

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII
ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA
MINISTRY OF EDUCATION, CULTURE AND
RESEARCH OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

COORDONAT: _____
COORDINATED BY:

"____" _____ 2020
Nr. de înregistrare a planului de
învățământ _____
Registration no.

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
MOLDOVA STATE UNIVERSITY

APROBAT: _____

APPROVED BY:

SENATUL USM din „____” _____ 2020

MSU SENATE from _____ 2020

Proces verbal nr. _____

Minutes no. _____

Facultatea jurnalism și științe ale comunicării
Faculty of journalism and communication sciences

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
STUDY PLAN

Nivelul calificării conform ISCED – 6

Level of Qualification, ISCED – 6

Domeniul general de studii – 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

Specialitatea – 0321.2 Comunicare și relații publice

Specialty – 0321.2 Communication and public relations

Numărul total de credite de studiu – 180

Total Number of Credits – 180

Titlul obținut – Licențiat în Științe ale comunicării

Title awarded – Bachelor of Communication Science

Baza admiterii – diplomă de bacalaureat, diploma de studii profesionale sau un act echivalent de studii

Access Requirements – Baccalaureate Diploma, Diploma in Professional Studies or an equivalent academic certificate

Limba de instruire – româna/rusa

Language of Instruction – Romanian/Russian

Forma de organizare a învățământului – cu frecvență

Mode of Study – full time

CHIȘINĂU, 2020

Responsabil de program:

Programme Coordinator

Director departament Comunicare și

Teoria Informării **R. Ciobanu, dr., conf. univ.**

Head of Department

Proces verbal nr. ____ din _____

Minutes no. _____ from _____

Aprobat:

Approved by:

Președintele Consiliul Facultății

Head of the Faculty Council

Decan **G. Stepanov, dr. hab, conf. univ.**

Proces verbal nr. ____ din _____

Minutes no. _____ from _____

CALENDARUL UNIVERSITAR
ACADEMIC CALENDAR

Anul de studii Year of study	Activități didactice Course Calendar		Sesiuni de examene Examinations		Stagii de practică Internships	Vacanțe Holidays		
	Sem. I Semester I	Sem. II Semester II	Sem. I Semester I	Sem. II Semester II		Iarnă Winter	Primăvară Spring	Vară Summer
I	02.09-14.12 (15 săptămâni) (15 weeks)	03.02-23.05 (15 săptămâni) (15 weeks)	16.12-24.12 13.01-31.01 (4 săptămâni) (4 weeks)	01.06-20.06 (3 săptămâni) (3 weeks)	25.05-30.05 Practica de inițiere în specialitate Practicum (1 săptămână) (1 week)	25.12-12.01 (2 săptămâni) (2 weeks)	20.04 – 27.04 (1 săptămână) Paște (1 week) Easter	06.07-31.08 (8 săptămâni) (8 weeks)
II	01.09-14.12 (15 săptămâni) (15 weeks)	01.01-01.05 (13 săptămâni) Weeks	15.12-24.12 11.01-30.01 (4 săptămâni) weeks	24.05-12.06 (3 săptămâni) weeks	11.05-22.05 Practica de specialitate Internship (2 săptămâni) weeks	25.12-10.01 (2 săptămâni) weeks	03.05 – 10.05 (1 săptămână) week	28.06-31.08 (10 săptămâni) weeks
III	01.09-14.12 (15 săptămâni) (15 weeks)	10.01-26.02 (7 săptămâni) (7 weeks)	15.12-31.12 (2 săptămâni) (2 weeks)	28.02-12.03 (2 săptămâni) 05.06-23.06 (4 săptămâni) (4 weeks)	14.03-23.04 Practica de producție Production internship (6 săptămâni) (6 weeks) 02.05-28.05 Practica de cercetare Research internship (4 săptămâni) (4 weeks)	01.01-10.01 (1 săptămână) (1 weeks)	25.04 – 01.05 (1 săptămână) (1 week)	

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT
INFORMATION ON THE STUDY PLAN

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	Contact direct	Studiu individual	Curs Course	Seminar Seminar	Practice/de laborator		
		Total	Contact Hours	Independent Work					
ANUL II / 1st YEAR OF STUDY									
Semestrul II / 1st semester									

F.01.O.001	Introducere în științele comunicării <i>Introduction into Communication Sciences</i>	180	90	90	45	45		E	6
F.01.O.002	Mass media și opinia publică <i>Mass-media and public opinion</i>	150	75	75	30	45		E	5
F.01.O.003	Retorică și persuasiune <i>Rhetoric and persuasion</i>	180	60	120	30	30		E	6
S.01.O.004	Corectitudinea exprimării <i>The correctness of the expressions</i>	150	60	90	15	15	30	E	5
G.01.O.005	Limba străină pentru comunicare* <i>Foreign language for communication</i>	120	60	60			60	E	4
G.01.O.006	Platforme mediatice digitale <i>Digital communication platforms</i>	120	60	60			60	E	4
G.01.O.007	Educația fizică <i>Physical Training</i>	15	15				15	C	0
Total Sem. I Total for 1st semester		915	420	495	120	135	165	6	30

*Notă: Limba engleză / Limba franceză

Semestrul II/ 2nd semester

F.02.O.008	Teoria și practica relațiilor publice <i>Theories and technics of public relations</i>	150	75	75	30	15	30	E	5
F.02.O.009	Redactarea textului <i>Text writing</i>	180	90	90	30	30	30	E	6
F.02.O.010	Tehnici de influență și manipulare <i>Techniques of influence and manipulation</i>	150	75	75	30	30	15	E	5
S.02.O.011	Comunicarea instituțională <i>The institutional communication</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.02.O.012	Comunicarea cu mass-media <i>The communication with the media</i>	120	60	60	15	15	30	E	4
U.02.A.013	Filozofie <i>Philosophy</i>	120	60	60	30	30		E	4
U.02.A.014	Istoria culturii și civilizației europene <i>The history of the European culture and civilization</i>								
U.02.A.015	Politologie <i>Political science</i>								
U.02.A.016	Sociologie <i>Sociology</i>								
U.02.A.017	Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Juridical-state institutions from the Republic of Moldova</i>								
G.02.O.018	Educația fizică <i>Physical Training</i>	15	15				15	C	0
Practica de inițiere în specialitate <i>Internship for the initiation in the specialty</i>		60		60				E	2
Total Sem. II/ total number for the 2 nd semester		915	435	480	165	150	120	7	30
TOTAL ANUL I/ total number for the 1 st year of study		1830	855	975	285	285	285	13	60
ANUL II/ SECOND YEAR									
Semestrul III/3 rd semester									
F.03.O.019	Teoria imaginii <i>Theory of image</i>	150	75	75	30	45		E	5
F.03.O.020	Legislația în domeniul comunicațional mediatic <i>Law in the media communication space</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.03.O.021	Managementul relațiilor publice <i>Public relations management</i>	150	75	75	30	45		E	5
S.03.O.022	Etică și integritate profesională <i>Ethics and professional integrity</i>	180	90	90	30	60		E	6
S.03.A.023	Comunicarea internă <i>Internal communication</i>	150	60	90	30	30		E	5
S.03.A.024	Campania promoțională <i>Promotional campaign</i>								
U.03.A.025	Economics <i>Economics</i>	150	60	90	30	30		E	5
U.03.A.026	Republica Moldova: istorie, politică, societate <i>Republic of Moldova: history, politics, society</i>								
U.03.A.027	Integrare europeană <i>European integration</i>								
U.03.A.028	Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>Interpersonal and organizational communication culture</i>								
U.03.A.029	Etica și estetica <i>Ethics and aesthetics</i>								
G.03.O.030	Educația fizică <i>Physical Training</i>	15	15				15	C	0
Total Sem. III/ total number for the 3 rd semester		915	435	480	180	240	15	6	30

Semestrul IV (13 săptămâni) / 4 th semester (13 weeks)									
F.04.O.031	Metode și strategii de PR și comunicare <i>Methods and strategies of PR and communication</i>	180	65	115	26	26	13	E	6
F.04.O.032	Negocierea și medierea conflictelor <i>Negotiation and mediation of conflicts</i>	120	52	68	26	26		E	4
F.04.O.033	Teorii și tehnici ale publicității <i>Theories and technics of the publicity/advertising</i>	120	65	55	26	39		E	4
S.04.A.034	Comunicarea în situații de criză <i>The crisis communication</i>	120	52	68	26	26		E	4
S.04.A.035	Publicitatea audiovizuală <i>Audiovisual advertising</i>								
S.04.A.036	Comunicarea socială <i>Social Communication</i>	120	65	55	26	26	13	E	4
S.04.A.037	Publicitatea printată <i>Print advertising</i>								
S.04.A.038	Comunicarea politică <i>Political communication</i>	120	52	68	26	26		E	4
S.04.A.039	Comunicarea economică <i>Economical communication</i>								
G.04.O.040	Educația fizică <i>Physical Training</i>	13	13				13	C	0
	Practica de specialitate <i>Specialty Internship</i>	120		120		-	-	E	4
Total Sem. IV/ Total for the fourth semester		913	364	549	156	169	39	7	30
TOTAL ANUL II/ TOTAL FOR THE SECOND YEAR		1828	799	1029	336	409	54	13	60
ANUL III / 3 th YEAR OF STUDY									
Semestrul V/ 5 th semester									
F.05.O.041	Metodologia cercetării <i>Research methodology</i>	180	90	90	30	60		E	6
S.05.O.042	Creativitatea în PR și publicitate <i>Creativity in PR and Advertising</i>	150	75	75	15	30	30	E	5
S.05.A.043	Etică și responsabilitate în PR și publicitate <i>Ethics and responsibility in Pr and advertising</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.05.A.044	Lobby și advocacy <i>Lobby and advocacy</i>								
S.05.A.045	Campania de comunicare publică <i>Public communication campaign</i>	150	75	75	15	30	30	E	5
S.05.A.046	New media <i>New media</i>								
S.05.A.047	Campania politică și electorală <i>Political and electoral campaign</i>								
S.05.A.048	Leadership <i>Leadership</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.05.A.049	Tehnologii de formare a imaginii și PR politic <i>Technologies of formation imaging and political PR</i>								
S.05.A.050	Introducere în branding <i>Introduction in branding</i>	150	75	75	30	45		E	5
S.05.A.051	Strategii și produse publicitare <i>Advertising Strategies and products</i>								
S.05.A.052	Comunicare și marketing digital <i>Digital communication and marketing</i>								
S.05.O.053	Proiect de cercetare <i>Research projec</i>	30		30				E	1
Total Sem. V/ Total for the fifth semester		900	435	465	150	225	60	7	30

Semestrul VI (7 săptămâni) / 6th semester (7 weeks)									
S.06.A.054	Comunicarea interculturală <i>The intercultural communication</i>	90	42	48	14	14	14	E	3
S.06.A.055	Relații publice și publicitate online <i>Online public relations</i>								
S.06.A.056	Comunicarea vizuală <i>Visual communication</i>	120	56	64	14	14	28	E	4
S.06.A.057	Marketing politic <i>Political marketing</i>								
S.06.A.058	Comunicarea comunitară <i>The community communication</i>								
S.06.A.059	Gestionarea imaginii publice <i>Management of public image</i>	90	42	48	14	28		E	3
S.06.A.060	Event planning <i>Event planning</i>								
S.06.A.061	Comunicare și cultură organizațională <i>Organizational communication and culture</i>	90	42	48	14	14	14	E	3
S.06.A.062	Site-ul instituțional <i>The institutionnel site</i>								
Practica de producție <i>Production Internship</i>		180	-	180	-	-	-	E	6
Practica de cercetare <i>Research Internship</i>		180	-	180	-	-	-	Ev	6
Examenul de licență <i>Final examinations</i>		150	-	150	-	-	-	-	5
Total Sem. VI/ total number for the 6th semester		900	182	718	56	70	56	5	30
TOTAL ANUL III/ total number for the 3th year of study		1800	617	1183	206	295	116	12	60
TOTAL/Totally		5458	2271	3187	827	989	455	38	180

LIMBA ROMÂNĂ PENTRU ALOLINGVI
ROMANIAN LANGUAGE FOR SPEAKERS OF OTHER LANGUAGES

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 Credits ECTS
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent Work	Curs Course	Seminar Seminar	Practice/de aborator Laboratory		
G.01.O. 063	Limba română pentru alolingvi <i>Language for the speakers of other languages</i>	120	60	60			60	E	4
G.01.O. 064	Limba română pentru alolingvi <i>Language for the speakers of other languages</i>	120	60	60			60	E	4
TOTAL/Total Number of Hours		240	120	120			120		8

STAGIILE DE PRACTICĂ
INTERNSHIPS

Nr. d/o	Tipul stagiului de practică <i>Internships</i>	An de studii <i>Year of study</i>	Semestru <i>Semester</i>	Durata <i>No. of weeks</i>	Ore <i>Hours</i>	Perioada desfășurării <i>Period</i>	Nr. ECTS <i>Credits ECTS</i>
1	Practica de inițiere în specialitate <i>Practicum</i>	I	2	1	60	Mai <i>May</i>	2
2	Practica de specialitate <i>Internship</i>	II	4	2	120	Mai <i>May</i>	4
3	Practica de producție <i>Production Internship</i>	III	6	6	180	martie-aprilie <i>March-aril</i>	6
4	Practica de cercetare <i>Research Internship</i>	III	6	4	180	aprilie-mai <i>April-may</i>	6
Total <i>Total</i>					540		18

UNITĂȚILE DE CURS/MODULE LA LIBERA ALEGERE
ELECTIVES

Nr. d/o	Denumirea unității de curs/modulei <i>Course title</i>	Număr de ore <i>No. of Hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>No. of hours</i>			Evaluarea <i>Assessment</i>	Credite <i>Credits ECTS</i>
		Total <i>Total</i>	Contact direct <i>Contact hours</i>	Studiu individual <i>Independent study</i>	Curs <i>Course</i>	Seminar <i>Seminar</i>	Practică/laborator. <i>Lab. Work</i>		
1.	Sociolingvistica <i>Sociolinguistics</i>	150	75	75	30	45		E	5
2.	Tehnici de manipulare <i>Technics of manipulation</i>	150	75	75	30	45		E	5
3.	Tehnici de negociere <i>Technics of negotiation</i>	150	75	75	30	45		E	5
4.	Semiotica discursului publicitar <i>The semiotic of the advertising speech</i>	150	75	75	30	45		E	5
	Total/totally	600	300	300	120	180		4	20

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII
FINAL EVALUATION

Nr. d/o	Forma de evaluare finală a studiilor <i>FINAL EVALUATION</i>	Termen de evaluare <i>Term</i>	Nr. ECTS <i>Credits ECTS</i>
1.	Examen la disciplina de specialitate: Competențe profesionale în comunicare și relații publice <i>Exam on specialty course: Professional skills in Communication and PR</i>	Iunie <i>June</i>	2
2	Teza de licență/ <i>Final research project</i>	Iunie <i>June</i>	3

MINIMUM CURRICULAR ÎNȚIAL,
de orientare către alt domeniu
CURRICULAR PREREQUISITE

Cod/Code	Denumirea unității de curs/modulului <i>Course / Module</i>	Număr de ore <i>Nr. of hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>No. of hours</i>			Forma de evaluare/ <i>Assessment</i>	Nr ECTS <i>Credits ECTS</i>
		Total <i>Totally</i>	Contact direct <i>Contact hours</i>	Studiu individual <i>Independent study</i>	Curs <i>Course</i>	Seminar <i>Seminar</i>	Laborator <i>Laboratory Work</i>		

F.01.O.001	Introducere în științele comunicării <i>Introduction into Communication Sciences</i>	180	90	90	45	45		E	6
S.01.O.004	Corectitudinea exprimării <i>The correctness of the expressions</i>	150	60	90	15	15	30	E	5
S.03.O.021	Managementul relațiilor publice <i>Public relations management</i>	150	75	75	30	45		E	5
F.03.O.020	Legislația în domeniul comunicațional mediatic <i>Law in the media communication space</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.03.O.022	Etică și integritate profesională <i>Ethics and professional integrity</i>	180	90	90	30	60		E	6
S.04.A.133	Comunicarea în situații de criză <i>The crisis communication</i>	120	52	68	26	26		E	4
Total/totally		900	427	473	176	221	30	6	30

Notă explicativă pentru specialitatea

Comunicare și relații publice

Domeniul general de studii – 032 Jurnalism și informare

Domeniul de formare profesională – 0321 Jurnalism și comunicare

Specialitatea – 0321.2 Comunicare și relații publice

Descrierea programului. Întrucât fenomenele recente din spațiul public contemporan denotă diversificarea domeniilor ce solicită specialiști calificați în domeniul comunicării și relațiilor publice, programul se pretează necesităților practicii sociale, politice, economice naționale și internaționale.

Programul de studiu *Comunicare și relații publice* se axează pe valorificarea sferei comunicațional-mediatică din spațiul public contemporan, identificarea particularităților și dimensiunile de natură paradigmatică a acesteia, în vederea aplicării cunoștințelor însușite în soluționarea unor probleme particulare ale comunicării, relațiilor publice și publicității.

Programul de studiu *Comunicare și relații publice* urmărește formarea unor specialiști de calificare înaltă, conform standardelor educaționale naționale și internaționale, cu o pregătire profesională temeinică și aprofundată din punct de vedere teoretic, cât și cu abilități aplicativ practice.

Cunoștințele, abilitățile și competențele sunt dobândite în cadrul activităților de formare profesională complexă ce prevede activități auditoriale (curs teoretic, seminar și laboratoare), precum și activități individuale. Traectoria programului este axată pe formarea unor deprinderi sistemice, aplicabile în domenii de activitate ce vizează comunicarea, relațiile publice și publicitatea, pe dobândirea unui set de competențe profesionale necesare și suficiente pentru angajarea în câmpul muncii. Astfel, misiunea programului este pregătirea specialiștilor de performanță, asigurat de un fundament științific solid, care permite absolventului programului atât angajarea și parcurgerea unei cariere profesionale de succes în sectorul de stat și în cel privat, cât și continuarea studiilor la programe de masterat, precum și studii de doctorat. Din perspectiva fluctuațiilor permanente din cadrul științific al domeniului, dar și din dezvoltarea rapidă a tehnologiilor pe piața muncii, gradul de noutate al programului de studii se manifestă prin însăși natura sa, precum și datorită evoluției fenomenelor, tendințelor și proceselor comunicațional-mediatic contemporane.

Conceptul programului este unul complex, ce oferă o abordare sistemică și coerentă a mării diversități comunicaționale, determinată de:

- dezvoltarea continuă a tehnologiilor informaționale,
- dinamica relațiilor comunicaționale sociale,
- interesul crescând pentru instituționalizarea sectorului comunicațional-mediatic,
- diversificarea formelor de exercitare a activității comunicatorului,
- creșterea continuă a cererii pentru specialiști pregătiți în domeniul comunicării și relațiilor publice

Programul de studiu urmărește formarea specialistului în domeniul comunicării și relațiilor publice prin crearea unui sistem de competențe, obținute în rezultatul concursului echilibrat al disciplinelor fundamentale și de specialitate, generale și opționale, precum și realizarea calitativă a stagiilor de practică.

Absolventul programului de studii *Comunicare și relații publice* trebuie să dețină următoarele **competențe generale**: cunoaște conceptele fundamentale din domeniul științelor comunicării, modelele; tipurile și structurile de comunicare public; rezolvă situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; însușește domenii conexe prin studiul individual, cu scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii; aplică tehnicile de muncă în echipă multidisciplinară; comunică informații, idei, probleme și soluții din domeniul profesional în limba maternă și într-o limbă de circulație internațională.

Finalitățile de studiu și competențele la specialitatea *Comunicare și relații publice*, ciclul I, Licență sunt orientate spre formarea atât a culturii generale, cât și a celei profesionale a viitorului specialist. Între acestea se numără următoarele **competențe specifice**:

- cunoaște obligațiile funcționale ale specialiștilor în comunicare și relații publice;
- cunoaște cadrul legislativ și deontologic în domeniul comunicării publice;
- cunoaște principiile de organizare, normele și principiile de funcționare a instituției de comunicare;

- elaborează politici de comunicare; planifică și realizează campanii de informare, de comunicare, publicitare, promoționale;
- concepe și elaborează mesaje tip relații publice și mesaje publicitare;
- organizează evenimente și comunică în mod profesionist cu mass-media și publicul instituțional;
- utilizează tehnologii informaționale în procesele de colectare, triere, tratare, validare și difuzare a mesajelor instituționale scrise, audio, video, multimedia;
- realizează cercetări aplicative în domeniul comunicării publice;

Obiectivul programului este formarea atât a culturii generale, cât și a celei profesionale a viitorilor specialiști, necesare pentru încadrarea acestora în câmpul muncii: instituții de stat, instituții media, ONG-uri, întreprinderi, companii, firme, etc. Totodată, acestea sunt orientate și în direcția asigurării obținerii unor competențe și abilități profesionale, necesare și suficiente pentru realizarea calitativă a activității profesionale.

Programul de studiu *Comunicare și relații publice* a fost elaborat în conformitate cu Strategia USM, cu prevederile și standardele de calitate ale documentelor reglatorii naționale și internaționale. Programul de studiu corespunde standardelor de calitate promovate de USM la toate nivele. Programul de studiu *Comunicare și relații publice* corespunde **obiectivelor programului strategiei instituționale de dezvoltare**, printre care: dezvoltarea și consolidarea calității ofertei educaționale; elaborarea planurilor de învățământ din perspectiva formării competențelor profesionale, a abordărilor interdisciplinare și a problematicii actuale a domeniului de formare profesională; menținerea procesului de formare profesională la nivelul unor standarde de calitate, prin care să asigurăm recunoașterea competitivității studiilor la USM în țară și peste hotare; modernizarea și promovarea unui management al calității participativ, cu implicarea activă a structurilor la nivel de facultate (profesori și studenți) și cu reprezentanții pieței muncii ș.a.

Procesul de elaborare a programului de studii la specialitatea *Comunicare și relații publice* destinat ciclului I, Licență s-a desfășurat în conformitate cu obiectivele sistemului de management al calității în cadrul USM, printre care:

1. a contribui, în conjuncție cu alte mecanisme la promovarea calității și standardelor înalte în procesul de predare-învățare;
2. a pune la dispoziția studenților, angajatorilor și altor categorii de beneficiari informație consistentă și credibilă în ceea ce privește calitatea și standardele educaționale în USM;
3. a asigura identificarea programelor educaționale cu principiul excelenței și a îmbunătăți mereu calitatea lor;
4. a dezvolta infrastructura universității prin îmbunătățirea și diversificarea bazei materiale, pentru crearea condițiilor optime pentru activitatea didactică și de cercetare;
5. a îmbunătăți relațiile cu reprezentanții comunității locale din diferite domenii;
6. a asigura integrarea pe piața forței de muncă a absolvenților;
7. a facilita recunoașterea reciprocă la nivel european a diplomelor și titlurilor universitare.

Programul de studiu este ajustat și înglobează **tendențele internaționale** în domeniu, fiind adaptate necesităților și particularităților activității la nivel național. Planul de studiu prin formatul său urmărește pregătirea specialiștilor de format nou, competitivi pe piața relațiilor publice și publicității, care să corespundă noilor provocări ale timpului, cerințelor înaintate de angajatori și care, prin nivelul lor de pregătire, vor putea concura pe piața muncii din țară, eventual, și de peste hotarele ei. Accentul se pune pe managementul comunicării publice, relații publice și publicitate.

Creșterea calității formării profesionale este realizată prin metode convergente de predare-învățarea, aplicate de către cadrele didactice. Pentru dinamizarea procesului instructiv-didactic, alături de metodele clasice de predare-învățare, în cadrul orelor de curs vor fi aplicate diverse tehnici interactive, așa precum: observația directă și interviuarea (în procesul de documentare); dezbateră și discuția publică (în procesul de analiză și evaluare a materialului colectat), activitatea în echipe (pentru realizarea produselor comunicațional-mediatică complexe: campanii de promovare, organizare de evenimente, soluționarea crizelor instituționale etc. Produsul obținut în activități va fi prezentat și discutat public. Convergența metodelor de lucru cu studenții programului pregătirea unor profesioniști de înaltă calificare, în corespundere cu standardele de calitate în domeniu.

Programul de studiu *Comunicare și Relații publice* este elaborat în conformitate cu **Cadrul Național al Calificărilor**, urmărind obținerea competențelor necesare prin intermediul a două modalități: una obligatorie

care urmează să asigure pregătirea teoretică de specialitate, și alta practică, opțională, determinată de liberă alegere a studenților în funcție de interesele specifice. Structurarea materiilor de studiu în conținutul planului de studiu acoperă în mare parte solicitările angajatorilor în vederea posedării cunoștințelor ce ar permite absolventului programului angajarea în domeniile prevăzute de CNC. În același timp, potențialul didactic și științific al departamentului, precum și specialiștii de valoare cooptați din piața muncii permite asigurarea pregătirii specialiștilor în domeniul vizat. Cooptarea specialiștilor din piața muncii sînt implicați, prin intermediul diferitelor tipuri de colaborări, în special acorduri formalizate, ceea ce permite corelarea programelor educaționale în domeniu la necesitățile pieței de muncă.

În concordanță cu recomandările *Cadrului European al Calificărilor*, de a contribui la modernizarea sistemelor de educație și de formare, precum și de a spori angajabilitatea, mobilitatea și integrarea socială a lucrătorilor și a cursanților, planurile de studiu periodic sunt evaluate și modernizate în conformitate cu cerințele pieții muncii, angajatorilor și tendințelor în domeniu la scară internațională. În același timp, pentru o mai bună o mai bună corelare a învățării formale, nonformale și informale și sprijinirea validării rezultatelor învățării dobândite în diferite contexte, masteranzii programului beneficiază și au acces materii de studii complementare, oferite de instituția de învățămînt

Consultarea partenerilor. Sugestiile privind conceperea, prezentarea și evaluarea programului de studii au fost înaintate de către profesorii și studenții FJȘC, care și-au exprimat părerile în cadrul sondajelor de opinie, realizate cu regularitate, în fiecare an, la FJȘC. Totodată au fost consultați diverși angajatori și reprezentanți ai pieții muncii, care au menționat necesitatea angajării specialiștilor cu un înalt grad de pregătire profesională. Elaborarea programului de studii de la specialitatea în cauză se datorează și experților internaționali în domeniu, care, în cadrul meselor rotunde, discuțiilor publice, seminarelor etc. desfășurate în colaborare cu cadrele didactice din cadrul FJȘC, au menționat necesitatea reevaluării și modernizării programelor de studii, recomandând introducerea a noi cursuri, în corespundere cu necesitățile pieții muncii, excluderea unor cursuri care și-au pierdut din actualitate, dar și transferarea unor cursuri în alte semestre, în funcție de necesitățile studenților în cadrul stagiilor de practică.

Relevanța programului rezidă în caracterul lui multidimensional, interdisciplinar, complex care oferă posibilități de formare, în același timp, a culturii generale și a celei profesionale, a competențelor unui bun comunicator și specialist în relații publice și a celor de creație științifică (de investigare, cercetare și analiză a fenomenelor, proceselor și tendințelor contemporane), aspect corelat/ajustat la prevederile Cadrului European al Calificărilor. Instruirea viitorilor specialiști în domeniul comunicării și relațiilor publice se realizează prin corelarea a patru entități de formare profesională: discipline fundamentale, generale, de specialitate și de orientare socio-umanistică. Componenta disciplinelor fundamentale și a celor generale sunt obligatorii, în timp ce componenta disciplinelor de orientare socio-umanistică și, în majoritate, cea a disciplinelor de specialitate oferă studenților posibilitatea de a-și alege, în funcție de interesele lor profesionale, disciplinele pe care le vor studia ulterior (din pachetele opționale propuse în planul de învățămînt), componentele respective asigurând proiectarea traseurilor individuale de formare profesională a studenților. Evaluarea finală – sesiunea de licență demonstrează competențele și capacitățile absolvenților de observare, selectare, analiză, interpretare și gândire critică și strategică.

Posibilități de angajare. Calificativul *Licențiat în Științe ale comunicării* îi permite absolventului să se angajeze în diferite tipuri de instituții comunicațional mediatice în calitate de: specialist în comunicare, purtător de cuvânt, consilier de imagine, agent reclamă comercială, lucrător al serviciului de presă, specialist în relații publice, creator de imagine, purtător de cuvânt la instituțiile publice, referent etc.

Conținutul programul de studii, dimensiunea novatoare a acestuia a fost configurată de solicitările și consultările operate cu angajatorii, de concluziile formulate în rezultatul dezbaterilor organizate cu beneficiarii direcți (absolvenții programului și actualii studenți), de opiniile experților notorii în domeniu și de schimburile profesionale cu reprezentanți ai instituțiilor de învățămînt de peste hotare, ce au o experiență bogată în formarea specialiștilor de performanță în domeniul comunicării și relațiilor publice.

Formare ulterioară. Competențele obținute le oferă absolvenților programului de studii *Comunicare și relații publice* posibilitatea de a-și continua studiile la ciclul II – master și, ulterior, la ciclul III – doctorat. Studiile doctorale în domeniu pot fi desfășurate în cadrul Școlii doctorale de Științe Sociale.

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

Denumirea unitate de curs/modul <i>Module/The finality of study</i>	Cod <i>Code</i>	Nr. ECTS <i>ECTScredits</i>	Finalități de studiu și competențe							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Introducere în științele comunicării <i>Introduction into Communication Sciences</i>	F.01.O.001	6	+			+	+	+		+
Mass media și opinia publică/ <i>Mass media and public opinion</i>	F.01.O.002	5	+	+		+			+	
Retorică și persuasiune <i>Rhetoric and persuasion</i>	F.01.O.003	6	+	+		+	+	+		
Corectitudinea exprimării <i>The correctness of the expressions</i>	S.01.O.004	5	+			+	+	+	+	
Limba străină pentru comunicare <i>Foreign language for communication</i>	G.01.O.005	4				+				
Platforme mediatică digitale <i>Digital communication platforms</i>	G.01.O.006	4							+	
Teoria și practica relațiilor publice <i>Theories and technics of public relations</i>	F.02.O.008	5	+	+	+	+	+		+	
Redactarea textului <i>The redaction of the text</i>	F.02.O.009	6			+		+		+	+
Tehnici de influență și manipulare <i>Techniques of influence and manipulation</i>	F.02.O.010	5				+	+	+	+	
Comunicarea instituțională <i>The institutional communication</i>	S.02.O.011	4	+		+	+	+		+	
Comunicarea cu mass-media <i>The communication with the media</i>	G.02.O.012	4				+	+		+	
Filozofie <i>Philosophy</i>	U.02.A.013	4	+				+	+		
Istoria culturii și civilizației europene <i>The history of the European culture and civilization</i>	U.02.A.014	4	+				+	+		
Politologie <i>Political science</i>	U.02.A.015	4	+				+	+		
Sociologie <i>Sociology</i>	U.02.A.016	4	+				+	+		
Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Juridical-state institutions from the Republic of Moldova</i>	U.02.A.017	4	+				+	+		
Teoria imaginii <i>Theory of image</i>	F.03.O.019	5	+			+		+	+	
Legislația în domeniul comunicațional mediatic <i>Law in the media communication space</i>	F.03.O.020	4	+	+	+				+	
Managementul relațiilor publice <i>Public relations management</i>	S.03.O.021	5				+	+		+	+

Etică și integritate profesională <i>Ethics and professional integrity</i>	G.03.O.022	6	+	+	+			+		
Comunicarea internă <i>Internal Communication</i>	S.03.A.023	5		+		+	+	+	+	+
Campania promoțională <i>Promotional campaign</i>	S.03.A.024	5	+	+		+	+		+	
Economics <i>Economics</i>	U.03.A.025	5					+	+		
Republica Moldova: istorie, politică, societate <i>Republic of Moldova: history, politics, society</i>	U.03.A.026	5					+	+		
Integrare europeană <i>European integration</i>	U.03.A.027	5					+	+		
Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>Interpersonal and organizational communication culture</i>	U.03.A.028	5		+			+	+		
Etica și estetica <i>Ethics and aesthetics</i>	U.03.A.029	5		+	+					
Metode și strategii de PR și comunicare <i>Methods and strategies of PR and communication</i>	F.04.O.031	6			+	+		+	+	+
Negocierea și medierea conflictelor <i>Negotiation and mediation of conflicts</i>	F.04.O.032	4	+	+			+		+	
Teorii și tehnici ale publicității <i>Theories and technics of the publicity/advertising</i>	F.04.O.033	4			+	+	+	+	+	
Comunicarea în situații de criză <i>The crisis communication</i>	S.04.A.034	4	+	+		+		+		
Publicitatea audiovizuală <i>Audivisual advertising</i>	S.04.A.035	4	+	+		+		+		
Comunicarea socială <i>The social communication</i>	S.04.A.036	4			+	+		+		+
Publicitatea printată <i>Print advertising</i>	S.04.A.037	4		+				+	+	
Comunicarea politică <i>Political communication</i>	S.04.A.038	4	+		+		+		+	
Comunicarea economică <i>Economical communication</i>	S.04.A.039	4								
Metodologia cercetării <i>Research methodology</i>	F.05.O.041	6		+		+	+		+	+
Creativitatea în PR și publicitate <i>Creativity in PR and Advertising</i>	S.05.A.042	5			+	+	+	+	+	
Etică și responsabilitate în PR și publicitate <i>Ethics and responsibility in PR and advertising</i>	S.05.O.043	4	+	+	+	+		+		
Lobby și advocacy <i>Lobby and advocacy</i>	S.05.A.044	4	+	+		+			+	
Campania de comunicare publică <i>Public communication campaign</i>	S.05.A.045	4	+			+	+	+	+	
New media <i>New media</i>	S.05.A.046	5	+	+					+	+
Campania politică și electorală	S.05.A.047	5			+	+	+		+	

<i>Political and electoral campaign</i>										
Leadership <i>Leadership</i>	S.05.A.048	5	+	+					+	+
Tehnologii de formare a imaginii și PR politic <i>Technologies of formation imaging and political PR</i>	S.05.A.049	5			+	+				+
Introducere în branding <i>Introduction in branding</i>	S.05.A.050	5			+	+				+
Strategii și produse publicitare <i>Advertising strategies and products</i>	S.05.A.051	5				+				+
Comunicare și marketing digital <i>Digital communication and marketing</i>	S.05.A.052	5	+		+					+
Comunicarea interculturală <i>The intercultural communication</i>	S.06.A.154	3			+	+	+	+	+	+
Relații publice și publicitate online <i>Online public relations</i>	S.06.A.055	3			+	+	+	+		
Comunicarea vizuală <i>Visual communication</i>	S.06.A.056	4			+	+			+	
Marketing politic <i>Political marketing</i>	S.06.A.057	4		+		+	+	+		
Comunicarea comunitară <i>The community communication</i>	S.06.A.058	4			+	+	+			+
Gestionarea imaginii publice <i>Management of public image</i>	S.06.A.059	3	+		+	+	+			+
Event planning <i>Event planning</i>	S.06.A.060	3			+	+	+	+	+	
Comunicare și cultură organizațională <i>Organizational communication and culture</i>	S.06.A.061	3	+			+	+			+
Site-ul instituțional <i>The institutional site</i>	S.06.A.062	3				+	+	+		+