipuri de activități** *Number of hours by types of activities*			**Forma de evaluare** *Assessment*	**Nr. credite** *Nr. of Credits*
		Total *Total*	**Contact direct** *Contact Hours*	**Studiu individual** *Individual Study*	**Curs** *Course*	**Seminar** *Seminar*	**Practica/ Laborator** *Laboratory*		
ANUL I *1st YEAR*									
Semestrul I *1st Semester*									
F.O.01	Comunicare și manipulare în mediul social// *Communication and Manipulation in Social Environment*	180	45	135	30	15	0	ex.	6
F.O.02	Fundamentele marketingului / *Fundamentals of Marketing*	180	45	135	30	15	0	ex.	6
F.O.03	Sociologia publicității / *Sociology of Publicity*	180	45	135	30	15	0	ex.	6
S.O.04	Aplicații statistice în cercetarea sociologică/ *Statistical Applications in Sociological Research*	180	45	135	15	0	30	ex.	6
S.O.05	Tehnici de sondare a opiniei publice (Proiect de semestru)/*Polling Techniques (Semester Project)*	180	60	120	0	60	0	ex.	6
TOTAL SEM. I *Total 1st Semester*		**900**	**240**	**660**	**105**	**105**	**30**	**5**	**30**
Semestrul II *2nd Semester*									
F.O.06	Sociologia consumului și a cumpărării/ *Sociology of Consumption and Purchasing*	150	45	105	30	15	0	ex.	5
S.O.07	Metode calitative de cercetare a comunicării/ *Qualitative Research Methods of Communication*	180	45	135	15	30	0	ex.	6
S.O.08	Marketing politic și analiză electorală/ *Political Marketing and Election Analysis*	180	45	135	30	15	0	ex.	6
S.O.09	Relații publice/*Public Relations*	180	45	135	30	15	0	ex.	6
S.O.10	Cercetarea eficienței reclamelor (Proiect de semestru)/*Advertising Effectiveness Research (Semester Project)*	210	60	150	-	60	0	ex.	7
Total Sem. II *Total 2nd Semester*		**900**	**240**	**660**	**105**	**135**	**0**	**5**	**30**
TOTAL ANUL I *Total number for the 1st year of study*		**1800**	**480**	**1320**	**210**	**240**	**30**	**10**	**60**
ANUL II *2nd YEAR*									
Semestrul III *3rd Semester*									
S.O.11	Monitorizare și evaluare în domeniul social în bază de evidențe/*Based-Evidence Monitoring and Evaluation in Social Field*	150	36	114	18	18	0	ex.	5
S.O.12	Strategii de organizare a campaniilor publicitare/*Organizational Strategies of Advertising Campaigns*	150	36	114	18	18	0	ex.	5
S.A.13 S.A.14	Analiza conținutului media/*Media Content Analysis* Design aplicat/ *Applied design*	120	36	84	18	18	0	ex.	4
S.O.15	Managementul proiectului de cercetare/*Management of Research Project*	120	36	84	18	18	0	ex.	4
SP.O.16	Practica de specialitate *Speciality internship*	360	*260	100	260	0	0	ex.	12
Total Sem. III *Total 3rd Semester*		**900**	**404**	**496**	**332**	**72**	**0**	**5**	**30**

Semestrul IV/ *4th semester*								
SP.O.17 Practica de cercetare/ *Research internship*	180	0	180	0	0	0	evaluare	6
Teza de master/ *Master thesis*	720	0	720	0	0	0	ex.	24
Total Sem. IV *Total 4th Semester*	**900**	**0**	**900**	**0**	**0**	**0**	**1**	**30**
Total Anul II *Total number for the 2nd year of study*	**1800**	**404**	**1396**	**0**	**0**	**0**	**6**	**60**
TOTAL *TOTAL*	**3600**	**884**	**2716**	**542**	**312**	**30**	**16**	**120**

* Notă: orele de contact direct pentru stagiile de practică sunt pentru activitatea studentului la entitate

Ponderea unităților de curs/modulelor *Weight of course units/modules*

Tip unități/*Type of unit*	**Total ore/*Total hours***	**Total credite/*Total credits***	**Pondere (%)/*Weight (%)***
Unități de curs/module fundamentale **(F)**/ *Fundamental course units/modules (F)*	900	30	25
Unități de curs/module de de specialitate **(S)** / *Specialty course units/modules (S)*	1440	48	40
Stagii de practică (SP)/*Internships (SP)*	540	18	15
Teza de master/*Master thesis*	720	24	20

STAGIILE DE PRACTICĂ
INTERNSHIPS

Nr.	**Tipul stagiului de practică** *The internship*	**Anul** *Year*	**Semestru** *Semester*	**Durata** *Times*		**Perioada desfășurării** *Period*	**Număr ECTS** *Nr. of ECTS Credits*
				Săptămâni *Weeks*	**Ore** *Hours*		
1.	Practica de specialitate *Specialty internship*	2	III	6	360	10.11.2026-19.12.2026	12
2.	Practica de cercetare *Research internship*	2	IV	6	180	01.02.2027-12.03.2027	6
Total/ *Total:*				**12**	**540**		**18**

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR
FINAL EVALUATION

Nr.	**Forma de evaluare finală a studiilor** *Form of final evaluation of the studies*	**Termene de organizare** *Period*	**Nr. ECTS** ***Number of ECTS***
1	Teza de master/ *Master thesis*	Iunie *June*	24

NOTĂ EXPLICATIVĂ

1. Prezentarea succintă a profilului programului de master, precum și a domeniului de formare profesională și domeniului general de studii.

Profilul programului de master ***Sondaje de opinie, marketing şi publicitate*** / Domeniului de formare profesională ***0314 Sociologie/*** Domeniul general de studii ***031 Ştiinţe sociale şi comportamentale***

Misiunea programului de studii *Sondaje de opinie, marketing şi publicitate* este de a forma specialişti cu înaltă calificare în studiul opiniei publice, în cercetarea şi analiza publicităţii, ca element al marketingului, oferind posibilitatea continuării studiilor pentru absolvenţii sistemului învăţământului superior din domeniul sociologie, jurnalism, ştiinţele comunicării, asistenţei sociale, politologiei, dreptului şi a altor categorii de specialişti. Programul de master răspunde exigenţelor contemporane în domeniul educaţiei şi cercetării, cu accent deosebit pe integrarea domeniului de cercetare sociologică în alte domenii sociale. Exigenţele spaţiului social şi politic naţional şi european postulează necesitatea acută de informaţii teoretico-empirice de calitate, informaţii ce pot fi obţinute doar prin intermediul cercetării sociologice. Noutatea programului de master rezidă în necesitatea cunoaşterii sociologice a comunicării publice şi a comportamentelor de consum, prin abordarea interdisciplinară a mecanismelor de apariţie, dezvoltare, organizare şi funcţionare a acestor fenomene sociale.

2. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității, racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu.

Obiectivele programului corespund strategiei instituţionale de dezvoltare prin: sporirea continuă a calităţii programului de formare profesională raportat la noile exigenţe sociale; permanenta conlucrare a Departamentului de Sociologie şi Asistenţă Socială cu comunitatea cercetătorilor şi angajatorilor, privind

sporirea preocupărilor pentru formarea calificată a profesioniștilor în cercetare în plan național și internațional; promovarea interesului pentru date multiple și complexe cu privire la dezvoltarea societății; integrarea datelor de cercetare în strategiile de dezvoltare instituțională, locală și socială; atragerea candidaților la studii superioare de doctorat de calitate.

Programul de studii la programul de master *Sondaje de opinie, marketing și publicitate* și conținuturile curriculare sunt concepute pornind de la problematica și contextul național, dar și cel internațional, fiind racordate la programe similare dezvoltate de universități de renume din țări, precum: România (Universitățile din București, Sibiu), Marea Britanie (INTO University of Stirling), Suedia (Universitatea din Stockholm), Italia (Rome Business School), Cehia (Universitatea Charles din Praga), Lituania (Universitatea din Vilnius).

Modernizarea planului de studii se realizează prin analiza continuă a tendințelor la nivel internațional în pregătirea profesioniștilor în domeniu și în cercetarea fenomenelor din aplicarea strategiilor și metodelor inovatoare.

3. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Programul de studii este monitorizat, evaluat și actualizat sistematic, pentru a răspunde solicitărilor de pe piața muncii, a reflecta tendințele de transformare a societății și de anticipare a unor fenomene sociale. Exercițiul de evaluare a solicitărilor și așteptărilor sectorului social-economic, desfășurat în cadrul Departamentului de Sociologie și Asistență Socială, constă în analiza standardului de calificare aprobat prin ordinul Ministerului Educației și Cercetării nr.1671/2023, în special a setului de competențe și a rezultatelor învățării aferente acestora, aplicarea unei diversități de instrumente de evaluare: chestionare de evaluare a competențelor absolvenților formați în cadrul programului de studii, focus-grupuri și interviuri aprofundate cu specialiștii din domeniu, chestionare de evaluare a programului de studiu de către studenți, fișe de evaluare, ș.a. În rezultat se conturează activitățile ulterioare, care stau la baza elaborării planului de activitate pentru următorul an universitar, precum și modificările din planul de învățământ, curricula, stagii de practică. Desfășurarea activităților respective contribuie la sporirea calității procesului de formare profesională, asigurând astfel standardele de pregătire naționale și internaționale, precum și exigențele pieții muncii.

4. Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii (angajatori, profesori, absolvenți, studenți etc.).

Activitățile destinate facilitării procesului de elaborare a programului de studii sunt determinate în baza cadrului normativ în vigoare, inclusiv fiind racordate la standardul de calificare. În procesul de elaborare sunt desfășurate discuții cu angajatorii absolvenților programului de studii, în special instituțiile de cercetare publice și private, prin organizarea de ședințe de focus grup, completarea de chestionare de evaluare a calității pregătirii absolvenților (în perioada stagiilor de practică). Planul de studii a fost consultat cu Ministerul Muncii și Protecției Sociale. Totodată, studenții și absolvenții participă la evaluări a calității predării disciplinelor (prin instrumente de cercetare cantitativă și calitativă), fiind indicate solicitările cu privire la așteptările de la programul de studii. În cadrul ședințelor de departament propunerile sunt analizate împreună cu cadrele didactico-științifice, fiind ulterior operate modificările/ajustările în planul de învățământ de la program.

5. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă.

Absolventa(ul) programului de studii superioare de master, nivel 7 CNC, *Sondaje de opinie, marketing și publicitate*, dispune de competențe necesare realizării sarcinilor de proiectare a cercetărilor prin aplicarea metodelor calitative și cantitative, desfășurare a cercetărilor aplicative privind originea, dezvoltarea, structura, modelele sociale, elaborare a instrumentelor de cercetare, culegere a datelor în teren, determinare a metodelor de prelucrare și analiză avansată a datelor, prelucrarea datelor; elaborare a rapoartelor de cercetare în baza rezultatelor cercetării desfășurate și a recomandărilor privind îmbunătățirea situației, dezvoltarea teoriilor, modelelor și metodelor de interpretare și descriere a fenomenelor sociale; evaluarea rezultatului deciziilor privind politica socială; analiza și evaluarea datelor sociale etc. Deținătorul calificării în domeniul sociologiei poate desfășura: activități de asigurare a managementului unei instituții de cercetare; activități de proiectare și realizare a cercetărilor sociologice; activități de consultanță și asistență în utilizarea datelor cercetărilor sociologice.

Relevanța programului de formare profesională în Sociologie prin programul de master constă în crearea condițiilor optime pentru pregătirea unor specialiști de înaltă performanță, capabili să desfășoare cercetări sociologice interdisciplinare și intradisciplinare aplicative și fundamentale, care să contribuie la trasarea domeniilor de intervenție în vederea dezvoltării sociale.

6. Posibilitățile de angajare a absolvenților; corelate cu CORM și ESCO.

Deținătorul diplomei de master la programul de master *Sondaje de opinie, marketing și publicitate*, poate fi angajat în calitate de:

121301 Coordonator/coordonatoare de proiect

242220 Expert/expertă în politici publice
263206 Cercetător ştiinţific stagiar/cercetătoare ştiinţifică stagiară sociologie
263213 Consultant specialist/consultantă specialistă în domeniul sociologiei
263216 Sociolog/sociologă
212012 Demograf/demografă
242202 Analist/analistă politici publice
243102 Analist/analistă studii de piaţă

Absolvenţii pot activa în cadrul instituţiilor de cercetare sociologică şi de marketing, departamentelor de marketing, de publicitate, întreprinderi economice şi comerciale; direcţiilor/secţiilor de statistică; autorităţilor publice centrale şi locale; în cadrul în organizaţiilor neguvernamentale naţionale şi internaţionale din domeniul social etc.

7. Accesul la studii a titularilor de diplome obţinute după finalizarea respectivului program de studii.

Absolvenţii programului de studii pot să îşi continue formarea academică la ciclul III de studii superioare de doctorat (nivel 8 CNC) sau la programe de formare a adulţilor.

8. Competenţele generale şi profesionale asigurate de programul de studii (lista).

Programul de studii contribuie la obţinerea de competenţe generale şi profesionale, precum:

CG 1. Elaborarea cadrului metodologic de cercetare a fenomenelor sociale.
CG 2. Coordonarea procesului de implementare a proiectelor de cercetare sociologică.
CG 3. Valorificarea datelor în documentele de politici sociale.
CP 1. Dezvoltarea proiectului de cercetare sociologică.
CP 2. Realizarea proiectelor de expertiză socială.
CP 3. Integrarea rezultatelor în politici de dezvoltare socială.

9. Lista rezultatelor învăţării.

Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:
RI1. identifica modalităţile de cercetare intra şi interdisciplinară a fenomenelor sociale.
RI2. dezvolta proiecte de cercetare a fenomenelor sociale.
RI3. elabora reglementări şi proceduri interne de lucru a echipelor de cercetare.
RI 4. implementa proiecte de cercetare în corespundere cu standardele etice.
RI 5. utiliza aplicaţii tehnologice pentru colectarea şi prelucrarea datelor cantitative şi calitative.
RI 6. identifica criterii de validare a cercetărilor.
RI 7. identifica impactul cercetării pentru dezvoltarea social-economică, prin stabilirea de soluţii argumentate la problemele de cercetare posibil de integrat în politici, programe şi strategii sociale.
RI 8. monitoriza modalitatea de utilizare a datelor în dezvoltarea politicilor şi serviciilor.
RI 9. utiliza teoria sociologică şi din domenii conexe în fundamentarea proiectelor de cercetare.
RI 10. dezvolta metodologia de cercetare adecvată studiilor aplicative.
RI 11. planifica activităţi de cercetare sociologică a problemelor sociale.
RI 12. aplica teorii şi modele explicative în dezvoltarea abordărilor metodologice în raport cu scopul şi obiectivele proiectelor de cercetare.
RI 13. realiza activităţi de expertiză, consultanţă şi analitice.
RI 14. evalua decizii politice, ştiinţifice şi tehnice cu impact asupra dezvoltării sociale.
RI 15. monitoriza utilizarea rezultatelor cercetărilor în activităţile practice.
RI 16. identifica riscurile care ar putea afecta calitatea datelor, formulând soluţii pentru depăşirea riscurilor.
RI 17. elabora modele explicative, prin aplicarea metodelor de interpretare şi descriere a fenomenelor sociale.
RI 18. elabora propuneri cu privire la dezvoltarea socială care pot fi integrate în politici publice.

EXPLANATORY NOTE

1. Brief presentation of the master's program profile, as well as of the professional training domain and general field of study

Program title: Opinion Polling, Marketing, and Advertising
Professional training domain: 0314 Sociology
General field of study: 031 Social and Behavioral Sciences
The mission of the master's program Opinion Polling, Marketing, and Advertising is to train highly qualified specialists in public opinion research, advertising analysis, and its role as a component of marketing. The program offers further academic opportunities for graduates from higher education programs in sociology, journalism, communication sciences, social work, political science, law, and other relevant fields.
This master's program addresses current demands in education and research, with a strong focus on integrating sociological research into other social domains. Given the national and European social and political context, there is an urgent need for high-quality theoretical and empirical data, which can only be gathered through sociological investigation. The innovative aspect of the program lies in the sociological understanding of public communication and consumer behavior, using an interdisciplinary approach to explore the mechanisms of emergence, development, organization, and functioning of these social phenomena.

2. Objectives of the study program, including alignment with the university's mission and with international trends in the field

The objectives of the program align with the university's institutional development strategy, focusing on: Continual improvement of the professional training program to meet evolving social demands; Ongoing collaboration between the Department of Sociology and Social Work and the research community and employers, to enhance the training of competent professionals at both national and international levels; Promotion of interest in diverse and complex data related to societal development; Integration of research data into institutional, local, and social development strategies; Attracting quality candidates for doctoral studies.
The curriculum of the Opinion Polling, Marketing, and Advertising master's program is developed based on both national and international challenges, being aligned with similar programs offered by prestigious universities such as: Romania (Universities of Bucharest, Sibiu), United Kingdom (INTO University of Stirling), Sweden (Stockholm University), Italy (Rome Business School), Czech Republic (Charles University in Prague), Lithuania (Vilnius University).
The modernization of the curriculum is achieved through continuous analysis of international trends in the training of professionals and in research of sociological phenomena, with an emphasis on innovative strategies and methods.

3. Assessment of the expectations of the economic and social sectors

The study program is systematically monitored, evaluated, and updated to meet labor market demands, reflect societal transformations, and anticipate emerging social phenomena.
The assessment process of economic and social sector expectations, conducted by the Department of Sociology and Social Work, includes: analysis of the qualification standard approved by Order No. 1671/2023 of the Ministry of Education and Research, especially the competencies and related learning outcomes; application of a variety of evaluation tools, including: surveys assessing the competencies of program graduates; focus groups and in-depth interviews with field specialists; program evaluation questionnaires completed by students; evaluation forms, etc.
The results of these evaluations inform the development of the annual activity plan, as well as curriculum updates, course content revisions, and practical training enhancements.
These activities contribute to improving the quality of professional training and ensure alignment with national and international standards, as well as the demands of the labor market.

4. Consultation of stakeholders in the process of designing the study program (employers, professors, graduates, students, etc.)

The activities that support the design of the study program are guided by the current regulatory framework and aligned with the qualification standard. During the design process, discussions are held with employers of program graduates, especially from public and private research institutions. These include focus group meetings and the completion of evaluation questionnaires regarding the quality of graduate training (particularly during internship periods).
The curriculum has been consulted with the Ministry of Labor and Social Protection. Furthermore, students and graduates participate in evaluations of teaching quality through both quantitative and qualitative

research tools, where they express their expectations regarding the study program. The proposals are then analyzed during departmental meetings with academic staff, and the curriculum is adjusted accordingly.

5. Relevance of the study program to the labor market

Graduates of the master's program Opinion Polling, Marketing, and Advertising (Level 7 EQF/NQF) acquire competencies required to: Design research using quantitative and qualitative methods; Conduct applied research on the origins, development, and structure of social models; Develop research tools and collect field data; Determine data processing methods and conduct advanced data analysis; Draft research reports and formulate policy recommendations based on findings; Develop theories, models, and methods for interpreting and describing social phenomena; Evaluate the outcomes of social policy decisions; Analyze and assess social data.

Holders of a sociology qualification may also: Manage research institutions; Design and conduct sociological studies; Offer consultancy and assistance in applying sociological research data.

The relevance of this master's program lies in creating optimal conditions for training high-performance specialists capable of conducting both applied and fundamental sociological research, contributing to identifying intervention areas for social development.

6. Employment opportunities for graduates (aligned with CORM and ESCO codes)

A graduate with a master's degree in Opinion Polling, Marketing, and Advertising can be employed as:

121301 – Project Coordinator
242220 – Public Policy Expert
263206 – Junior Researcher in Sociology
263213 – Specialist Consultant in Sociology
263216 – Sociologist
212012 – Demographer
242202 – Public Policy Analyst
243102 – Market Research Analyst

Graduates can work in: Sociological and marketing research institutions; Marketing and advertising departments; Economic and commercial enterprises; Public authorities (central and local); National and international NGOs in the social field.

7. Access to further studies for holders of this qualification

Graduates of this master's program can continue their academic development by pursuing:

- *PhD studies (Cycle III, EQF/NQF Level 8);*
- *Adult education and professional development programs.*

8. General and professional competencies ensured by the study program

General competencies (GC):

GC1. Developing methodological frameworks for researching social phenomena;
GC2. Coordinating the implementation of sociological research projects;
GC3. Applying data insights in social policy documents.

Professional competencies (PC):

PC1. Designing sociological research projects;
PC2. Implementing social expertise projects;
PC3. Integrating research results into social development policies.

9. List of learning outcomes

The graduate/candidate awarded the qualification will be able to:

LO1. Identify methods for intra- and interdisciplinary research of social phenomena;
LO2. Develop social research projects;
LO3. Create internal regulations and procedures for research teams;
LO4. Implement research projects in line with ethical standards;
LO5. Use technological tools for collecting and processing quantitative and qualitative data;
LO6. Define validation criteria for research;
LO7. Assess research impact on socio-economic development and propose evidence-based solutions for integration into social policies and strategies;
LO8. Monitor data use in policy and service development;
LO9. Apply sociological and related theoretical foundations to research project design;
LO10. Develop appropriate methodologies for applied studies;
LO11. Plan sociological research activities related to social issues;
LO12. Apply theories and explanatory models to support methodological approaches aligned with project goals;

LO13. Conduct activities in expertise, consultancy, and data analysis;
LO14. Evaluate political, scientific, and technical decisions impacting social development;
LO15. Monitor how research results are used in practice;
LO16. Identify risks affecting data quality and develop strategies to address them;
LO17. Create explanatory models using methods for interpreting and describing social phenomena;
LO18. Propose social development strategies suitable for integration into public policies.

LISTA COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII

Competențe generale și profesionale	**Rezultate ale învățării conform nivelului CNC** ***Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:***
CG 1. Elaborarea cadrului metodologic de cercetare a fenomenelor sociale.	RI1. identifica modalitățile de cercetare intra și interdisciplinară a fenomenelor sociale.
	RI2. dezvolta proiecte de cercetare a fenomenelor sociale.
	RI3. elabora reglementări și proceduri interne de lucru a echipelor de cercetare.
CG 2. Coordonarea procesului de implementare a proiectelor de cercetare sociologică.	RI 4. implementa proiecte de cercetare în corespundere cu standardele etice.
	RI 5. utiliza aplicații tehnologice pentru colectarea și prelucrarea datelor cantitative și calitative.
	RI 6. identifica criterii de validare a cercetărilor.
CG 3. Valorificarea datelor în documentele de politici sociale. CP 1. Dezvoltarea proiectului de cercetare sociologică .	RI 7. identifica impactul cercetării pentru dezvoltarea social-economică, prin stabilirea de soluții argumentate la problemele de cercetare posibil de integrat în politici, programe și strategii sociale.
	RI 8. monitoriza modalitatea de utilizare a datelor în dezvoltarea politicilor și serviciilor.
	RI 9. utiliza teoria sociologică și din domenii conexe în fundamentarea proiectelor de cercetare.
	RI 10. dezvolta metodologia de cercetare adecvată studiilor aplicative.
	RI 11. planifica activități de cercetare sociologică a problemelor sociale.
CP 2. Realizarea proiectelor de expertiză socială.	RI 12. aplica teorii și modele explicative în dezvoltarea abordărilor metodologice în raport cu scopul și obiectivele proiectelor de cercetare.
	RI 13. realiza activități de expertiză, consultanță și analitice.
	RI 14. evalua decizii politice, științifice și tehnice cu impact asupra dezvoltării sociale.
CP 3. Integrarea rezultatelor în politici de dezvoltare socială.	RI 15. monitoriza utilizarea rezultatelor cercetărilor în activitățile practice.
	RI 16. identifica riscurile care ar putea afecta calitatea datelor, formulând soluții pentru depășirea riscurilor.
	RI 17. elabora modele explicative, prin aplicarea metodelor de interpretare și descriere a fenomenelor sociale.
	RI 18. elabora propuneri cu privire la dezvoltarea socială care pot fi integrate în politici publice.

MATRICEA DE CORELARE A COMPETENȚELOR ȘI REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII DIN STANDARDUL DE CALIFICARE CU DISCIPLINELE/MODULELE DIN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT

CORRELATION MATRIX OF THE LEARNING RESULTS, FORMED WITHIN THE PROGRAM WITH THOSE OF THE COURSE UNITS / MODULES

Denumirea disciplinei/modului	**Codul modulului/ disciplinei**	**Nr.de credite de studii**	**Competențe**																	
			Generale								**Profesionale**									
			CG1			**CG2**			**CG3**		**CP1**			**CP2**			**CP3**			
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC																	
			1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
Comunicare și manipulare în mediul social// *Communication and Manipulation in Social Environment*	F.O.01	6	0.5	0.5		0.25	0.25	0.25	0.25		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5			0.5	0.5
Fundamentele marketingului / *Fundamentals of Marketing*	F.O.02	6	1			1			1		1.5				1.5					
Sociologia publicității / *Sociology of Publicity*	F.O.03	6	0.5	0.5		0.5		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5				0.5		0.5
Aplicații statistice în cercetarea sociologică/ *Statistical Applications in Sociological Research*	S.O.04	6	0.5		1	0.5	0.5	0.5								0.5		0.5	1	1
Tehnici de sondare a opiniei publice (Proiect de semestru)/*Polling Techniques (Semester Project)*	S.O.05	6	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.5			0.5				0.5		1	1	1
Sociologia consumului și a cumpărării/ *Sociology of Consumption and Purchasing*	F.O.06	5	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.5			0.5	0.5	0.5				0.5	0.5	0.5
Metode calitative de cercetare a comunicării/ *Qualitative Research Methods of Communication*	S.O.07	6	0.5	0.5		0.5		0.5	0.5	0.5	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.5	0.5		0.5
Marketing politic și analiză electorală/ *Political Marketing and Election Analysis*	S.O.08	6	0.5	0.5		0.5				0.5	0.5	0.5		0.5	0.5	0.5	0.5			1
Relații publice/*Public Relations*	S.O.09	6	0.5						0.5	1	1			1	1	0.5	0.5			
Cercetarea eficienței reclamelor (Proiect de semestru)/*Advertising Effectiveness Research (Semester Project)*	S.O.10	7	0.5	0.5	0.5	0.25	0.5	0.5	0.25	0.25	0.25	0.5	0.5	0.5	0.5			0.5	0.5	0.5
Monitorizare și evaluare în domeniul social în bază de	S.O.11	5	0.25	0.25		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5			0.5			0.5	0.5			0.5

evidențe/*Based-Evidence Monitoring and Evaluation in Social Field*																				
Strategii de organizare a campaniilor publicitare/*Organizational Strategies of Advertising Campaigns*	S.O.12	5				1			1		1				1		1			
Analiza conținutului media/*Media Content Analysis* Design aplicat/ *Applied design*	S.A.13 S.A.14	4	0.25	0.25		0.25	0.25	0.25	0.25		0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25		0.25	0.25	0.5
Managementul proiectului de cercetare/*Management of Research Project*	S.O.15	4	0.25	0.25	0.25	0.25		0.5	0.5		0.5	0.5	0.5					0.5		
Practica de specialitate *Speciality internship*	SP.O.16	12	1	1	1	1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1	1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Practica de cercetare/ *Research internship*	SP.O.17	6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5		0.5			0.5	0.5	0.5				0.5	0.5	0.5
Teza de master/ *Master thesis*		24	2			2	2		2		2	2	2	2		2	1	2	1	2
Total		120	8,75	5,25	3,75	9,5	5,5	4,5	9,25	3,75	8,75	7	6,5	7,5	6,5	6	4,5	7,25	5,75	9,5