

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII
ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII
MOLDOVA

APROBAT: _____

Senatul USM din

„30” august 2017

Proces verbal nr. 1



COORDONAT: _____

„_____” _____ 2017

Nr. de înregistrare a planului de
învățământ _____

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Nivelul calificării conform ISCED – 6

Domeniul general de studiu – 032 Jurnalism și informare

Domeniul de formare profesională – 0321 Jurnalism și comunicare

Specialitatea – 0321.2 Comunicare și relații publice

Numărul total de credite de studiu – 180

Titlul obținut – licențiat în jurnalism și informare

*Baza admiterii – diplomă de bacalaureat sau un act echivalent de studii;
diploma de studii superioare*

Limba de instruire – română

Forma de organizare a învățământului – cu frecvență

CHIȘINĂU, 2017

Elaborat:

Departament Comunicare și Teoria Informării

Șef Departament și/sau Responsabil de program

dr., conferențiar universitar Valentin Dorogan

Aprobat:

**Consiliul Facultății Jurnalism și Științe ale
Comunicării**

„___” _____ 2017

Decan

dr.hab., conf. universitar Georgeta Stepanov

Calendarul universitar / graficul procesului de studii

Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de examene		Stagii de practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II		Iarnă	Primăvară	Vară
I	01.09-14.12 (15 săptămâni)	30.01-20.05 (15 săptămâni)	15.12-23.12 09.01-28.01 (4 săptămâni)	22.05-10.06 (3 săptămâni)	12.06-24.06 Practica de inițiere în specialitate (2 săptămâni)	24.12-08.01 (2 săptămâni)	Paște (1 săptămână) 17-24 aprilie	26.06-31.08 (10 săptămâni)
II	01.09-14.12 (15 săptămâni)	30.01-06.05 (13 săptămâni)	15.12-23.12 09.01-28.01 (4 săptămâni)	22.05-10.06 (3 săptămâni)	08.05-20.05 Practica de specialitate (2 săptămâni)	24.12-08.01 (2 săptămâni)	Paște (1 săptămână) 9-16 aprilie	26.06-31.08 (10 săptămâni)
III	01.09-14.12 (15 săptămâni)	09.01-25.02 (7 săptămâni)	15.12-30.12 (2 săptămâni)	27.02-12.03 (2 săptămâni) 05.06-23.06 (4 săptămâni)*	13.03-23.04 Practica de specialitate (6 săptămâni) 02.05-03.06 Practica de cercetare (4 săptămâni)	01.01-08.01 (1 săptămână)	Paște (1 săptămână) 28 aprilie - 5 mai	

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Cod	Modulul / discipline	Total ore	Inclusiv		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			Contact direct	Lucru individual	Curs	Seminarii	Laborator		
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
ANUL I									
Semestrul I									
F.01.O.001	Introducere în științele comunicării	180	60	120	2	2	-	Examen	6
F.01.O.002	Jurnalism de informare	150	90	60	2	2	2	Examen	5
F.01.O.003	Retică și persuasiune	180	75	105	2	2	1	Examen	6
F.01.O.004	Istoria comunicării	150	75	75	2	3	-	Examen	5
G.01.O.005	Limba străină pentru comunicare*	120	60	60	-	-	4	Examen	4
G.01.O.006	Platforme mediatice digitale	120	60	60	-	-	4	Examen	4
G.01.O.007	Educația fizică	30	30	-	-	-	2	Colocviu	0
Total Sem. I		930	450	480	8	9	13	6	30
Semestrul II									
F.02.O.008	Psihologia comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.02.O.009	Comunicarea instituțională	150	90	60	2	2	2	Examen	5
S.02.O.110	Imagologie	150	75	75	1	1	3	Examen	5
F.02.O.011	Cultura discursului public	150	75	75	1	1	3	Examen	5
G.02.O.012	Tehnici de comunicare și cultura informației	120	60	60	1	1	2	Examen	4
U.02.A.013	Filozofie	120	60	60	2	2	-	Examen	4
U.02.A.014	Istoria culturii și civilizației europene								
U.02.A.015	Politologie								
U.02.A.016	Sociologie								
G.02.O.017	Educația fizică	30	30	-	-	-	2	Colocviu	0
	Practica de inițiere în specialitate	60	-	60	-	-	-	Examen	2
Total Sem. II		930	450	480	9	9	12	7	30
TOTAL ANUL I		1860	900	960	17	18	25	13	60

*Notă: Limba engleză
Limba franceză

ANUL II									
Semestrul III									
F.03.O.018	Stilistica și cultura limbii	180	90	90	2	2	2	Examen	6
F.03.O.019	Legislația comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.03.O.020	Etica comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
S.03.O.121	Teorii și tehnici relații publice	150	90	60	3	1	2	Examen	5
S.03.A.122	Comunicarea socială	120	60	60	2	-	2	Examen	4
S.03.A.123	Comunicarea economică								
U.03.A.024	Economics	150	60	90	2	2	-	Examen	5
U.03.A.025	Republica Moldova: istorie, politică, societate								
U.03.A.026	Integrare europeană								
U.03.A.027	Cultura comunicării interpersonale și organizaționale								
Total Sem. III		900	420	480	13	9	6	6	30
Semestrul IV									
F.04.O.028	Teoria și tehnica redactării	120	66	54	2	-	3	Examen	4
F.04.O.029	Sociologia comunicării	120	52	68	2	2	-	Examen	4
S.04.O.130	Teorii și tehnici ale publicității	180	66	114	2	1	2	Examen	6
S.04.A.131	Campania publicitară	120	66	54	2	-	3	Examen	4
S.04.A.132	Campania de relații publice								
S.04.A.133	Publicitatea online	120	52	68	1	-	3	Examen	4
S.04.A.134	Relații publice online								
S.04.A.135	Publicitatea în sectorul social	120	66	54	2	1	2	Examen	4
S.04.A.136	Publicitatea economică								
	Practica de specialitate	120	-	120	-	-	-	Examen	4
Total Sem. IV		900	382	518	11	4	13	7	30
TOTAL ANUL II		1800	802	998	24	13	19	13	60
ANUL III									
Semestrul V									
S.05.A.137	Etica și responsabilitatea socială în PR	120	60	60	2	2	-	Examen	4
S.05.A.138	Etica și responsabilitatea socială în publicitate								
S.05.A.139	Relații publice: metode și strategii	120	60	60	2	-	2	Examen	4
S.05.A.140	Produse de relații publice								
S.05.A.141	Creativitatea în publicitate	150	60	90	1	1	2	Examen	5
S.05.A.142	Comunicarea comercială								
S.05.A.143	Creativitatea în PR	150	60	90	1	1	2	Examen	5
S.05.A.144	Comunicarea interculturală								
S.05.A.145	Lobby și advocacy	120	60	60	2	1	1	Examen	4
S.05.A.146	Comunicarea organizațională								
S.05.A.147	Leadership	120	60	60	2	1	1	Examen	4
S.05.A.148	Comunicare politică								
Total Sem. V		900	420	480	10	8	10	6	30
Semestrul VI									
S.06.A.149	Comunicare și marketing digital	120	49	71	2	2	3	Examen	4
S.06.A.150	Comunicarea instituțională internă								
S.06.A.151	Comunicarea societală	120	49	71	3	-	4	Examen	4
S.06.A.152	Campaniile promoționale								
S.06.A.153	Elemente de design publicitar	90	42	48	1	1	4	Examen	3
S.06.A.154	Psihologia reclamei								
S.06.A.155	Event planning	60	28	32	1	-	3	Examen	2
S.06.A.156	Cultura organizațională								
	Practica de producție	180	-	180	-	-	-	Examen	6
	Practica de cercetare	180	-	180	-	-	-	-	6
	Examenul de licență	150	-	150	-	-	-	-	5
Total Sem. VI		900	168	732	7	3	14	5	30
TOTAL ANUL III		1800	588	1212	17	11	24	11	60
TOTAL		5460	2290	3170	58	42	68	37	180

Limba română pentru alolingvi

Cod	Modulul / disciplina	Total ore	Inclusiv		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			Contact direct	Lucru individual	Curs	Seminarii	Laborator		
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
G.01.O.057	Limba română pentru alolingvi	60	30	30	-	-	2	Examen	2
G.02.O.058	Limba română pentru alolingvi	60	30	30	-	-	2	Examen	2
	Total	120	60	60	-	-	4	2	4

Stagiile de practică

Nr.	Stagiile de practică	Sem.	Săptămâni	Ore	Perioada	Număr de credite
1.	Practica de inițiere în specialitate	2	2	60	Iunie	2
2.	Practica de specialitate	4	4	120	Iunie	4
3.	Practica de producție	6	6	180	Martie / Aprilie	6
4.	Practica de cercetare	6	6	180	Mai	6
	Total		18	540		18

Discipline la libera alegere

Nr. d/o	Denumirea disciplinei / Subjects	Total ore	Anul	Semestrul	Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
					Curs	Seminarii	Laborator		
1.	Sociolingvistica	30	1	1	1	1	-	Examen	2
2.	Tehnici de manipulare	30	2	3	1	1	-	Examen	2
3.	Tehnici de negociere	30	2	4	1	-	1	Examen	2
4.	Semiotica discursului publicitar	30	3	5	1	-	1	Examen	2
	Total	120			4	2	2	4	8

Forma de evaluare finală a programului de studii

Nr. d/o	Examenul de licență	Perioada
1.	Examen integrat la Științe ale comunicării	Iunie
2.	Susținerea tezei de licență	Iunie

**Prerechizit pentru programele de master
ale domeniului de formare profesională 342 „Științe ale comunicării”**

Cod	Modulul / discipline	Total ore	Inclusiv		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			Contact direct	Lucru individual	Curs	Seminarii	Laborator		
F.01.O.001	Introducere în științele comunicării	180	60	120	2	2	-	Examen	6
F.01.O.002	Jurnalism de informare	150	90	60	2	2	2	Examen	5
F.02.O.008	Psihologia comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.03.O.019	Legislația comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.03.O.020	Etica comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.04.O.029	Sociologia comunicării	120	52	68	2	2	-	Examen	4
Total		900	382	518	12	12	2	6	30

Decanul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării

G.Stepanov,
dr., conferențiar universitar

NOTĂ INFORMATIVĂ

Concepția formării specialistului în domeniul Științe ale Comunicării, ciclul I (licență)

Formarea viitorilor specialiști în domeniul *științelor comunicării* se bazează pe un program de formare profesională care cuprinde mai multe categorii de module ce ar asigura o temeinică pregătire generală, socioumanistică și de specialitate, precum și dobândirea unui suficient set de competențe profesionale.

Accentul cade, în special, pe componenta orientată spre specialitate și, implicit, pe formarea unor deprinderi sistematice, aplicabile în orice domeniu de activitate ce ține de sectorul comunicațional.

Argumentarea gradului de solicitare a specialității pe piața muncii.

Fenomenele recente de pe piața social – politică și economică din Republica Moldova denotă interesul crescând al instituționalizării față de sectorul comunicării publice. De aceea în prezent există o necesitate stringentă de a pregăti specialiști în domeniul comunicării publice, comunicării instituționale, comunicării societate și celei mediatice, mai ales în asemenea branșe cum ar fi: relațiile publice, publicitatea și reclama.

Finalitățile studiilor pentru specialitatea Științe ale Comunicării, ciclul I (licență):

1.	cunoaște conceptele fundamentale din domeniul științelor comunicării, modelele, tipurile și structurile de comunicare publică
2.	rezolvă situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora
3.	comunică informații, idei, probleme și soluții din domeniul profesional în limba maternă și într-o limbă de circulație internațională
4.	cunoaște obligațiunile funcționale ale specialiștilor în relații publice și publicitate
5.	elaborează politici de comunicare
6.	concepe și elaborează mesaje tip relații publice și mesaje publicitare
7.	organizează conferințe de presă, briefing-uri, întocmește dosare, comunicate și fișiere de presă
8.	utilizează tehnologii informaționale în procesele de colectare, triere, tratare, validare și difuzare a mesajelor instituționale scrise, audio, video, multimedia

Corelația „Finalități de studiu și competențe - curriculum”

Unitate de curs (modul) / Finalitățile de studiu	Cod	Nr. credite ECTS	1	2	3	4	5	6	7	8
Introducere în științele comunicării	F	6	+		+		+			+
Imagologie	S	5		+	+	+		+		+
Retorică și persuasiune	S	6	+	+		+	+	+		
Istoria comunicării	S	5	+				+			+
Limba străină pentru comunicare	G	4				+				
Platforme mediatice digitale	G	4							+	
Psihologia comunicării	F	5		+						
Comunicarea instituțională	S	5		+	+	+	+	+	+	
Jurnalism de informare	S	4	+	+	+		+		+	
Cultura discursului public	S	5	+	+	+	+	+	+	+	
Tehnici de comunicare și cultura informației	G	4		+						
Filozofie	U	5	+				+	+		
Istoria culturii și civilizației europene	U	5					+	+		
Politologie	U	5					+	+		
Sociologie	U	5		+			+	+		
Stilistica și tehnica vorbirii	F	6	+		+	+	+	+	+	
Legislația comunicării	F	5	+							
Etica comunicării	F	5	+							
Teorii și tehnici de relații publice	S	6		+		+	+	+	+	+
Comunicarea socială	S	4	+	+		+	+		+	
Comunicarea economică	S	4	+	+			+	+		+
Economics	U	4					+	+		
Republica Moldova: istorie, politică, societate	U	4					+	+		
Integrare europeană	U	4					+	+		
Cultura comunicării interpersonale și organizaționale	U	4		+			+	+		
Teoria și tehnica redactării	F	4			+					
Sociologia comunicării	F	4		+			+	+		
Teorii și tehnici ale publicității	S	6		+		+	+	+		+
Campania publicitară	S	4		+		+	+	+		+

Publicitatea online	S	4		+	+	+	+	+		
Publicitatea în sectorul social	S	4		+		+	+	+		+
Publicitatea economică	S	4		+		+	+	+		+
Etica și responsabilitatea socială în PR	S	4	+	+	+	+	+	+		
Relații publice: metode și strategii	S	4			+	+	+	+	+	+
Creativitatea în publicitate	S	5			+	+	+	+	+	+
Creativitatea în PR	S	5			+	+	+	+	+	+
Lobby și advocacy	S	4	+	+	+	+	+			
Social media	S	4	+	+	+	+	+			
Comunicarea organizațională în instituția economică	S	4	+	+		+	+		+	
Leadership	S	4	+	+	+	+	+			
Comunicare și marketing digital	S	4	+	+	+	+	+	+		
Comunicarea societală	S	4	+	+		+	+		+	
Campaniile promoționale	S	4	+	+		+	+	+		+
Elemente de design publicitar	S	3				+	+	+		+
Event planing	S	2	+	+		+	+			+