

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. _____
din/date 18. 03. 2023

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

codul și denumirea **Domeniului general de studiu – 031 Științe sociale și comportamentale**
Code and title General Field of Study – 031 Social and behavioural sciences

codul și denumirea **Domeniului de formare profesională – 0314 Sociologie**
Code and title Professional Training Field – 0314 Sociology
denumirea **Programului de master – Sondaje de opinie, marketing și publicitate**
title Master Programme – Polls, Marketing and Advertising

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

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

Departamentul Sociologie și Asistență Socială

PROGRAMME COORDINATOR

*APPROVED by Department of Sociology
and Social Work*

S. J.
PV nr. 5 din 13.02.2023

APROBAT

Consiliul Calității USM

MSU Quality Assurance

Proces verbal nr. 4

Minute no.

Din/date 24.03.2023



APROBAT

Președintele Consiliul Facultății Psihologie

și Științe ale Educației, Sociologie și Asistență Socială

Approved by

Head of the Faculty Council Psychology

and Education Sciences, Sociology and Social Work

V. Guțu, dr.hab., prof.univ.

V. Guțu
Proces verbal nr. 5 din 22.03.2023

Minutes no. 5

CALENDARUL UNIVERSITAR

ACADEMIC CALENDAR

Anul de studii <i>Year of study</i>	Activități didactice <i>Course Calendar</i>		Sesiuni de examene <i>Examinations</i>		Stagii de practică <i>Internships</i>	Vacanțe <i>Holidays</i>		
	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II		Iarnă <i>Winter</i>	Primăvară <i>Spring</i>	Vară <i>Summer</i>
I	10.09- 21.12 (15 săptămâni 15 weeks)	29.01- 17.05 (15 săptămâni 15 weeks)	15.01- 26.01 (2 săptămâni 2 weeks)	20.05-7.06 (3 săptămâni 3 weeks)		24.12-05.01 (2 săptămâni 2 weeks)	15.04-21.04 (1 săptămână 1 weeks)	10.06-30.08 (13 săptămâni 13 weeks)
II	10.09-16.11 (10 săptămâni 10 weeks)		15.01- 26.01 (2 săptămâni 2 weeks)		19.11- 21.12 (5 săptămâni 5 weeks)	24.12-05.01 (2 săptămâni 2 weeks)	15.04-21.04 (1 săptămână 1 weeks)	
Total nr. săpt./ <i>Total no. weeks</i>	25	15	4	3	5	4	2	12

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Cod Code	Denumirea unității de curs/modulului <i>Course / Module</i>	Număr de ore <i>No. of Hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>No. of hours</i>			Forma de evaluare <i>Assessment</i>	Nr. ECTS. <i>ECTS Credits</i>
		Total <i>Total</i>	Contact direct <i>Contact Hours</i>	Studiu individual <i>Independent Work</i>	Curs <i>Course</i>	Seminar <i>Seminar</i>	Practice/ de laborator <i>Laboratories</i>		
ANUL I / 1st YEAR OF STUDY									
Semestrul II / 1st semester									
F.01.O.01	Comunicare și manipulare în mediul social// <i>Communication and Manipulation in Social Environment</i>	180	45	135	30	15		Exam.	6
F.01.O.02	Fundamentele marketingului / <i>Fundamentals of Marketing</i>	180	45	135	30	15		Exam.	6
S.01.O.03	Tehnici de sondare a opiniei publice// <i>Polling Techniques</i>	180	45	135	30	15		Exam.	6
S.01.O.04	Aplicații statistice în cercetarea sociologică/ <i>Statistical Applications in Sociological Research</i>	180	45	135	30	15		Exam.	6
F.01.O.05	Sociologia publicității (Proiect de semestru)// <i>Sociology of Publicity (Semester Project)</i>	180	60	120	-	60		Exam.	6
Total semestrul II / Total number for the 1st semester		900	240	660	120	120		5	30
Semestrul II / 2nd semester									
S.02.O.06	Metode calitative de cercetare a comunicării// <i>Qualitative Research Methods of Communication</i>	180	45	135	15	30		Exam.	6
F.02.O.07	Sociologia consumului și a cumpărării// <i>Sociology of Consumption and Purchasing</i>	180	45	135	30	15		Exam.	6
S.02.O.08	Marketing politic// <i>Political Marketing</i>	180	45	135	30	15		Exam.	6
F.02.O.09	Relații publice// <i>Public Relations</i>	180	45	135	30	15		Exam.	6
S.02.O.10	Cercetarea eficienței reclamelor (Proiect de semestru)// <i>Advertising Effectiveness Research (Semester Project)</i>	180	60	120	-	60		Exam.	6
Total semestrul II / Total number for the 2nd semester		900	900	240	660	105	135	5	30
TOTAL ANUL I / TOTAL number per the 1st YEAR		1800	1800	480	1320	225	255	10	60
ANUL II / 2nd YEAR									
Semestrul III / 3rd semester									

S.03.O.11	Monitorizare și evaluare în domeniul social în bază de evidențe/ <i>Based-Evidence Monitoring and Evaluation in Social Field</i>	150	40	110	20	20		Exam.	5
S.03.O.12	Strategii de organizare a campaniilor publicitare// <i>Organizational Strategies of Advertising Campaigns</i>	150	40	110	20	20		Exam.	5
S.03.A.13/ S.03.A.14	Analiză electorală/ <i>Election Analysis</i> Design aplicat/ <i>Applied design</i>	150	40	110	20	20		Exam.	5
S.03.O.15	Managementul proiectului de cercetare// <i>Management of Research Project</i>	150	40	110	20	20		Exam.	5
Practica de specialitate/ <i>Internship</i>		300		300				Exam.	10
Total semestrul III/ <i>Total number for the 3rd semester</i>		900	160	740	80	80		5 Exam.	30
Semestrul IV/ <i>4th semester</i>									
Teza de master/ <i>Master Thesis</i>		900		900					30
Total semestrul IV/ <i>Total number for the 4th semester</i>		900		900					30
TOTAL ANUL III/ <i>TOTAL number for the 2nd YEAR</i>		1800	160	1640	80	80		4	60
TOTAL program/ <i>TOTAL for program</i>		3600	640	2960	305	335		14	120

STAGIILE DE PRACTICĂ/INTERNSHIPS

Nr. No	Tipul stagiului de practică <i>Type of internship</i>	An de studii <i>Year</i>	Semestru <i>Semester</i>	Durata (nr.săpt./nr.ore) <i>Length (nr. of weeks/nr. of hours)</i>	Perioada desfășurării <i>Period</i>	Nr. ECTS <i>ECTS Credits</i>
1.	Practica de specialitate / <i>Internship</i>	II	III	5 / 300	Noiembrie- Decembrie <i>November- December</i>	10

UNITĂȚILE DE CURS/MODULELE LA LIBERĂ ALEGERE/ ELECTIVE COURSES/MODULES

Cod Code	Denumirea unității de curs/modulului Course / Module	Număr de ore No. of Hours			Număr de ore pe tipuri de activități No. of hours			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS ECTS Credits
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent Work	Curs Course	Seminar Seminar	Practice/ de laborator Laboratories		
Anul I/sem.II Year I/2 nd Semester									
S.01.LA.16	Aspecte etice și juridice în cercetarea socială// Ethical and Legal Aspects in Social Research	90	45	45	30	15	0	Exam.	3
S.01.LA.17	Comunicarea în marketing// Communication in Marketing	90	45	45	30	15	0	Exam.	3
Anul II/sem.IV Year II/4 th Semester									
S.02.LA.18	Studii de piață// Market Studies	60	60	30	15	15	0	Exam.	2
S.02.LA.19	Metode de cercetare a politicilor publice// Public Policy Research	60	60	30	15	15	0	Exam.	2

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII/FINAL EVALUATION

Nr. No	Examenul de master/ <i>Final Evaluation</i>	Termene de organizare/ <i>Terms of organization</i>	Nr. ECTS <i>ECTS Credits</i>
1.	Susținerea tezei de master / <i>Thesis Defence</i>	Iunie/ <i>June</i>	30

**MINIMUM CURRICULAR
CURRICULAR PREREQUISITE**

Cod Code	Denumirea unității de curs/modulului Course / Module	Număr de ore No. of Hours			Număr de ore pe tipuri de activități No. of Hours			Form a de evalu are Asses ment	Nr. EC TS ECT S Cred its
		Total The total number	Contact direct Direct contact	Lucru indivi- dual Individual work	Curs Course	Seminarii Seminar	Laborator Laboratories		
F.01.O.01	Sociologie generală // <i>General sociology</i>	180	60	120	30	30	0	Exam.	6
S.01.O.04	Cadrul legislativ în domeniul social // <i>Legislative framework in social field</i> 1. Cadrul normativ și instituțional de reglementare a domeniului social/ <i>Normative and institutional framework of regulating social field</i> 2. Abordări bazate pe drepturile omului/ <i>Human-rights based approaches</i>	180	90 45 45	90 45 45	45 30 15	45 30 15		Exam	6
F.02.O.08	Deontologia profesională/ <i>Professional Ethics</i>	180	90	90	45	45	0	Exam.	6
F.03.O.17	Metode cantitative de cercetare a fenomenelor sociale/ <i>Quantitative Methods of Social Phenomena Research</i>	180	90	90	45	45	0	Exam.	6
F.04.O.28	Metode calitative de cercetare a fenomenelor sociale/ <i>Qualitative Methods of Social Phenomena Research</i>	180	78	102	39	39	0	Exam.	6
	Total	900	408	492	204	204	0	⁵ Exam.	30

**MATRICEA CORELĂRII FINALITĂȚILOR DE STUDII (COMPETENȚE) ALE PROGRAMULUI CU
UNITĂȚILE DE CURS/MODULE**
COMPLIANCE OF PROGRAMME LEARNING OUTCOMES (COMPETENCES) WITH COURSES /MODULES

Denumirea disciplinei Course / Module	Cod/Code	Nr. credite Number of credits ECTS	Finalități de studii / Competențe specifice Study finalities/Specific competences							
			C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
Comunicare și manipulare în mediul social// <i>Communication and Manipulation in Social Environment</i>	F.01.O.01	6	+				+	+		+
Fundamentele marketingului / <i>Fundamentals of Marketing</i>	F.01.O.02	6		+	+			+		+
Tehnici de sondare a opiniei publice/ <i>Polling Techniques</i>	S.01.O.03	6	+	+		+	+	+		+
Aplicații statistice în cercetarea sociologică/ <i>Statistical Applications in Sociological Research</i>	S.01.O.04	6	+	+		+	+	+	+	+
Sociologia publicității (Proiect de semestru)/ <i>Sociology of Publicity (Semester Project)</i>	F.01.O.05	6	+	+				+		+
Metode calitative de cercetare a comunicării// <i>Qualitative Research Methods of Communication</i>	S.02.O.06	6	+	+		+	+	+	+	+
Sociologia consumului și a cumpărării/ <i>Sociology of Consumption and Purchasing</i>	F.02.O.07	6	+	+	+			+		+
Marketing politic// <i>Political Marketing</i>	S.02.O.08	6			+			+		+
Relații publice// <i>Public Relations</i>	F.02.O.09	6		+				+		+
Cercetarea eficienței reclamelor (Proiect de semestru)// <i>Advertising Effectiveness Research (Semester Project)</i>	S.02.O.10	6	+	+		+		+		+
Monitorizare și evaluare în domeniul social în bază de evidențe// <i>Based-Evidence Monitoring and Evaluation in Social Field</i>	S.03.O.11	5		+		+	+	+	+	+
Strategii de organizare a campaniilor publicitare// <i>Organizational Strategies of Advertising Campaigns</i>	S.03.O.12	5	+					+		+
Analiză electorală/ <i>Election Analysis</i>	S.03.A.13	5			+			+		+
Design aplicat/ <i>Applied design</i>	S.03.A.14									
Managementul proiectului de cercetare// <i>Management of Research Project</i>	S.03.O.15	5	+			+	+	+		+

FINALITAȚILE DE STUDIU ȘI COMPETENȚE

Finalitățile de studiu se vor realiza prin valorificarea conținutului unităților de curs, dar și prin valorificarea activităților de predare-învățare-cercetare-evaluare. Programul va contribui la atingerea următoarelor competențe:

- de a conceptualiza, organiza și desfășura campanii sociale,
- de a aplica metodologia de cercetare cantitativă și calitativă în studierea comunicării și a opiniei publice,
- de a demonstra capacități de analiză intra și interdisciplinară a opiniei publice,
- de a elabora proiecte de cercetare,
- de a dezvolta recomandări pentru soluționarea diverselor problemelor de cercetare și de dezvoltare a instrumentelor de marketing social,
- de a coopera în echipe de cercetare și de lucru.

Finalitățile procesului de formare profesională prin programul de master *Sondaje de opinie, marketing și publicitate* sunt:

1. Organizarea, desfășurarea și evaluarea campaniilor sociale/de comunicare, programelor și serviciilor din perspectiva impactului social.
2. Capacitatea de a acționa inovativ și autonom pentru dezvoltarea propunerilor și recomandărilor în baza dovezilor de îmbunătățire a programelor, serviciilor, comunicării publice, a mecanismelor de marketing social, a unei instituții sociale.
3. Elaborarea instrumentelor de marketing social pentru diverși actori relevanți (partide politice, ONG-uri etc.).
4. Coordonarea și elaborarea design-urilor de cercetare/proiecte de cercetare în echipe naționale și internaționale, intra și interdisciplinare.
5. Coordonarea cercetărilor aplicative în vederea determinării stării de evoluție a opiniei publice și comunicării și a impactului acestora asupra dezvoltării și sustenabilității sistemului social.
6. Asumarea unui nivel înalt de responsabilitate în stabilirea strategiei de cercetare și în evaluarea metodelor și a instrumentelor de cercetare socială, prin propunerea de noi modalități de aplicare în cercetarea concretă.
7. Prelucrarea avansată a datelor cercetărilor empirice, inclusiv prin aplicarea de soft-uri specializate, analiza și interpretarea datelor pentru elaborarea modelelor teoretico-explicative.
8. Elaborarea rapoartelor analitice narative prin triangularea surselor de date și comunicarea rezultatelor cercetărilor desfășurate publicului larg sau comanditarilor.

FINALITIES OF THE STUDY PROGRAM

The study qualifications/skills will be achieved by capitalizing the course contents and capitalizing on the learning-research- evaluation activities. The program will help to achieve the following specific skills:

- to conceptualize, organize and conduct social campaigns,
- to apply the quantitative and qualitative research methodology to study communication and public opinion,
- to demonstrate the capacity for intra- and interdisciplinary analysis of public opinion,
- to draw up research projects,
- to develop recommendations for solving the various researched problems and development of social marketing tools,
- to cooperate in research and work teams.

The study finalities/outcomes of the master program are:

1. Ability to organize, to conduct and evaluate social/communication campaigns, programs and services from the perspective of social impact.
2. Ability to act innovatively and autonomously for the development of proposals and recommendations for improving public communication and social marketing mechanisms of a company or social institution.
3. Ability to develop social marketing tools for various relevant actors (political parties, NGOs, etc.).
4. Ability to coordinate and develop research designs / research projects in national and international, intra and interdisciplinary teams.
5. Coordination of applied research in order to determine the status-quo of public opinion and communication and their impact on the development and sustainability of the social system.
6. Ability to assume a high level of responsibility in establishing the research strategy and in evaluating the methods and tools of social research, by proposing new ways of application in concrete project research.
7. Advanced processing of empirical research data, including through the application of specialized software, analysis and interpretation of data for the elaboration of theoretical-explanatory models.
8. Ability to develop analytical narrative reports by triangulating the data sources and presenting the research results to the general public or to the sponsors.

NOTA EXPLICATIVĂ

1. Descrierea programului de studii

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

Misiunea programului de studii *Sondaje de opinie, marketing și publicitate* este de a forma specialiști cu înaltă calificare în studiul opiniei publice, în cercetarea și analiza publicității, ca element al marketingului, oferind posibilitatea continuării studiilor pentru absolvenții sistemului învățământului superior din domeniul sociologie, jurnalism, științele comunicării, asistenței sociale, politologiei, dreptului și a altor categorii de specialiști. Programul de master răspunde exigențelor contemporane în domeniul educației și cercetării, cu accent deosebit pe integrarea domeniului de cercetare sociologică în alte domenii sociale. Exigențele spațiului social și politic național și european postulează necesitatea acută de informații teoretico-empirice de calitate, informații ce pot fi obținute doar prin intermediul cercetării sociologice. Noutatea programului de master rezidă în necesitatea cunoașterii sociologice a comunicării publice și a comportamentelor de consum, prin abordarea interdisciplinară a mecanismelor de apariție, dezvoltare, organizare și funcționare a acestor fenomene sociale.

2. Cunoștințele, abilitățile și competențele asigurate de programul de studii

Programul de master *Sondaje de opinie, marketing și publicitate*, prin planul de învățământ și setul curricular, contribuie la formarea profesioniștilor în spiritul standardelor și tendințelor naționale și internaționale în materie de cercetare sociologică. Planul de învățământ al programului de master este axat pe prezentarea într-un mod consistent și aprofundat, a metodelor și tehnicilor de cercetare a opiniei publice, a publicității; analiza comunicării; strategiilor de manipulare și organizarea campaniilor de publicitate; a analizelor electorale și a comportamentului de vot al alegătorilor. Programul se axează pe formarea competențelor generice, precum:

1. Analiza și sinteza direcțiilor de evoluție a sistemelor sociale, economice, culturale în vederea sesizării complexității acestora;
2. Aplicarea paradigmatelor sociologice în explicarea fenomenelor și proceselor sociale;
3. Utilizarea de soft-uri specializate în prelucrarea, analiza și interpretarea datelor;
4. Elaborarea proiectelor, propunerilor, recomandărilor în scopul îmbunătățirii situației social-economice;
5. Fortificarea abilităților de analiză, evaluare, comunicare și coordonare;
6. Redactarea materialelor științifice în limba maternă și într-o limbă străină;
7. Comunicarea și relaționarea cu cercetători din țară și de peste hotare.

Diversele activități (didactice, metodice, științifice, de implementare a proiectelor, ș.a.) desfășurate în cadrul Departamentului de Sociologie și Asistență Socială sunt orientate spre modernizarea curriculară și asigurarea unui învățământ de calitate în domeniul Sociologiei, centrat pe formarea competențelor de cercetare sociologică a fenomenelor și proceselor sociale asigurându-se abordarea interdisciplinară a acestora.

3. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității

Obiectivele programului corespund strategiei instituționale de dezvoltare prin: sporirea continuă a calității programului de formare profesională raportat la noile exigențe sociale; permanenta conlucrare a Departamentului de Sociologie și Asistență Socială cu comunitatea cercetătorilor și 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.

În elaborarea prezentului program de studii s-a ținut cont și de politica internă de asigurare a calității al USM. Coordonarea proceselor de evaluare și asigurare a calității este realizată de Senatul USM; de Consiliul Calității și de Secția Managementul Calității; de Comisiile de asigurare a calității la nivel de facultate. Departamentul de Sociologie și Asistență Socială asigură nemijlocit calitatea procesului de formare profesională și este responsabil de eficiența acestui proces.

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

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.

5. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Programul 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 cerințelor Cadrului Calificărilor la nivel național și european, 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 absolvenți, 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 pieței muncii.

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

În vederea elaborării prezentului program de studii au avut loc consultări cu studenții, absolvenții și cadrele didactice ale Departamentului de Sociologie și Asistență Socială, precum și consultări cu angajatorii din cadrul instituțiilor de cercetare publice și private, agenții de publicitate, reprezentanții autorităților publice centrale (Biroul Național de Statistică, Ministerului Educației și Cercetării ș.a.). Fortificarea aspectelor de monitorizare, evaluare și luare a deciziilor în baza de evidențe a fost realizată cu suportul proiectului „Date pentru Impact”, implementat de USM cu suportul Palladium International LLC.

7. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă

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 aplicative și fundamentale, care să contribuie la trasarea domeniilor de intervenție în vederea dezvoltării sociale.

8. Posibilitățile de angajare a absolvenților

Absolvenții programului se pot angaja în calitate de cercetător științific /cercetătoare științifică în sociologie (263210), cercetător științific/cercetătoare științifică în științe comportamentale (263211), sociolog/sociologă (263216), profesor universitar/profesoară universitară și asimilați/asimilate (2310), analist/analistă politici publice (242202), analist/analistă studii de piață (243102), analist/analistă în publicitate și marketing (243101), manager marketing (122106), manager în publicitate și marketing (243105), coordonator/re de proiect (121301), manager de proiect (121308). Absolvenții pot activa în cadrul instituțiilor de cercetare sociologică și de marketing, departamentelor de marketing, de publicitate, întreprinderi economice și comerciale; autorităților publice centrale și locale; în cadrul în organizațiilor neguvernamentale naționale și internaționale din domeniul social etc.

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

Absolvenții programului de studii pot să își continue formarea academică prin studii la Ciclul III Doctorat în domeniul general de studii 031 Științe sociale și comportamentale.

Explanatory note

1. The description of study program

Master Programme Profile Polls, Marketing and Advertising / Professional Training Field 0314 Sociology / General Field of Study 031 Social and Behavioral Sciences

The mission of the study program Polls, Marketing and Advertising is to train highly qualified specialists in the study of public opinion, in research and analysis of advertising, as an element of marketing, offering the possibility to continue the studies for graduates in the field of sociology, journalism, communication sciences, social work, political sciences, law and other categories of specialists. The master's program responds to contemporary demands in the field of education and research, with a special focus on integrating the field of sociological research into other social fields. The demands of the national and European social and political space postulate the acute need for quality theoretical-empirical information that can only be obtained through sociological research. The novelty of the master's program lies in the need for sociological knowledge of public communication and consumption behaviors, through the interdisciplinary approach of the mechanisms of appearance, development, organization and functioning of these social phenomena.

2. Knowledge, abilities and competencies/skills assured by study program

The master's program Polls, Marketing and Advertising, through the curriculum and the curricular set, contributes to the training of professionals in the spirit of national and international standards and trends in sociological research. The curriculum of the master's program is focused on presenting in a consistent and in-depth way, the

methods and techniques of researching public opinion, publicity; communication analysis; strategies for handling and organizing advertising campaigns; electoral analysis and voting behavior of voters. The program focuses on the development of generic competencies, such as:

1. Analysis and synthesis of the evolution directions of social, economic, cultural systems in order to identify their complexity;
2. Application of sociological paradigms in explaining social phenomena and processes;
3. Use of specialized software in data processing, analysis and interpretation;
4. Development of projects proposals, recommendations in order to improve the social-economic situation;
5. Development of analysis, evaluation, communication and coordination skills;
6. Writing scientific materials in the native tongue and in a foreign language;
7. Communication and relationship with national and international researchers.

Various activities (learning, methodical, scientific, related to project implementation, etc.) have been conducted within the Department of Sociology and Social Work in order to modernize the curriculum and to ensure quality education in the field of Sociology, focused on the development of skills for social phenomena and processes analysis and research.

3. The objectives of study program, including compliance with the institutional development strategy

The objectives of the program are in line with the institutional development strategy by ensuring the following: continuously increasing the quality of the training program in relation to the new social requirements; the permanent collaboration of the Sociology and Social Work Department with the researchers and employers community, on raising the concerns of development of qualified sociologists at national and international level; promoting the interest for multiple and complex data regarding the society development; integrating research data into institutional, local and social development strategies; involvement of the candidates to higher quality Bachelor degrees.

The program is designed in line with the institutional strategy and explicitly includes the expected learning results. The coordination of quality assessment and quality assurance processes is carried out by the University Senate; the Quality Council and the Quality Management Section; and by the quality assurance Committees at the faculty level. The Department of Sociology and Social Work directly ensure the quality of the initial learning process and is responsible for the efficiency of this process.

4. Connecting the study program and the contents of the curriculum to the international trends in the field

The study program 0314.1 Sociology and the curricula contents are developed basis on national and international issues and context, being connected to similar programs developed by renowned universities from countries, such as: Romania (Universities from Bucharest, Sibiu), United Kingdom (INTO University of Stirling), Sweden (Stockholm University), Italy (Rome Business School), Czech Republic (Charles University), Lithuania (Vilnius University).

The modernization of the study plan is achieved through the continuous analysis of the tendencies at the international level in the training of the professionals in the field and in the research of the phenomena from the application of the innovative strategies and methods.

5. The assessment of the economic and social sector expectations

The program is monitored, evaluated and systematically updated in order to respond to the demands of the labor market, to reflect the tendencies of the transformation of the society and anticipation of social phenomena. The exercise of evaluation of the demands and expectations of the social-economic sector, carried out within the Department of Sociology and Social Work, consists in analyzing the requirements of the Qualifications Framework at national and European level, applying a variety of assessment tools: questionnaires to evaluate the competences of graduates trained within study program, focus groups and in-depth interviews with specialists in the field, questionnaires for evaluation of the study program by graduates, evaluation sheets, etc. As a result, the subsequent activities are outlined, which are the basis for the elaboration of the activity plan for the next academic year, as well as the changes in the curriculum, curriculum, internships. The development of the respective activities contributes to the increase of the quality of the vocational training process, thus ensuring national and international training standards, as well as the demands of the labor market.

6. The consultation of partners in the process of development of study program (employers, graduates, teachers, students)

In order to develop this study program, the students, graduates and teachers of the Sociology and Social Work Department have been consulted. Also, have been organized consultations with employers from the public and private research institutions, advertising agencies, representatives of Central Public Authorities (National Bureau of Statistics, Ministry of Education, Culture and Research, etc.). The strengthening of the aspects of based-evidence monitoring, evaluation and decision-making was carried out with the support of the "Data for Impact" project, implemented by MSU with the support of Palladium International LLC.

7. The relevance of the study program for labor market

The relevance of the study program in Sociology at the master program is to create the optimum conditions for the training of high-performance specialists, capable to carry out applied and fundamental sociological interdisciplinary researches, which will contribute to the identification of the areas of intervention for social development.

8. Employability

Graduates of the program can be employed as a scientific researcher in sociology (263210), scientific researcher in behavioral sciences (263211), sociologist (263216), university professor and similar (23), public policy analyst (242202), market research analyst (243102), advertising and marketing analyst (243101), marketing manager (122106), advertising and marketing manager (243105), coordinator project (121301), project manager (121308). Graduates can work within sociological and marketing research companies, advertising departments and also within economic and commercial agencies; central and local public authorities; within national and international non-governmental organizations in the social field etc.

9. Postgraduate education

Graduates of the program may continue their studies at Ph.D. programs (third Cycle) in the area of general field of study 031 Social and Behavioral Sciences.