

**MINISTERUL EDUCAȚIEI
AL REPUBLICII MOLDOVA**

APROBAT: _____

Senatul USM din

”_____” _____ 2016

Proces verbal nr. _____

COORDONAT: _____

”_____” _____ 2016

**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 – 7

Domeniul general de studiu – 34 Științe ale Comunicării și Informării

Programul de masterat – Relații publice și publicitate (MP)

Numărul total de credite de studiu – 120

Titlul obținut – Master în Științe ale Comunicării

Baza admiterii – Diploma de studii superioare de licență / act echivalent de studii

Limba de instruire – română

Forma de organizare a învățământului – învățământ cu frecvență

CHIȘINĂU, 2016

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**

”___” _____ 2016

Decan

dr., conferențiar universitar Georgeta Stepanov

Calendarul universitar/graficul procesului de studii
Academic Calendar

Nr. d/o	Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de		Practica	Vacanțe		
		Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară		Iarnă	Primăvară	Vară
1.	Anul I	15	15	2	4	5	3	1	9
2.	Anul II	10+5	15	2	4	5	3	1	0

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Cod	Modulul / disciplina	Total ore	Numărul de ore		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			Contact direct	Lucru individual	curs	seminar	laborator		
1.	2.	3.	4	5	4.			5.	6.
ANUL I									
Semestrul I									
F.01.O.001	Metode și tehnici de cercetare în domeniul comunicării	300	75	225	3	2	-	Examen	10
F.01.O.002	Teorii moderne ale comunicării publice	150	45	105	2	1	-	Examen	5
F.01.O.003	Resursele comunicaționale ale societății civile	150	45	105	2	1	-	Examen	5
S.01.O.104	Semiotica comunicării	150	45	105	2	1	-	Examen	5
S.01.O.105	Comunicarea corporativă	150	30	120	1	1		Examen	5
Total Sem. I		900	240	660	10	6	-	5	30
Semestrul II									
F.02.O.006	Valențe pragmatice și estetice ale publicității	150	45	105	2	1	-	Examen	5
S.02.O.107	Managementul agențiilor de publicitate	150	45	105	2	1	-	Examen	5
S.02.O.108	Teorii ale conflictului și negocierii	150	30	120	1	1	-	Examen	5
S.02.O.109	Strategii persuasive în relații publice	150	45	120	2	1	-	Examen	5
S.02.A.110	Comunicarea mediatică și publicitate	150	45	105	2	1	-	Examen	5
S.02.A.111	Comunicarea politică								
S.02.A.112	Marketing-ul și managementul comunicării publice	150	30	120	1	1	-	Examen	5
S.02.A.113	Etnografia receptării								
Total Sem. II		900	240	660	10	6		6	30
TOTAL ANUL I		1800	480	1320	20	12		11	60

ANUL II									
Semestrul III									
S.03.O.114	Campanii de relații publice	150	40	110	2	2	-	Examen	5
S.03.O.115	Planificarea strategică în relații publice	150	40	110	2	2	-	Examen	5
S.03.A.116	Managementul branding-ului	150	40	110	2	2	-	Examen	5
S.03.A.117	Sociologia relațiilor publice și publicității								
S.03.A.118	E-comunicare	150	40	110	2	2	-	Examen	5
S.02.A.119	Antropologia comunicării								
	Stagii de practică	300	-	300	-	-	-	Examen	10
Total Sem. III		900	160	740	8	8	-	5	30
Semestrul IV									
	Teza de master	900	-	900	-	-	-	-	30
Total Sem. IV		900	-	900	-	-	-	-	30
TOTAL ANUL II		1800	160	1640	8	8	-	5	60
TOTAL		3600	640	2960	28	20	-	16	120

Stagiile de practică

Nr. d/o	Stagiile de practică	Sem.	Săptămâni	Ore	Perioada	Număr de credite
1.	Practica de specialitate	3	5	300	Noiembrie - Decembrie	10
	Total		5	300		10

Discipline la libera alegere

Nr. d/o	Denumirea disciplinei	Sem.	Total ore	Numărul de ore		Forma de evaluare	Număr de credite
				Contact direct	Lucru individual		
1.	Leadership	2	150	45	105	Examen	5
2.	Modul psihopedagogic	2	150	45	105	Examen	5
3.	Modul psihopedagogic	3	150	45	105	Examen	5
	Total		450	135	315	3	15

Forma de evaluare finală a programului de studii

Nr. d/o No.	Examenul de master	Perioada
1.	Susținerea tezei de master	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
S.02.O.108	Comunicarea instituțională	150	90	60	2	2	2	Examen	5
F.02.O.007	Psihologia comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.03.O.017	Legislația comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.03.O.018	Etica comunicării	150	60	90	2	2	-	Examen	5
F.04.O.027	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., conf.univ.

Notă de argumentare a programului de masterat de profesionalizare „Relații publice și publicitate” (MP)

Specialitatea *Științe ale Comunicării* a fost creată pentru a răspunde unor noi provocări ale timpului. Societatea contemporană, axată pe valorizarea potențialului creativ al omului, revendică punerea pe rol a acțiunii comunicative. Comunicarea se afirmă tot mai mult în calitate de liant social, care conferă țesutului societal nu doar trăinicie, ci și vivacitate, iar părțile lui constitutive instituționalizate și cetățenilor – conștiința rostului lor în societate.

Fenomenele recente de pe piața social-politică și economică din Moldova denotă interesul crescând al instituționalizării față de acest sector. De aceea în prezent există o necesitate stringentă de a pregăti specialiști în domeniul științelor comunicării, mai ales în asemenea branșe cum ar fi *relațiile publice și publicitatea*.

Misiunea corpului didactic ce va fi antrenat în realizarea programului de master „Relații publice și publicitate” va consta în a pregăti specialiști de înaltă calificare în domeniul respectiv, care, prin nivelul lor de competență, vor putea concura, eventual, pe piața muncii din țară și de peste hotarele ei. Cunoștințele și competențele profesionale obținute în cadrul programului de master în relații publice și publicitate se vor baza pe pregătirea profesională căpătată în ciclul I și vor fi dobândite în cadrul unor module fundamentale, speciale și opționale propuse pentru ciclul II. De asemenea, este propus un plan de învățământ pentru absolvenții de la alte domenii de formare profesională, dar care doresc să urmeze programul *Relații publice și publicitate*. Accentul se va pune pe managementul comunicării publice, relații publice și publicitate. Programul de master va cuprinde două componente: academică și vocațională. Din această perspectivă, instruirea la acest ciclu va cuprinde realizarea investigațiilor științifice de profil și elaborarea unor proiecte profesionale în materie de relații publice și publicitate. După încheierea studiilor, master în relații publice și publicitate vor putea accede pe piața muncii în calitate de lectori universitari, colaboratori științifici, manageri în serviciile de informare și reclamă, referenți, consultanți în serviciile de comunicare, conducători de organizații umanitare ș.a.

Finalitățile studiilor la Ciclul II (Master)

1	demonstrarea capacității de a munci în cadrul unei echipe interdisciplinare
2	evaluarea critică a situațiilor profesionale, principiilor și metodelor de concepere și organizare/creare a unei instituții de comunicare;
3	posedarea competențelor de cercetare
4	utilizează noile tehnologii de relații publice și publicitate
5	elaborează, pune în aplicare și evaluează critic proiecte profesionale în domeniul relațiilor publice și al publicității
6	posedă competențe de a conduce grupuri de lucru și acționează independent și creativ în abordarea și soluționarea problemelor profesionale
7	elaborează și implementează strategiile de relații publice și publicitate
8	aplică metode de cercetare a efectelor publicității asupra consumatorilor

Unitate de curs (modul) / Finalitățile de studiu	Cod	Nr. credite ECTS	1	2	3	4	5	6	7	8
Metode și tehnici de cercetare în domeniul comunicării	F	10	+	+	+		+			+
Teorii moderne ale comunicării publice	F	5		+	+	+	+	+		+
Resurse comunicaționale ale societății civile	F	5		+		+	+	+		
Semiotica comunicării	S	5	+	+	+		+	+		
Comunicarea corporativă	S	5	+	+			+	+		
Valențe pragmatice și estetice ale publicității	F	5	+		+	+	+		+	
Managementul agențiilor de publicitate	S	5	+	+		+	+	+		
Teorii ale conflictului și negocierii	S	5	+	+			+	+		
Strategii persuasive în relații publice	S	5	+			+	+		+	
Comunicarea mediatică și publicitate	S	5	+	+		+	+	+	+	
Marketing-ul și managementul comunicării publice	S	5	+	+		+	+	+	+	
Etnografia receptării	S	5		+	+	+	+	+		+
Campania de relații publice	S	5	+	+		+	+	+	+	
Planificarea strategică în relații publice	S	5	+	+	+	+	+	+	+	
Managementul branding-ului	S	5			+	+	+	+		+
Sociologia relațiilor publice și publicității	S	5	+		+	+	+	+		+
E-comunicare	S	5	+	+			+	+		
Antropologia comunicării	S	5	+	+	+		+	+		