

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. 1511/21-007-2026
din/ date 31.03.2026
Ministru/ Minister _____



APROBAT
APPROVED

La ședința Senatului USM/ *MSU SENATE*

Proces verbal nr./ *minute no.* 11
din/ date 31.03.2026

Rector/ *Rektor* _____



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

Nivelul calificării conform ISCED și CNC – 7

Level of Qualification, ISCED – 7

Domeniul general de studiu – 031 Științe sociale și comportamentale

General Field of Study – 031 Social and Behavioural Sciences

Domeniul de formare profesională – 0314 Sociologie

Professional Training Field – 0314 Sociology

Program de master – Sondaje de opinie, marketing și publicitate

Master Programme – Polls, Marketing and Advertising

Tipul programului de master – Master profesional

Master Programme – Professional Master Programme

Numărul total de credite 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
Agencia Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
National Agency for Quality Assurance in
Education and Research

nr./ no. _____

din/ date _____

Luce

RESPONSABIL DE PROGRAM

Programme Coordinator:

Şef de departament/Head of Department

Anastasia OCERETNÎI

dr., conf. univ./PhD., Assoc.Prof.

Departamentul Sociologie şi Asistenţă socială

Department of Sociology and Social Work

Proces verbal nr. 06 din 29.01.2026

Minutes no. 06/2026

APROBAT:

Approved by:

Preşedintele Consiliului Calităţii USM

MSU Quality Assurance

Proces verbal nr. 05 din 26.03.2026

Minutes no. 05/2026

APROBAT:

Approved by:

**Preşedintele Consiliului Facultăţii Psihologie
şi Ştiinţe ale Educaţiei, Sociologie şi Asistenţă
Socială**

*Head of the Faculty Council of the Faculty Council
of the Faculty Psychology
and Education Sciences, Sociology and Social
Work*

Maia ŞEVCIUC

dr., prof. univ./PhD., Univ.Prof.

Proces verbal nr. 9 din 17.03.2026

Minutes no. 09/2026

CALENDARUL UNIVERSITAR
ACADEMIC CALENDAR

Anul de studii Academic Year	Activități didactice Didactic Activities		Sesiuni de examene Exams		Stagii de practică Internship	Vacanțe Vacations		
	Sem. I 1 st Semester	Sem. II 2 nd Semester	Sem. I 1 st Semester	Sem. II 2 nd Semester		Iarnă Winter	Primăvară Spring	Vară Summer
Anul I 1 st Year	Septembrie- Decembrie September- December (15 săptămâni 15 weeks)	Februarie- Mai February- May (15 săptămâni 15 weeks)	Decembrie- Ianuarie December- January (2 săptămâni 2 weeks)	Mai-Iunie May-June (3 săpt./3 weeks)	-	Ianuarie/Ja- nuary (4 săpt./4 weeks)	Paște/Easte- r (1 săpt./1 week)	Iunie- August (10 săpt./10 weeks)
Anul II 2 nd Year	Septembrie- Noiembrie September- November (10 săptămâni 10 weeks)	-	Decembrie- Ianuarie December- January (2 săptămâni 2 weeks)	-	Noiembrie- Decembrie November- December (6 săptămâni/6 weeks) Februarie February (3 săptămâni/3 weeks)	Ianuarie/Ja- nuary (4 săpt./4 weeks)	Paște/Easte- r (1 săpt./1 week)	-
Total nr. săpt. Total no. of weeks	25 săpt./25 weeks	15 săpt./15 weeks	4 săpt./4 weeks	3 săpt./3 weeks	9 săpt./19 weeks	8 săpt./8 weeks	2 săpt./2 weeks	10 săpt./10 weeks

MINIMUM-UL CURRICULAR ÎN DOMENIUL DE FORMARE PROFESIONALĂ
CURRICULAR PREREQUISITE

Cod Code	Denumirea unității de curs Name of the Course	Total ore Number of hours			Număr de ore pe tipuri de activități Number of hours by types of activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. credite Nr. of Credits
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Individual Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator / Practice Laboratory		
M.O.01	Sociologie generală //General Sociology	180	60	120	30	30	0	examen exam	6
M.O.02	Cadrul legislativ în domeniul social //Legislative framework in social field 1. Cadrul normativ și instituțional de reglementare a domeniului social/ Normative and Institutional Framework of Regulating Social Field 2. Abordări bazate pe drepturile omului/Human-rights Based Approaches	180	90 45 45	90 45 45	45 30 15	45 30 15	0	examen exam	6
M.O.03	Deontologia profesională // Professional Ethics 1. Comportamente și procese sociale contemporane/Contemporary Social Behaviors Processes 2. Deontologia sociologică /Sociological Ethics	180	90 60 30	90 60 30	45 30 15	45 30 15	0	examen exam	6
M.O.04	Metode cantitative de cercetare a fenomenelor sociale//Quantitative Research Methods of Social Phenomena	180	90	90	45	45	0	examen exam	6
M.O.05	Metode calitative de cercetare a fenomenelor sociale// Quantitative Research Methods of Social Phenomena	180	78	102	39	39	0	examen exam	6
Total Total		900	408	492	204	204	0	5 Exam.	30

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PE ANI DE STUDII
STUDY PLAN ON YEARS OF STUDIES

Cod Code	Denumirea unității de curs Name of the Course	Total ore Number of hours			Număr de ore pe tipuri de activități Number of hours by types of activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. credite Nr. of Credits
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Individual Study	Curs Course	Seminar Seminar	Practica/ Laborator Laboratory		
ANUL I 1 st YEAR									
Semestrul I 1 st Semester									
F.O.01	Comunicare și manipulare în mediul social// <i>Communication and Manipulation in Social Environment</i>	180	45	135	30	15	0	ex.	6
F.O.02	Fundamentele marketingului / <i>Fundamentals of Marketing</i>	180	45	135	30	15	0	ex.	6
F.O.03	Sociologia publicității / <i>Sociology of Publicity</i>	180	45	135	30	15	0	ex.	6
S.A.04 S.A.05	Aplicații statistice în cercetarea sociologică/ <i>Statistical Applications in Sociological Research</i> // Cercetarea socială avansată/ <i>Advanced Social Research</i>	180	45	135	15	0	30	ex.	6
S.O.06	Tehnici de sondare a opiniei publice (Proiect de semestru)/ <i>Polling Techniques (Semester Project)</i>	180	60	120	0	60	0	ex.	6
TOTAL SEM. I Total 1 st Semester		900	240	660	105	105	30	5	30
Semestrul II 2 nd Semester									
S.O.07	Sociologia consumului și a cumpărării/ <i>Sociology of Consumption and Purchasing</i>	150	45	105	30	15	0	ex.	5
F.O.08	Metode calitative de cercetare a comunicării/ <i>Qualitative Research Methods of Communication</i>	180	45	135	15	30	0	ex.	6
F.O.09	Marketing politic și analiză electorală/ <i>Political Marketing and Election Analysis</i>	180	45	135	30	15	0	ex.	6
S.A.10 S.A.11	Relații publice/ <i>Public Relations</i> Managementul imaginii/ <i>Image Management</i>	180	45	135	30	15	0	ex.	6
S.O.12	Cercetarea eficienței reclamelor (Proiect de semestru)/ <i>Advertising Effectiveness Research (Semester Project)</i>	210	60	150	-	60	0	ex.	7
Total Sem. II Total 2 nd Semester		900	240	660	105	135	0	5	30
TOTAL ANUL I Total number for the 1 st year of study		1800	480	1320	210	240	30	10	60
ANUL II 2 nd YEAR									
Semestrul III 3 rd Semester									
S.O.13	Monitorizare și evaluare în domeniul social în bază de evidențe/ <i>Based-Evidence Monitoring and Evaluation in Social Field</i>	150	36	114	18	18	0	ex.	5
S.O.14	Strategii de organizare a campaniilor publicitare/ <i>Organizational Strategies of Advertising Campaigns</i>	150	36	114	18	18	0	ex.	5
S.A.15 S.A.16	Analiza conținutului media/ <i>Media Content Analysis</i> Design aplicat/ <i>Applied design</i>	120	36	84	18	18	0	ex.	4
S.O.17	Marketing digital/ <i>Digital Marketing</i>	120	36	84	18	18	0	ex.	4
SP.O.18	Practica de specialitate <i>Speciality internship</i>	360	*260	100	260	0	0	ex.	12
Total Sem. III Total 3 rd Semester		900	404	496	332	72	0	5	30
Semestrul IV/ 4 th semester									
SP.O.19 Practica de cercetare/ <i>Research internship</i>		180	0	180	0	0	0	evaluare	6
Teza de master/ <i>Master thesis</i>		720	0	720	0	0	0	ex.	24
Total Sem. IV Total 4 th Semester		900	0	900	0	0	0	1	30
Total Anul II Total number for the 2 nd year of study		1800	404	1396	0	0	0	6	60
TOTAL TOTAL		3600	884	2716	542	312	30	16	120

* Notă: orele de contact direct pentru stagiile de practică sunt pentru activitatea studentului la entitate

STAGIILE DE PRACTICĂ INTERNSHIPS

Nr.	Tipul stagiului de practică <i>The internship</i>	Anul <i>Year</i>	Semestru <i>Semester</i>	Durata <i>Times</i>		Perioada desfășurării <i>Period</i>	Număr ECTS <i>Nr. of ECTS Credits</i>
				Săptămâni <i>Weeks</i>	Ore <i>Hours</i>		
1.	Practica de specialitate <i>Specialty internship</i>	2	III	6	360	10.11.2026- 19.12.2026	12
2.	Practica de cercetare <i>Research internship</i>	2	IV	6	180	01.02.2027- 12.03.2027	6
Total/ Total:				12	540		18

Ponderea unităților de curs/modulelor *Weight of course units/modules*

Tip unități/Type of unit	Total ore/Total hours	Total credite/Total credits	Pondere (%) /Weight (%)
Unități de curs/module fundamentale (F)/ <i>Fundamental course units/modules (F)</i>	900	30	25
Unități de curs/module de de specialitate (S) / <i>Specialty course units/modules (S)</i>	1440	48	40
Stagii de practică (SP)/ <i>Internships (SP)</i>	540	18	15
Teza de master/Master thesis	720	24	20

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR FINAL EVALUATION

Nr.	Forma de evaluare finală a studiilor <i>Form of final evaluation of the studies</i>	Termene de organizare <i>Period</i>	Nr. ECTS <i>Number of ECTS</i>
1	Teza de master/ <i>Master thesis</i>	Iunie <i>June</i>	24

NOTĂ EXPLICATIVĂ

1. Prezentarea succintă a profilului programului de master, precum și a domeniului de formare profesională și domeniului general 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. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității, racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu.

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.

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.

3. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Programul de studii 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 standardului de calificare aprobat prin ordinul Ministerului Educației și Cercetării nr.1671/2023, în special a setului de competențe și a rezultatelor învățării aferente acestora, 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 specialiști din domeniu, chestionare de evaluare a programului de studii de către studenți, 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.

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

Activitățile destinate facilitării procesului de elaborare a programului de studii sunt determinate în baza cadrului normativ în vigoare, inclusiv fiind racordate la standardul de calificare. În procesul de elaborare sunt desfășurate discuții cu angajatorii absolvenților programului de studii, în special instituțiile de cercetare publice și private, prin organizarea de ședințe de focus grup, completarea de chestionare de evaluare a calității pregătirii absolvenților (în perioada stagiilor de practică). Planul de studii a fost consultat cu Ministerul Muncii și Protecției Sociale. Totodată, studenții și absolvenții participă la evaluări a calității predării disciplinelor (prin instrumente de cercetare cantitativă și calitativă), fiind indicate solicitările cu privire la așteptările de la programul de studii. În cadrul ședințelor de departament propunerile sunt analizate împreună cu cadrele didactico-științifice, fiind ulterior operate modificările/ajustările în planul de învățământ de la program.

5. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă.

Absolventa(ul) programului de studii superioare de master, nivel 7 CNC, *Sondaje de opinie, marketing și publicitate*, dispune de competențe necesare realizării sarcinilor de proiectare a cercetărilor prin aplicarea metodelor calitative și cantitative, desfășurare a cercetărilor aplicative privind originea, dezvoltarea, structura, modelele sociale, elaborare a instrumentelor de cercetare, culegere a datelor în teren, determinare a metodelor de prelucrare și analiză avansată a datelor, prelucrarea datelor; elaborare a rapoartelor de cercetare în baza rezultatelor cercetării desfășurate și a recomandărilor privind îmbunătățirea situației, dezvoltarea teoriilor, modelelor și metodelor de interpretare și descriere a fenomenelor sociale; evaluarea rezultatului deciziilor privind politica socială; analiza și evaluarea datelor sociale etc. Deținătorul calificării în domeniul sociologiei poate desfășura: activități de asigurare a managementului unei instituții de cercetare; activități de proiectare și realizare a cercetărilor sociologice; activități de consultanță și asistență în utilizarea datelor cercetărilor sociologice.

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

6. Posibilitățile de angajare a absolvenților; corelate cu CORM și ESCO.

Deținătorul diplomei de master la programul de master *Sondaje de opinie, marketing și publicitate*, poate fi angajat în calitate de:

121301 Coordonator/coordonatoare de proiect

242220 Expert/expertă în politici publice

263206 Cercetător științific stagiar/cercetătoare științifică stagiară sociologie

263213 Consultant specialist/consultantă specialistă în domeniul sociologiei

263216 Sociolog/sociologă

212012 Demograf/demografă
242202 Analist/analistă politici publice
243102 Analist/analistă studii de piață

Absolvenții pot activa în cadrul instituțiilor de cercetare sociologică și de marketing, departamentelor de marketing, de publicitate, întreprinderi economice și comerciale; direcțiilor/secțiilor de statistică; autorităților publice centrale și locale; în cadrul în organizațiilor neguvernamentale naționale și internaționale din domeniul social etc.

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

Absolvenții programului de studii pot să își continue formarea academică la ciclul III de studii superioare de doctorat (nivel 8 CNC) sau la programe de formare a adulților.

8. Competențele generale și profesionale asigurate de programul de studii (lista).

Programul de studii contribuie la obținerea de competențe generale și profesionale, precum:

- CG 1. Elaborarea cadrului metodologic de cercetare a fenomenelor sociale.
- CG 2. Coordonarea procesului de implementare a proiectelor de cercetare sociologică.
- CG 3. Valorificarea datelor în documentele de politici sociale.
- CP 1. Dezvoltarea proiectului de cercetare sociologică.
- CP 2. Realizarea proiectelor de expertiză socială.
- CP 3. Integrarea rezultatelor în politici de dezvoltare socială.

9. Lista rezultatelor învățării.

Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:

- RI1. identifica modalitățile de cercetare intra și interdisciplinară a fenomenelor sociale.
- RI2. dezvolta proiecte de cercetare a fenomenelor sociale.
- RI3. elaborează reglementări și proceduri interne de lucru a echipelor de cercetare.
- RI 4. implementa proiecte de cercetare în corespundere cu standardele etice.
- RI 5. utiliza aplicații tehnologice pentru colectarea și prelucrarea datelor cantitative și calitative.
- RI 6. identifica criterii de validare a cercetărilor.
- RI 7. identifica impactul cercetării pentru dezvoltarea social-economică, prin stabilirea de soluții argumentate la problemele de cercetare posibil de integrat în politici, programe și strategii sociale.
- RI 8. monitoriza modalitatea de utilizare a datelor în dezvoltarea politicilor și serviciilor.
- RI 9. utiliza teoria sociologică și din domenii conexe în fundamentarea proiectelor de cercetare.
- RI 10. dezvoltă metodologia de cercetare adecvată studiilor aplicative.
- RI 11. planifică activități de cercetare sociologică a problemelor sociale.
- RI 12. aplică teorii și modele explicative în dezvoltarea abordărilor metodologice în raport cu scopul și obiectivele proiectelor de cercetare.
- RI 13. realizează activități de expertiză, consultanță și analitice.
- RI 14. evaluează decizii politice, științifice și tehnice cu impact asupra dezvoltării sociale.
- RI 15. monitoriza utilizarea rezultatelor cercetărilor în activitățile practice.
- RI 16. identifica riscurile care ar putea afecta calitatea datelor, formulând soluții pentru depășirea riscurilor.
- RI 17. elaborează modele explicative, prin aplicarea metodelor de interpretare și descriere a fenomenelor sociale.
- RI 18. elaborează propuneri cu privire la dezvoltarea socială care pot fi integrate în politici publice.

Explanatory Note

1. Brief presentation of the master's program profile, as well as the field of professional training and general field of study

*Profile of the Master's Program **Public Opinion Surveys, Marketing and Advertising** / Field of Professional Training **0314 Sociology** / General Field of Study **031 Social and Behavioral Sciences**.*

*The mission of the **Public Opinion Surveys, Marketing and Advertising** study program is to train highly qualified specialists in the study of public opinion, as well as in the research and analysis of advertising as an element of marketing. The program offers the possibility of continuing studies for graduates of higher education in the fields of sociology, journalism, communication sciences, social work, political science, law, and other related specializations.*

The master's program responds to contemporary requirements in the field of education and research, with particular emphasis on the integration of sociological research into other social domains. The demands of the national and European social and political space highlight the urgent need for high-quality theoretical and empirical information, which 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 consumer behavior through an interdisciplinary approach to the mechanisms of emergence, development, organization, and functioning of these social phenomena.

2. Program objectives, alignment with the university's mission, and correlation of the curriculum with international trends

*The objectives of the program correspond to the institutional development strategy through: the continuous improvement of the quality of the professional training program in relation to new social requirements; the permanent cooperation of the **Department of Sociology and Social Work** with the research community and employers regarding the enhancement of professional training of research specialists at national and international levels; promoting interest in diverse and complex data regarding social development; integrating research data into institutional, local, and social development strategies; attracting high-quality candidates for doctoral studies.*

*The study program **Public Opinion Surveys, Marketing and Advertising** and its curricular content are designed based on national issues and contexts, while also taking into account the international context. The program is aligned with similar programs developed by renowned universities in countries such as: Romania (Universities of Bucharest and Sibiu), United Kingdom (INTO University of Stirling), Sweden (Stockholm University), Italy (Rome Business School), Czech Republic (Charles University in Prague), Lithuania (Vilnius University). The modernization of the curriculum is carried out through continuous analysis of international trends in the training of professionals in this field and through research on phenomena related to the application of innovative strategies and methods.*

3. Evaluation of economic and social sector expectations

The study program is systematically monitored, evaluated, and updated in order to respond to labor market demands, reflect the transformation trends of society, and anticipate emerging social phenomena.

*The evaluation process of the demands and expectations of the socio-economic sector carried out within the **Department of Sociology and Social Work** includes the analysis of the qualification standard approved by Order of the Ministry of Education and Research No. 1671/2023, especially the set of competencies and the related learning outcomes.*

Various evaluation instruments are applied, such as: questionnaires assessing the competencies of graduates trained within the study program; focus groups and in-depth interviews with specialists in the field; questionnaires evaluating the study program completed by students; evaluation sheets and other tools.

As a result, subsequent activities are outlined, forming the basis for the development of the activity plan for the following academic year, as well as modifications to the curriculum, study plan, and internships.

The implementation of these activities contributes to improving the quality of the professional training process, ensuring compliance with national and international training standards as well as labor market requirements.

4. Consultation of partners in the process of developing the study program (employers, teachers, alumni, students, etc.)

The activities that support the development of the study program are based on current regulatory frameworks and aligned with the qualification standard. During the program development process, discussions are conducted with employers of program graduates, particularly from public and private research institutions, through focus group sessions and questionnaires that evaluate the quality of graduate preparation (especially during internships).

The study plan has been consulted with the Ministry of Labour and Social Protection. Additionally, students and alumni participate in assessments of teaching quality through quantitative and qualitative research tools, providing feedback and expectations related to the study program. During departmental meetings, these suggestions are reviewed with the academic staff and subsequently implemented as revisions or adjustments to the curriculum.

5. Relevance of the study program to the labor market

*Graduates of the master's program (Level 7 NQF) **Public Opinion Surveys, Marketing and Advertising** possess the competencies required to: design research projects using qualitative and quantitative methods; conduct applied research on the origin, development, structure, and models of social phenomena; develop research tools; collect field data; determine methods for data processing and advanced data analysis; data processing; develop research reports based on research results and recommendations for improving existing situations; develop theories, models, and methods for interpreting and describing social phenomena; evaluate policy decisions related to social policy; analyze and evaluate social data.*

Holders of qualifications in sociology may carry out: management activities within research institutions; design and implementation of sociological research; consulting and assistance activities in the use of sociological research data.

The relevance of the professional training program in Sociology through the master's program lies in creating optimal conditions for training high-performance specialists capable of conducting interdisciplinary and intradisciplinary sociological research, both applied and fundamental, contributing to identifying intervention areas for social development.

6. Employment opportunities for graduates (aligned with CORM and ESCO)

Holders of a master's degree in **Public Opinion Surveys, Marketing and Advertising** may be employed as:

121301 Project Coordinator

242220 Public Policy Expert

263206 Junior Scientific Researcher in Sociology

263213 Consultant Specialist in Sociology

263216 Sociologist

212012 Demographer

242202 Public Policy Analyst

243102 Market Research Analyst

Graduates may work in: sociological and marketing research institutions, marketing and advertising departments, economic and commercial enterprises, statistical offices, central and local public authorities, national and international non-governmental organizations in the social field.

7. Access to further studies for holders of diplomas from this program

Graduates of this program can pursue further academic training in: Third cycle PhD studies (Level 8 of the National Qualifications Framework); Adult education programs such as professional development or specialization courses.

8. General and professional competencies ensured by the study program

General Competencies:

GC1. Development of the methodological framework for researching social phenomena.

GC2. Coordination of the implementation process of sociological research projects.

GC3. Use of data in social policy documents.

Professional Competencies:

PC1. Development of sociological research projects.

PC2. Implementation of social expertise projects.

PC3. Integration of research results into social development policies.

9. List of learning outcomes

Upon graduation, the candidate will be able to:

LO1. Identify intra- and interdisciplinary research approaches to social phenomena.

LO2. Develop research projects addressing social phenomena.

LO3. Develop internal regulations and procedures for research teams.

LO4. Implement research projects in accordance with ethical standards.

LO5. Use technological applications for collecting and processing quantitative and qualitative data.

LO6. Identify criteria for validating research.

LO7. Identify the impact of research on socio-economic development by proposing evidence-based solutions to research problems that can be integrated into policies, programs, and social strategies.

LO8. Monitor the use of data in the development of policies and services.

LO9. Use sociological theory and related disciplines in substantiating research projects.

LO10. Develop research methodology appropriate for applied studies.

LO11. Plan sociological research activities addressing social problems.

LO12. Apply theories and explanatory models in developing methodological approaches in relation to research objectives.

LO13. Carry out expertise, consultancy, and analytical activities.

LO14. Evaluate political, scientific, and technical decisions with impact on social development.

LO15. Monitor the use of research results in practical activities.

LO16. Identify risks that may affect data quality and formulate solutions to mitigate them.

LO17. Develop explanatory models using methods for interpreting and describing social phenomena.

LO18. Develop proposals for social development that can be integrated into public policies.

LISTA COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII

Competențe generale și profesionale	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC
	<i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>
CG 1. Elaborarea cadrului metodologic de cercetare a fenomenelor sociale.	RI1. identifica modalitățile de cercetare intra și interdisciplinară a fenomenelor sociale.
	RI2. dezvoltă proiecte de cercetare a fenomenelor sociale.
	RI3. elaborează reglementări și proceduri interne de lucru a echipelor de cercetare.
CG 2. Coordonarea procesului de implementare a proiectelor de cercetare sociologică.	RI 4. implementa proiecte de cercetare în corespundere cu standardele etice.
	RI 5. utilizează aplicații tehnologice pentru colectarea și prelucrarea datelor cantitative și calitative.
	RI 6. identifica criterii de validare a cercetărilor.
CG 3. Valorificarea datelor în documentele de politici sociale. CP 1. Dezvoltarea proiectului de cercetare sociologică	RI 7. identifica impactul cercetării pentru dezvoltarea social-economică, prin stabilirea de soluții argumentate la problemele de cercetare posibil de integrat în politici, programe și strategii sociale.
	RI 8. monitorizează modalitatea de utilizare a datelor în dezvoltarea politicilor și serviciilor.
	RI 9. utilizează teoria sociologică și din domenii conexe în fundamentarea proiectelor de cercetare.
	RI 10. dezvoltă metodologia de cercetare adecvată studiilor aplicative.
	RI 11. planifică activități de cercetare sociologică a problemelor sociale.
CP 2. Realizarea proiectelor de expertiză socială.	RI 12. aplică teorii și modele explicative în dezvoltarea abordărilor metodologice în raport cu scopul și obiectivele proiectelor de cercetare.
	RI 13. realizează activități de expertiză, consultanță și analitice.
	RI 14. evaluează decizii politice, științifice și tehnice cu impact asupra dezvoltării sociale.
CP 3. Integrarea rezultatelor în politici de dezvoltare socială.	RI 15. monitorizează utilizarea rezultatelor cercetărilor în activitățile practice.
	RI 16. identifică riscurile care ar putea afecta calitatea datelor, formulând soluții pentru depășirea riscurilor.
	RI 17. elaborează modele explicative, prin aplicarea metodelor de interpretare și descriere a fenomenelor sociale.
	RI 18. elaborează propuneri cu privire la dezvoltarea socială care pot fi integrate în politici publice.

**MATRICEA DE CORELARE A COMPETENȚELOR ȘI REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII DIN STANDARDUL DE CALIFICARE CU
DISCIPLINELE/MODULELE DIN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT**

CORRELATION MATRIX OF THE LEARNING RESULTS, FORMED WITHIN THE PROGRAM WITH THOSE OF THE COURSE UNITS / MODULES

Denumirea disciplinei/modulului	Codul modului/ disciplinei	Nr.de credite de studii	Competențe																	
			Generale									Profesionale								
			CG1			CG2			CG3			CP1			CP2			CP3		
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Comunicare și manipulare în mediul social// <i>Communication and Manipulation in Social Environment</i>	F.O.01	6	0.5	0.5		0.25	0.25	0.25	0.25		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5			0.5	0.5
Fundamentele marketingului / <i>Fundamentals of Marketing</i>	F.O.02	6	1			1			1		1.5				1.5					
Sociologia publicității / <i>Sociology of Publicity</i>	F.O.03	6	0.5	0.5		0.5		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5					0.5		0.5
Aplicații statistice în cercetarea sociologică/ <i>Statistical Applications in Sociological Research</i> // Cercetarea socială avansată/ <i>Advanced Social Research</i>	S.A.04 S.A.05	6	0.5		1	0.5	0.5	0.5								0.5		0.5	1	1
Tehnici de sondare a opiniei publice (Proiect de semestru)/ <i>Polling Techniques (Semester Project)</i>	S.O.06	6	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.5			0.5				0.5		1	1	1
Sociologia consumului și a cumpărării/ <i>Sociology of Consumption and Purchasing</i>	S.O.07	5	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.5			0.5	0.5	0.5				0.5	0.5	0.5
Metode calitative de cercetare a comunicării/ <i>Qualitative Research Methods of Communication</i>	F.O.08	6	0.5	0.5		0.5		0.5	0.5	0.5	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.5	0.5		0.5
Marketing politic și analiză electorală/ <i>Political Marketing and Election Analysis</i>	F.O.09	6	0.5	0.5		0.5				0.5	0.5	0.5		0.5	0.5	0.5	0.5			1
Relații publice/ <i>Public Relations</i> Managementul imaginii/ <i>Image Management</i>	S.A.10 S.A.11	6	0.5						0.5	1	1			1	1	0.5	0.5			
Cercetarea eficienței reclamelor (Proiect de	S.O.12	7	0.5	0.5	0.5	0.25	0.5	0.5	0.25	0.25	0.25	0.5	0.5	0.5	0.5			0.5	0.5	0.5

Denumirea disciplinei/modului	Codul modului/ disciplinei	Nr.de credite de studii	Competențe																	
			Generale									Profesionale								
			CG1			CG2			CG3			CP1			CP2			CP3		
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
semestru)/Advertising Effectiveness Research (Semester Project)																				
Monitorizare și evaluare în domeniul social în bază de evidențe/Based-Evidence Monitoring and Evaluation in Social Field	S.O.13	5	0.25	0.25		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5			0.5			0.5	0.5			0.5
Strategii de organizare a campaniilor publicitare/Organizational Strategies of Advertising Campaigns	S.O.14	5				1			1		1				1		1			
Analiza conținutului media/Media Content Analysis Design aplicat/ Applied design	S.A.15 S.A.16	4	0.25	0.25		0.25	0.25	0.25	0.25		0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25		0.25	0.25	0.5
Marketing digital/ Digital Marketing	S.O.17	4				1			1				1		1					
Practica de specialitate Speciality internship	SP.O.18	12	1	1	1	1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1	1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Practica de cercetare/ Research internship	SP.O.19	6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5		0.5			0.5	0.5	0.5				0.5	0.5	0.5
Teza de master/ Master thesis		24	2			2	2		2		2	2	2	2		2	1	2	1	2
Total		120	9,00	5,00	3,50	10,25	5,50	4,00	9,75	3,75	8,25	6,50	7,00	7,50	7,50	6,00	4,50	6,75	5,75	9,50