

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*

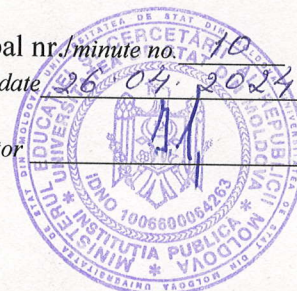
Nr./no _____
din/date _____

APROBAT
APPROVED

La ședința Senatului USM/ *MSU SENATE*

Proces verbal nr./minute no. 10
din/date 26.04.2024

Rector/Rector _____



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

Nivelul calificării conform ISCED/ CNC - 7
Level of Qualification, ISCED -7

Domeniul general de studiu - 032 Jurnalism și informare
General Field of Study - 032 Journalism and Information

Domeniul de formare profesională – 0321 Jurnalism și comunicare
Professional Training Field - 0321 Journalism and communication

Programul de master – Producție video și media promoting
Master Programme - Video products and media promoting

Tipul programului de master – Master profesional (MP)
Master Programme – Professional Master Programme (MP)

Numărul total de credite de studiu -120
Total Number of Credits -120

Titlul obținut la finele studiilor - Master în Științe ale comunicării
Title awarded – Master of Communication Science

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 – Laura Tugarev, doctor, lector

PROGRAMME COORDINATOR:

Şef Departament

Head of Department

Aprobat/Approved by:

Proces verbal nr. 7 din 26.04.2024

Minutes no. 7

APROBAT

APPROVED by

Preşedintele Consiliului Calităţii USM

MSU Quality Assurance

Proces verbal nr. 5 din 25.04.2024

Minute no. _____

APROBAT:

Approved by:

Preşedintele Consiliului

Facultăţii Jurnalism şi Ştiinţe ale Comunicării

Head of the Faculty Council

Decan/Dean V. Bulicanu, dr., conf. univ.

Proces verbal nr. 6 din 26.03.24

Minutes no. 6

CALENDARUL UNIVERSITAR
ACADEMIC CALENDAR

Anul de studii Year of Study	Activități didactice Didactic activities		Sesiuni de examene Exams		Stagii de practică Internships		Vacanțe Vacations		
	Sem. I Semester I	Sem. II Semester II	Sem. I Semester I	Sem. II Semester II	Sem. I Semester I	Sem. II Semester II	Iarnă Winter	Primăvară Spring	Vară Summer
Anul I 1st Year	11.09-22.12 (15 săptămâni) (15 weeks)	28.01-25.05 (15 săptămâni) (15 weeks)	10.01-27.01 (3 săptămâni) (3 weeks)	21.05-09.06 (3 săptămâni) (3 weeks)			24.12-09.01 (2 săptămâni) (2 weeks)	Paște (1 săptămână) Easter (1 week)	25.06-31.08 (10 săptămâni) (10 weeks)
Anul II 2nd Year	11.09-8.11 (10 săptămâni) (10 weeks)		10.01-30.01 (4 săptămâni) (4 weeks)	03.06-29.06 (3 săptămâni) (3 weeks)	19.11-22.12 Practica de specialitate (5 săptămâni) Internship		24.12-09.01 (2 săptămâni) (2 weeks)	Paște (1 săptămână) Easter (1 week)	
Total nr. săpt. Total no. of weeks	25 săptămâni 25 weeks	15 săptămâni 15 weeks	7 săptămâni 7 weeks	6 săptămâni 6 weeks	5 săptămâni 5 weeks		4 săptămâni 4 weeks	2 săptămâni 2 weeks	10 săptămâni 10 weeks

MINIMUM-UL CURRICULAR ÎN DOMENIUL DE FORMARE PROFESIONALĂ
CURRICULAR PREREQUISITE

Cod/Code	Denumirea unității de curs/modulului Course/Module	Număr de ore Number of hours			Numărul de ore pe tipuri de activități Number of hours per type of activity			Forma de evaluare/ Assessment	Nr. ECTS ECTS Credits
		Total ore/Tot al nr. of hours	Contact direct Contact hours	Studiu individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator Laboratory		

F.01.O.01	Bazele jurnalismului Basics of Journalism	180	90	90	30	60		E	6
F.02.O.09	Cadrul relațional instituțional Institutional relational framework	180	90	90	30	60		E	6
F.02.O.10	Legislația în domeniul mediatic-comunicațional Legislation of media-communicational sphere	120	60	60	30	30		E	4
F.04.O.38	Discurs public și persuasiune Public Speaking and Persuasion	120	52	68	26	26		E	4
F.04.O.39	Jurnalism de agenție News agency journalism	120	52	68	26	26		E	4
F.05.O.48	Jurnalism de opinie și comentativ Journalism of opinion and commentary	180	60	120	30	30		E	6

	Total/Total number of Hours	900	404	496	172	232	0	6	30
--	-----------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	---	---	----

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII
STUDY PROCESS PLAN FOR SEMESTERS/YEARS OF STUDIES

Cod Code	Denumirea unității de curs/modulului Course/Module	Total ore Total Number of Hours	Număr de ore Number of hours		Numărul de ore pe tipuri de activități No. of hours per type of activity			Forma de evaluare Assessment	Număr ECTS/ ECTS Credits
			Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator Laboratories		
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
ANUL II/1st YEAR OF STUDY									
SEMESTRUL I/1st Semester									
F.01.O.01	Teorii ale comunicării de masă <i>Mass communication theories</i>	180	45	135	15	30		E	6
F.01.O.02	Documentarul TV <i>TV documentary</i>	180	45	135	15	30		E	6
F.01.O.03	Managementul proiectului de cercetare <i>Research project management</i>	180	45	135	15	30		E	6
F.01.O.04	Studii de piață pentru media promovare <i>Market research for media promoting</i>	180	45	135	15	30		E	6
S.01.O.05	Producție video (Proiect de semestru I) <i>Video production (Semestrial project I)</i>	180	60	120			60	E	6
Total semestrul I/Total number for the 1st semester		900	240	660	60	120	60	5	30
SEMESTRUL II/2nd Semester									
F.02.O.06	Gestionarea publicității media <i>Media advertising management</i>	180	45	135	15	30		E	6
S.02.A.07	Copywriting <i>Copywriting</i>	180	45	135	15	30		E	6
S.02.A.08	Gestiunea strategică a instituțiilor media <i>Strategic management of media institutions</i>								
S.02.A.09	Cultura organizațională a instituției media <i>Organizational culture of the media institution</i>	180	45	135	15	30		E	6
S.02.A.10	Business planul instituției media <i>Media institution business plan</i>	180	45	135	15	30		E	6
S.02.A.11	Produse media integrate <i>Integrated media products</i>								
S.02.A.12	Produse video: genuri și formate <i>Video products: genres and formats</i>	180	60	120			60	E	6
S.02.O.13	Media promovare (Proiect de semestru II) <i>Media promoting (Semestrial project II)</i>								
Total semestrul II/ total number for the 2nd semester		900	240	660	60	120	60	5	30
TOTAL ANUL II/ total number for the 1st year of study		1800	480	1320	120	240	120	10	60

ANUL II/SECOND YEAR									
SEMESTRUL III/3 rd Semester									
S.03.A.14	Multimedia broadcasting <i>Broadcasting multimedia</i>	150	40	110	20	20		E	5
S.03.A.15	Multimedia design <i>Multimedia design</i>								
S.03.A.16	Managementul brandului <i>The brand management</i>	150	40	110	20	20		E	5
S.03.A.17	Imagemaking <i>Imagemaking</i>								
S.03.A.18	Marketingul mass-mediei <i>Mass-media marketing</i>	150	40	110	20	20		E	5
S.03.A.19	Scenariul și regia produselor media <i>Scenario and direction of media products</i>								
S.03.A.20	Tehnologii moderne de promovare <i>Media promotion technologies</i>	150	40	110	20	20		E	5
S.03.A.21	Social media marketing <i>Social media marketing</i>								
Practica de specialitate <i>Internship</i>		300		300				E	10
Total semestrul III/ total number for the 3 rd semester		900	160	740	80	80	0	5	30
SEMESTRUL IV 4 th Semester									
Teza de master <i>Master thesis</i>		900		900					30
Total semestrul IV/ total number for the 4 th semester		900		900					30
TOTAL ANUL III/ total number for the 2 nd year of study		1800	160	1640	80	80	0	5	60
TOTAL program <i>TOTALLY per programme</i>		3600	640	2960	200	320	120	15	120

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII
FINAL EVALUATION

Nr. d/o	Forma de evaluare finală a studiilor <i>Form of final evaluation of the studies</i>	Termene de organizare <i>Period</i>	Nr. ECTS <i>ECTS Credits</i>
1	Teza de master <i>Master thesis</i>	Iunie <i>June</i>	30

STAGIILE DE PRACTICĂ
Internships

Nr. d/o	Tipul stagiului de practică <i>Internships type</i>	An de studii <i>Year</i>	Sem. <i>Semester</i>	Durata <i>Times</i>		Perioada <i>Period</i>	Număr ECTS <i>ECTS Credits</i>
				Săptămâni <i>Weeks</i>	Ore <i>Hours</i>		
1.	Practica de specialitate <i>Internship</i>	II	III	5 săptămâni <i>5 weeks</i>	300 ore <i>300 hours</i>	Noiembrie-decembrie <i>November - december</i>	10
Total <i>Totally</i>				300 ore/hours			10

UNITĂȚILE DE CURS LA LIBERA ALEGERE
ELECTIVES

Cod/Code	Denumire a unității de curs/modulului Course/module title	Număr de ore Number of hours			Număr de ore pe tipuri de activități No. of hours per week			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS ECTS Credits
		Total ore Total nr. of hours	Contact direct Direct contact Year of Study	Studiu individual Individual study					
		ANUL I/I st YEAR OF STUDY							
		SEMESTRUL I/ I st Semester							
S.01.LA.22	Gestiunea trusturilor media Media companies' management	120	60	60	30	30		E	4
		SEMESTRUL II/2 nd Semester							
S.02.LA.23	Producția multimedia Multimedia production	120	60	60	30	30		E	4
		ANUL II/2 nd YEAR OF STUDY							
		SEMESTRUL III 3 rd Semester							
S.03.LA.24	Mediametria Mediametria	120	60	60	30	30		E	4
S.03.LA.25	Producția imaginii digitale Digital image production	120	60	60			60	E	4
Total Totally		480	240	240	90	90	60	4	16

NOTĂ EXPLICATIVĂ
pentru programul de master profesional (MP)
Producție video și media promoting

- 1. Descrierea programului de studii.** În ultimele două decenii, în domeniul jurnalismului s-au înregistrat o serie de fenomene noi, precum convergența mediatică, digitalizarea producției jurnalistice, diversificarea platformelor de diseminare a informației și apariția produselor mediatice online, care au generat modificări substanțiale în conceperea și organizarea proceselor de producție jurnalistice și de distribuire a produselor mediatice finite. Aceste schimbări au impus necesitatea reconceptualizării învățământului superior în domeniul jurnalismului. Gradul de noutate al programului constă în pregătirea specialiștilor de format nou, competitivi pe piața media, care să răspundă noilor provocări ale timpului și cerințelor impuse de angajatori, în special în domenii precum producția video, managementul instituțiilor media, gestionarea proiectelor mediatice și marketingul produselor media.
- 2. Racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu.** Programul va oferi masteranzilor o pregătire aprofundată, de înalt nivel științific, atât în plan teoretic, cât și în plan practico-aplicativ, utilizând cele mai noi metode de predare-învățare, centrate pe student, și activități interactive și participative, aplicate, de regulă, în cadrul prelegerilor și seminariilor, raportate la necesitățile pieței muncii. Elaborarea acestui program se datorează și colaborării cu experți internaționali în domeniul jurnalismului și al comunicării, care participă periodic la mese rotunde, discuții publice, seminarii etc., desfășurate în colaborare cu cadrele didactice de la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, oferind

recomandări pentru îmbunătățirea programelor de studii, prin introducerea disciplinelor care să creeze competențele necesare pentru integrarea reușită a absolvenților pe piața muncii.

3. **Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social (corelat cu standardul de calificare).** Procesul de evaluare și îmbunătățire a programelor de studii la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării este corelat cu angajatorii și reprezentanții pieței muncii, atât din instituții publice, cât și din sectorul privat, care atrag atenția asupra necesității angajării specialiștilor pregătiți corespunzător pentru conceperea și redactarea materialelor jurnalistice specializate pe diverse domenii ale realității.
4. **Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii (angajatori, profesori, absolvenți, studenți etc.).** Numeroase sugestii privind conceperea unui nou program de studii la ciclul II au fost înaintate de angajatori și reprezentanți ai pieței muncii, precum OWH Studio și Telefilm Chișinău, care, în urma colaborărilor cu studenții de la FJȘC în cadrul proiectelor de realizare și prezentare a filmelor documentare *Cronograf* sau *ADAMI*, au solicitat conceperea programului de master profesional „Producție video și media promoting”. Consultările multiple cu studenți, absolvenți și profesori de la FJȘC, în cadrul meselor rotunde, discuțiilor publice, seminariilor etc., au contribuit, de asemenea, la elaborarea acestui program de master.
5. **Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă.** Programul va oferi masteranzilor o pregătire aprofundată, de înalt nivel științific, atât în plan teoretic, cât și în plan practico-aplicativ, utilizând cele mai noi metode de predare-învățare, centrate pe student, și activități interactive și participative, aplicate, de regulă, în cadrul prelegerilor și seminariilor, raportate la necesitățile pieței muncii. Piața muncii va evalua eficiența formării profesionale pe baza rezultatelor stagiilor de practică. Specific unui proces de evaluare, mecanismele de feedback se corelează cu tipurile de evaluare: autoevaluarea, evaluarea internă/auditul intern și evaluarea externă. Criteriile de evaluare sunt formulate pe baza elementelor esențiale din structura Standardului de calificare: competențe, rezultate ale învățării, descriptori de performanță și criterii de atribuire a calificării.
6. **Posibilitățile de angajare a absolvenților.** Absolvenții acestui program de master vor putea urma:
 - carieră managerială în diverse structuri jurnalistice și sisteme mediatice, întrucât vor dobândi competențele necesare pentru conceperea și realizarea noilor proiecte media, elaborarea planurilor strategice și gestionarea producției media, precum și oferirea de consultanță pe probleme strategice de promovare a produselor media (studii de marketing), etc.;
 - o carieră de creație în producția video, la diferite posturi de televiziune, în studiouri de înregistrări video și în agențiile de publicitate, întrucât vor dobândi competențele necesare pentru conceperea și realizarea documentarelor TV, scurtmetrajelor și spoturilor publicitare video.Absolvenții pot activa în câmpul muncii în calitate de:
 - *Comentator economic/comentatoare economică;*
 - *Comentator politic/comentatoare politică;*
 - *Corespondent special/corespondentă specială în țară și străinătate;*
 - *Redactor consultant/redactoare consultant;*
 - *Responsabil/responsabilă de ediție;*
 - *Director/directoare agenție de publicitate (reclamă);*
 - *Manager (șef/șefă) publicitate (reclamă).*
7. **Accesul la studii al titularilor de diplome obținute după finalizarea programului de studii.** Competențele obținute le oferă absolvenților programului de studii posibilitatea de a-și continua studiile la ciclul III – doctorat. Studiile doctorale în domeniul jurnalismului sunt desfășurate, începând cu anul 2015, în cadrul Școlii doctorale de Științe sociale.
8. **Competențele generale și profesionale asigurate de programul de studii (preluat din Standardul de calificare).**

Competențe generale:

 - Operarea cu date și informații specifice domeniului profesional;
 - Elaborarea produselor mediatice și comunicaționale;

- Gestionarea activităților de evaluare a impactului și feedback-ului privind produsele specific domeniului mediatic-comunicațional;
- Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor specifice domeniului.

Competențe profesionale:

- Evaluarea pieței informaționale;
- Gestionarea instituțiilor mediactice;
- Documentarea detaliată în vederea producerii de conținuturi media integrate;
- Crearea conținuturilor media integrate și utilizarea programelor de software în vederea sporirii circuitului informațional;
- Interpretarea evenimentelor și identificarea tehnicilor relevante de explicare a fenomenelor media.

EXPLANATORY NOTE

for the professional Master programme (MP)

Video Products and Media Promoting

1. ***Description of the Study Programme.*** In the last two decades, a number of new phenomena have emerged in journalism, such as media convergence, digitization of journalistic production, diversification of information distribution platforms, and the emergence of online media products, which have led to substantial changes in the conception and organization of journalistic production processes and the distribution of finished media products. These changes have created the need to re-conceptualize higher education in journalism. The degree of novelty of the programme lies in training new, competitive specialists for the media market, capable of meeting the new challenges of the times and the demands of employers, especially in areas such as video production, media management, media projects, and marketing of media products.
2. ***Correspondence of the Study Programme and the contents of the curriculum to international trends in the field.*** The programme will offer master's students in-depth training at a high scientific level, both theoretically and practically, using the latest teaching and learning methods, student-centered and interactive, with participatory activities, typically applied in lectures and seminars, in line with labor market needs. The development of this programme is also supported by international experts in the field of journalism and communication, who regularly participate in round tables, public discussions, seminars, etc., held in collaboration with the faculty at FJȘC. These experts provide recommendations to relevant faculties regarding the improvement of study programmes and the introduction of courses that would create the competencies necessary for the successful integration of graduates into the labor market.
3. ***Evaluation of the expectations of the economic and social sector*** (studying the requirements of the National Qualifications Framework, as well as the European one; analyzing job descriptions from potential employers; evaluating the market through surveys, etc.) The process of evaluating and improving study programmes at FJȘC is closely aligned with employers and representatives of the labor market, both from public and private institutions, who emphasize the need to employ specialists trained to design and write specialized journalistic materials across various fields of reality.
4. ***Partner consulting.*** Numerous suggestions regarding the development of a new second-cycle programme came from employers and labor market representatives, such as OWH Studio and Telefilm Chișinău, which, following collaborations with students from FJȘC in projects for producing and presenting documentary films, such as *Chronograph* and *ADAMI*, requested the implementation of the Professional Master Programme in Video Products and Media Promoting. Multiple consultations with students, graduates, and FJȘC faculty during roundtable events, public discussions, seminars, etc., have also contributed to the development of this master's programme.
5. ***Relevance of the Study Programme to the labor market.*** The programme will offer master's students in-depth training at a high scientific level, both theoretically and practically, using the latest teaching and learning methods, student-centered and interactive, with participatory

activities, typically applied in lectures and seminars, in line with labor market needs. The labor market can assess the effectiveness of vocational training based on the results of internships. Specific to an evaluation process, feedback mechanisms correlate with the types of evaluation: self-assessment, internal assessment/internal audit, and external evaluation. The evaluation criteria are formulated based on the essential structural elements of the Qualification Standard: skills, learning outcomes, performance descriptors, and criteria for awarding qualifications.

6. **Employability.** Graduates of this master's programme will be able to pursue:
 - A managerial career in various journalistic structures and media systems, as they will acquire the necessary skills to design and implement new media projects, develop strategic plans, manage media production, and provide consultancy on strategic issues of media product promotion (e.g., marketing studies);
 - A creative career in video production at various TV stations, video studios, and advertising agencies, as they will acquire the necessary skills to design and produce TV documentaries, short films, and video commercials.

After graduation, holders of a Master's degree in Communication Science will be able to enter the labor market as:

- *Economic commentator;*
- *Political commentator;*
- *Special correspondent, both domestically and abroad;*
- *Editorial consultant;*
- *Editor-in-chief;*
- *Advertising agency director;*
- *Advertising manager.*

7. **Further Training.** The competencies acquired offer graduates the possibility to continue their studies in cycle III – doctoral studies. Doctoral studies in the field of journalism have been offered since 2015 within the Doctoral School of Social Sciences.

8. **General and Professional Competencies.**

General Competencies:

- Operation with data and information specific to the professional field;
- Development of media and communication products;
- Management of impact assessment activities and feedback regarding media-communication products;
- Effective application of digital tools in the process of producing and distributing content specific to the field.

Professional Competencies:

- Evaluation of the information market;
- Management of media institutions;
- Detailed documentation for the production of integrated media content;
- Creation of integrated media content and the use of software programs to enhance the information circuit;
- Interpretation of events and identification of relevant techniques for explaining media phenomena.

**MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII FORMATE ÎN CADRUL
PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS/MODULELOR**
*CORRELATION MATRIX OF THE LEARNING RESULTS FORMED WITHIN THE PROGRAM WITH
THOSE OF THE COURSE UNITS/MODULES*

Codul disciplinei/ Modulului Module/ Cours	Denumirea unității de curs	Nr. de credite ECTS Number of ECTS credits	Rezultatele învățării/Learning results (preluate din Standardul de calificare)																																			
			Rî 1	Rî 2	Rî 3	Rî 4	Rî 5	Rî 6	Rî 7	Rî 8	Rî 9	Rî 10	Rî 11	Rî 12	Rî 13	Rî 14	Rî 15	Rî 16	Rî 17	Rî 18	Rî 19	Rî 20	Rî 21	Rî 22	Rî 23	Rî 24	Rî 25	Rî 26	Rî 27	Rî 28	Rî 29	Rî 30	Rî 31	Rî 32	Rî 33	Rî 34		
F.01.O.01	Teorii ale comunicării de masă Mass communication theories	6	+	+		+			+										+															+				
F.01.O.02	Documentarul TV TV documentary	6		+			+										+		+													+						
F.01.O.03	Managementul proiectului de cercetare Research project management	6	+	+			+		+			+																		+								
F.01.O.04	Studii de piață pentru media promoting Market research for media promoting	6	+	+					+			+						+								+								+				
S.01.O.05	Producție video (Proiect de semestru I) Video production (Semestrial project I)	6	+										+		+													+										
F.02.O.06	Gestionarea publicității media Media advertising management	6	+	+							+		+		+													+										
S.02.A.07	Copywriting Copywriting	6														+												+						+				
S.02.A.08	Gestiunea strategică a instituțiilor media Strategic management of media institutions			+																								+								+		
S.02.A.09	Cultura organizațională a instituției media Organizational culture of the media institution	6		+										+																+							+	

			Rezultatele învățării/Learning results (preluate din Standardul de calificare)																																	
Codul disciplinei/ Modulului Module/ Cours	Denumirea unității de curs	Nr. de credite ECTS Number of ECTS credits	Rî 1	Rî 2	Rî 3	Rî 4	Rî 5	Rî 6	Rî 7	Rî 8	Rî 9	Rî 10	Rî 11	Rî 12	Rî 13	Rî 14	Rî 15	Rî 16	Rî 17	Rî 18	Rî 19	Rî 20	Rî 21	Rî 22	Rî 23	Rî 24	Rî 25	Rî 26	Rî 27	Rî 28	Rî 29	Rî 30	Rî 31	Rî 32	Rî 33	Rî 34
S.02.A.10	Business planul instituției media <i>Media institution business plan</i>																																			
S.02.A.11	Produce media integrate <i>Integrated media products</i>	6																																		
S.02.A.12	Produce: genuri și formate <i>Video products: genres and formats</i>		+													+						+							+							
S.02.O.13	Media promoting (Proiect de semestru II) <i>Media promoting (Semestrial project II)</i>	6	+								+																		+				+			+
S.02.A.14	Multimedia broadcasting <i>Broadcasting multimedia</i>	5																																		
S.02.A.15	Multimedia design <i>Multimedia design</i>		+															+																	+	
S.02.A.16	Managementul brandului <i>The brand management</i>	5																																		
S.02.A.17	Imagemaking <i>Imagemaking</i>		+												+																				+	
S.02.A.18	Marketingul mass-mediei <i>Mass-media marketing</i>	5																																		
S.02.A.19	Scenariul și regia produselor Media		+	+																												+				+

Rezultatele învățării/Learning results (preluate din Standardul de calificare)																																				
Codul disciplinei/ Modulului Module/ Cours	Denumirea unității de curs	Nr. de credite ECTS Number of ECTS credits	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	Rî	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
	Scenario and direction of media products																																			
S.02.A.20	Tehnologii moderne de promovare Media promotion technologies	5			+						+																									
S.02.A.21	Social media marketing Social media marketing																					+														
	Practica specialitate Internship	10			+								+			+	+																			
	Teza de master Master thesis	30	+	+	+		+				+		+							+																+

REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII FORMATE ÎN CADRUL PROGRAMULUI

Rezultatul învățării 1. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua critic datele și informațiile din domeniul jurnalismului și comunicării, pentru a înțelege procesele, tendințele și perspectivele din sfera profesională.*

Rezultatul învățării 2. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate realiza cercetări, studii și expertize în domeniul mediatic-comunicațional și derivatele acestuia cu scopul de a evalua profilul unei entități publice sau private și de a emite unele recomandări.*

Rezultatul învățării 3. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate proiecta activități și elabora produse din domeniul mediatic și cel comunicațional, cu scopul dezvoltării strategice competitive.*

Rezultatul învățării 4. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate aplica cadrul legislativ, normativ și deontologic în domeniu.*

Rezultatul învățării 5. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate demonstra abilități de expertiză în raportarea comparată sau evolutivă a unor fenomene mediatico-comunicaționale specifice.*

Rezultatul învățării 6. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua atitudinea publicului privind produsele jurnalistice și comunicare, pentru a estima impactul și efectele asupra consumatorului.*

Rezultatul învățării 7. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate utiliza programe de software specifice noilor media, cu scopul eficientizării procesului de lucru.*

Rezultatul învățării 8. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate monitoriza impactul și efectele conținuturilor în spațiul mediatic real și cel virtual.*

Rezultatul învățării 9. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate examina și evalua piața informațională, cu scopul stabilirii potențialelor avantaje dar și a factorilor de risc.*

Rezultatul învățării 10. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate aprecia activitatea instituțiilor media tradiționale și a noilor media, prin prisma respectării cadrului legislativ și normativ în domeniu.*

Rezultatul învățării 11. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate dezvolta propriile strategii de gestionare a instituțiilor, subdiviziunilor media, aplicând practici internaționale.*

Rezultatul învățării 12. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate identifica propriile tehnici de promovare a unei instituții media, cu scopul asigurării vizibilității și obținerii încrederii publicului.*

Rezultatul învățării 13. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate colecta și examina informații privind subiectele de interes public, utilizând bazele de date oficiale, care oferă informații structurate și triate.*

Rezultatul învățării 14. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate aprecia calitatea produsului media prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu, aprobate la nivel național și internațional.*

Rezultatul învățării 15. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate întreprinde acțiunile necesare pentru crearea conținuturilor media integrate.*

Rezultatul învățării 16. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate identifica formatul potrivit mediului de informare, adaptând materialele la specificul canalelor multimedia.*

Rezultatul învățării 17. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate utiliza eficient instrumente digitale în procesul de distribuire a conținuturilor media integrate, aplicând softuri speciale cu scopul sporirii audienței.*

Rezultatul învățării 18. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate întreprinde acțiunile necesare, având drept scop interpretarea multiaspectuală a evenimentelor și generarea de soluții în situații de criză.*

Rezultatul învățării 19. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate stabili tehnici interdisciplinare cu aplicabilitate înaltă în vederea explicării fenomenelor media.*

Rezultatul învățării 20. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate utiliza programe specifice în scopul redării grafice a unui conținut informațional complex.*

Rezultatul învățării 21. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate analiza procesul de comunicare, fluxurile și mediile de comunicare internă și externă.*

Rezultatul învățării 22. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate dezvolta strategii de comunicare instituțională bazate pe expertiză și inovare.*

Rezultatul învățării 23. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate proiecta activitățile entității profesionale, elaborând direcții de comunicare cu publicul, pentru a construi o relație solidă și sănătoasă cu mediul extern.*

Rezultatul învățării 24. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate coordona procedurile de interacțiune eficientă cu mass-media și alte entități.*

Rezultatul învățării 25. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării realizează acțiuni și evenimente speciale în domeniul comunicării, cu scopul de a lansa sau promova anumite servicii produse sau campanii.*

Rezultatul învățării 26. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate elabora activități și produse de comunicare și PR.*

Rezultatul învățării 27. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua situația actuală, cercetând și diagnosticând problemele de comunicare.*

Rezultatul învățării 28. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate selecta strategia relevantă în vederea realizării procesului de consultanță.*

Rezultatul învățării 29. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate aplica tehnici de mediere în interiorul instituției și între instituție și entitățile din mediul extern.*

Rezultatul învățării 30. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate elabora produse publicitare, pentru a promova anumite produse, servicii, instituții.*

Rezultatul învățării 31. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate proiecta, planifica și desfășura campanii de publicitate și branding/rebranding cu scopul de a crește notorietatea și recunoașterea brandului.*

Rezultatul învățării 32. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate elabora expertize în baza datelor colectate și analizate cu scopul de a identifica noile paradigme de construire a brandului.*

Rezultatul învățării 33. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate integra activitățile comunicaționale și de publicitate în mixul comunicațional.*

Rezultatul învățării 34. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate distribui și profila recomandări în vederea îmbunătățirii activităților și produselor de comunicare, PR și publicitate.*