

**MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
AL REPUBLICII MOLDOVA**

CADRUL NAȚIONAL AL CALIFICĂRILOR

APROBAT

Ministerul Educației și Cercetării


Dan PERCIUN, Ministru

„13” decembrie 2023



DECIZIA

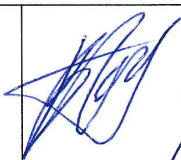
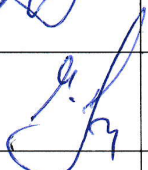
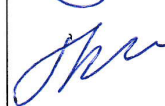

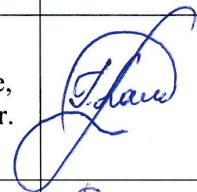
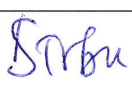
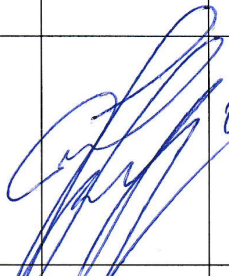

Consiliului Național pentru Calificări

nr. 18 din 06 noiembrie 2023

STANDARD DE CALIFICARE

DOMENIUL GENERAL DE STUDII	032 Jurnalism și informare
DOMENIUL DE FORMARE PROFESIONALĂ	0321 Jurnalism și comunicare
PROGRAMUL DE STUDII	0321.2 Comunicare și relații publice
DENUMIREA CALIFICĂRII	Licențiat în Științe ale comunicării
NIVELUL CALIFICĂRII	6 CNC

FIȘA DE VALIDARE A CONFORMITĂȚII

Nr. crt	Instituția/Organizația/ Structura	Numele, Prenumele	Funcția, titlul științific/ gradul didactic	Semnătura	Data
MEMBRII GRUPULUI DE LUCRU CARE AU ELABORAT STANDARDUL DE CALIFICARE					
1.	Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării	BULICANU Victoria	Decană, conf. univ., dr.		5.10.23
2.	Universitatea de Stat din Moldova	STEPANOV Georgeta	Prof. univ., dr. hab.		5.10.23
3.	Universitatea de Stat din Moldova, Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului	TACU Mariana	Șefă Departament, conf. univ., dr.		5.10.23
4.	Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării	RUSNAC Ludmila	Prodecană, conf. univ., dr.		5.10.23
5.	Centrul Republican pentru Copii și Tineret "ARTICO", Secția Relații Internaționale și Comunicare	TUGAREV Laura	Șefă de secție, conf. univ., dr.		5.10.23
6.	Centrul pentru Jurnalism Independent	SÂRBU Ana	Producătoare, copywriter		5.10.23
7.	Instituția publică națională a audiovizualului „TELERADIO-MOLDOVA” Proiectul <i>Călătorii cu gust</i>	GUȚU Vitalie	Director de proiect		05.10.2023
8.	Compania <i>Anturaj Group</i>	TOACĂ Mariana	Specialistă principală în comunicare și PR		05.10.23

COMISIA DE VALIDARE A STANDARDULUI DE CALIFICARE

Nr. crt	Instituția/Organizația/ Structura	Numele, Prenumele	Funcția, titlul științific/gradul didactic	Semnătura	Data
1.	Consiliului de supraveghere și dezvoltare al IP Compania „Teleradio-Moldova”	GHERASIM Arcadie	președinte al Consiliului	<i>Ambrasiu</i>	17.10.23
2.	Canalul de televiziune „TVR Moldova”	MOCANU Nicolae	director	<i>Mocanu</i>	17.10.23
3.	Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova	MARCU Mariana	controlor de stat superior	<i>Marcu</i>	17.10.23
4.	Radio Europa Liberă Moldova	POPUȘOI Cristina	jurnalist	<i>Popusie</i>	17.10.23
5.	Instituția Publică Agenția Informațională de Stat „Moldpres”	BEREGOI Petru	director	<i>Bergoi</i>	17.10.23
6.	Academia de Studii Economice din Moldova	GRIGOROI Lilia	expert în elaborarea standardelor de calificare	<i>L. Grigoi</i>	17.10.23

FIȘA DE CONSULTARE

Nr. crt	Instituția/Organizația/ Structura	Numele, Prenumele	Funcția, titlul științific/gradul didactic	Semnătura	Data
PARTENERI SOCIALI					
1.	Structura socială a Mitropoliei Basarabiei <i>Diaconia</i>	CEBAN Ana	șef departament Comunicare	<i>A. Ceban</i>	5.10.23
2.	Compania de retail Kaufland	ARAMĂ Cristina	PR manager	<i>AR</i>	5.10.23
3.	Agenția de publicitate WeUrban	RĂU Dumitru	director	<i>Rău</i>	5.10.23
4.	Agenția de rezerve materiale a Ministerului Afacerilor Interne	CAZAC-BERDAGA Diana	șef secția Resurse Umane	<i>Diana</i>	5.10.23
5.	Asociația Jurnaliștilor de Mediu și Turism Ecologic din Republica Moldova	CURCHI Lilia	director executiv	<i>Curchi</i>	4.10.23

FORMULARUL CALIFICĂRII

Descrierea calificării	<p>Calificarea <i>Licențiat în Științe ale comunicării</i>, nivel 6 CNC, se acordă absolvenților programului de studii Comunicare și relații publice și confirmă competențele acestora pentru a realiza activități de comunicare în contextul îndeplinirii funcțiilor în domeniul relațiilor publice și publicității și este capabil să utilizeze tehnici moderne de realizare și de administrare a activității.</p> <p>Activitatea de muncă în domeniul comunicării reunește un spectru larg de activități, printre care:</p> <ul style="list-style-type: none"> - elaborarea materialelor de relații publice; - organizarea evenimentelor de relații publice; - elaborarea și implementarea strategiilor de comunicare; - consultarea managerilor privind aparițiile în presă și spațiul public; - elaborarea de mesaje publicitare, inclusiv integrate; - administrarea conturilor de socializare; - desfășurarea activităților de promovare offline și online etc. <p>Deținătorul calificării în domeniul științelor comunicării poate desfășura: activități de elaborare a conținuturilor de relații publice, menținere a procesului de comunicare eficientă în interiorul organizației și la nivel extra-organizațional; activități de elaborare și implementare a strategiilor de comunicare; activități de consultanță, asistență, reprezentare în spațiul public; activități de colaborare cu mass-media; activități de promovare a produselor, serviciilor, persoanelor, activități de elaborare a conținuturilor de publicitate și promoționale; activități de management al conținutului în mediul online. Profilul profesionistului din acest domeniu este caracterizat de mai multe competențe, fiind capabil să-și aplice expertiza în diverse segmente din piața muncii. Competențele profesionale sunt orientate spre a dezvolta și realiza efectiv capacitatea de coordonare, monitorizare, supraveghere și gestionare eficientă a colectivităților profesionale.</p>
Nivel de calificare	6 CNC
Grup/grupuri-țintă	<ul style="list-style-type: none"> - Absolvenți de liceu, colegiu, centru de excelență; - prestatori de programe de educație și formare profesională; - angajatori; - alte părți interesate.
Tipul programului de formare profesională	Program de învățământ superior, ciclul I
Forma de organizare a studiilor	<ul style="list-style-type: none"> - cu frecvență; - cu frecvență redusă; - studii la distanță.
Durata și volumul studiilor	3 ani – 180 de credite de studii
Condiții de acces	<ul style="list-style-type: none"> - Nivelul minim necesar de studii: studii liceale. - Actul de studii care permite accesul la nivelul respectiv de calificare: - Diplomă de bacalaureat sau echivalentul acesteia; - Diplomă de studii profesionale; - Alt act de studii echivalent, recunoscut de autoritatea competentă.

Stagii de practică	<p>Tipurile stagiilor de practică:</p> <ul style="list-style-type: none"> - de inițiere în specialitate; - de specialitate; - practica de cercetare/de licență. <p>Numărul de credite de studii alocate stagiilor de practică se încadrează în limita 10-12% din numărul de credite per program.</p>
Actul de studii, titlul /calificarea atribuită	<ul style="list-style-type: none"> - Diplomă de studii superioare de licență și Supliment descriptiv conform Europass; - Titlul: <i>Licențiat în Științe ale comunicării</i> (Conform Anexei nr. 2 la ordinul nr. 1017/2018, cu privire la punerea în aplicare a Hotărârii Guvernului nr 482/2011) - https://mecc.gov.md/sites/default/files/corelarea_titluri_licenta-master-doctor.pdf
Dezvoltare profesională/ proiectarea carierei	<p>Continuarea studiilor la ciclul II, studii superioare de master (nivel 7 CNC).</p> <p>Formarea profesională continuă: programe de perfecționare/specializare, cu durata 150-900 ore/5-30 credite de studii.</p>
Oportunități de angajare în câmpul muncii	<p>Specialistul <i>Licențiat în Științe ale comunicării</i> poate fi angajat în calitate de:</p> <p>243211 Specialist/specialistă în relații publice 243104 Copywriter (textier/textieră) 243108 Social media manager 243112 Specialist/specialistă în publicitate 243213 Specialist/specialistă protocol și ceremonial 333906 Asistent/asistentă în relații publice și comunicare</p>
Cerințe legale speciale	<p>Apt de muncă din punct de vedere fizic și psihic. Nu sunt alte cerințe legale speciale care limitează obținerea calificării de către persoanele care îndeplinesc condițiile de acces stipulate mai sus.</p>

LISTA OCUPAȚIILOR TIPICE

Domeniul de formare profesională	Ocupații tipice conform CORM (006-2021)	Ocupații tipice conform ESCO 08	Ocupații tipice conform ISCO-08	Alte clasificări relevante CAEM/ISIC/OMC
0321 Jurnalism și comunicare	243104 Copywriter (textier/textieră) 243108 Social media manager 2431112 Specialist/specialistă în publicitate 243206 Organizator/organizatoare târguri și expoziții 243207 Prezentator/prezentatoare expoziții 243208 Purtător/purtătoare de cuvânt 243211 Specialist/specialistă în relații publice 243213 Specialist/specialistă protocol și ceremonial 333201 Asistent/asistentă în organizarea evenimentelor 333202 Manager de evenimente 333906 Asistent/asistentă în relații publice și comunicare	2431 Specialiști în publicitate și marketing 2431.1 Redactor de publicitate 2431.3 Specialist în publicitate/specialistă în publicitate 2431.13 Specialist marketing în rețea/specialistă marketing în rețea 2431.16 asistent promovare 2432 Specialiști în relații publice 2432.4 Consultant comunicare interculturală 2432.5 strategist rețele de socializare 2432.7 responsabil pentru relațiile cu presa 2432.9 ofițer relații publice/purtător de cuvânt 3332 Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente - Asistent organizare evenimente responsabil evenimente	2431 <i>Specialiști în publicitate și marketing</i> - asistent promovare - copywriter publicitate - specialist în publicitate/specialistă în publicitate 2432 <i>Specialiști în relații publice</i> - consultant comunicare interculturală - consultant relații publice - ofițer relații publice 3332 <i>Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente</i> - Asistent organizare evenimente responsabil evenimente	M – Activități profesionale, științifice și tehnice 73. Publicitate și activitate de studiere a pieței 73.1 Publicitate 73.11 Activități ale agențiilor de publicitate 73.12 Servicii de reprezentare media

COMPETENȚE RELEVANTE CALIFICĂRII

Standard de calificare: *Licențiat în Științe ale comunicării*, nivel 6 CNC

Program de studii: *Comunicare și relații publice*

Domeniul de formare profesională: *0321 Jurnalism și comunicare*

Aprobat prin ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 1676 din 13.12.2023

COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)	CT 1. Gestionarea activității profesionale și de formare profesională în condiții de autonomie și independență CT 2. Executarea activităților specifice muncii în echipă sau independent, în funcție de cerințele activității profesionale CT 3. Utilizarea eficientă a resurselor de comunicare și negociere CT 4. Extinderea cadrului relațional cu scopul consolidării interacțiunilor sociale CT 5. Utilizarea eficientă a resurselor tehnologice în activitatea profesională CT 6. Integrarea abilităților de inițiativă, creativitate și focusare pe rezultat CT 7. Aplicarea principiilor de etică, deontologie și integritate profesională
COMPETENȚE GENERALE (CG)	CG 1. Operarea eficientă cu date și informații din interiorul și exteriorul organizației CG 2. Asigurarea procesului de organizare și realizare a activităților de comunicare și relații publice, publicitate și promovare CG 3. Crearea produselor de comunicare CG 4. Utilizarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor de comunicare CG 5. Gestionarea procesului de distribuire a produselor de comunicare CG 6. Evaluarea constantă a eficienței activităților de comunicare realizate
COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)	Arie ocupațională 1: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE CP 1. Elaborarea produselor de comunicare prin procesarea informațiilor CP 2. Operaționalizarea strategiei de comunicare instituțională la nivel intern și extern, adaptabilă priorităților instituției CP 3. Crearea materialelor de relații publice CP 4. Conceperea evenimentelor speciale pentru presă CP 5. Aplicarea exigențelor de protocol și ceremonial în desfășurarea întâlnirilor cu caracter oficial CP 6. Distribuirea materialelor de relații publice în spațiul extra-organizațional Arie ocupațională 2: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE PUBLICITATE ȘI PROMOTING CP 7. Procesarea informațiilor în vederea elaborării produselor publicitare și conceperii activităților de promovare CP 8. Generarea produselor publicitare CP 9. Utilizarea eficientă a programelor de software în procesul de elaborare a produselor publicitare și promoționale CP 10. Realizarea activităților de promovare în spațiul public a bunurilor și serviciilor CP 11. Distribuirea produselor publicitare și promoționale în circuitul informațional

**TRANSPUNEREA COMPETENȚELOR
DIN STANDARDUL DE COMPETENȚĂ ÎN REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII**

Aria de competență	Competențe	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC	Module/discipline ce conduc la formarea
--------------------	------------	---	---

<i>(etape, faze ale prestării serviciului/producerii)</i>	profesionale conform standardului de competență	<i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>	de competențe profesionale
COMPETENȚE GENERALE			
1. Documentarea și analiza problemei/situației de comunicare	CG 1. Operarea eficientă cu date și informații din interiorul și exteriorul organizației	1. evalua informațiile și datele colectate din mediul intern și extra-organizațional în procesul documentării, în vederea realizării într-o manieră eficientă și rentabilă a activităților profesionale specifice.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducere în științele comunicării; ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Discurs public și analiză critică; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Gestionarea imaginii publice; ▪ Comunicare și cultură organizațională.
2. Proiectarea și producerea de conținut	CG 2. Asigurarea procesului de organizare și realizare a activităților de comunicare și relații publice, publicitate și promovare	2. stabili o conlucrare efectivă cu factorii de decizie interni și entități din mediul extern (organizații neguvernamentale, agenți economici, organe ale puterii de stat, mass-media, societatea civilă), în vederea facilitării transferului de informație și sporirii competitivității și vizibilității în spațiul public.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Responsabilitatea socială în PR; ▪ Legislația în domeniul mediatic-comunicațional; ▪ Comunicarea interculturală; ▪ Gestionarea imaginii publice; ▪ Comunicare și cultură organizațională.
	CG 3. Crearea produselor de comunicare	3. elaborează diverse produse de comunicare (sub formă de mesaje și activități de relații publice, produse publicitare, materiale de promovare), reieșind din necesitățile organizației și scopul urmărit, în vederea diseminării către publicul țintă.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Norme și interpretări gramaticale; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Redactarea textului; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Creativitatea în PR și publicitate; ▪ Teorii și tehnici ale publicității; ▪ Publicitatea audiovizuală; ▪ New media; ▪ Comunicarea vizuală; ▪ Tehnica vorbirii; ▪ Tehnologii informaționale MOJO (Mobile Journalism).

3. Difuzarea și integrarea conținutului	CG 4. Utilizarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor de comunicare	4. utiliza eficient instrumente TIC și programe de software specifice în activitățile profesionale de concepere și distribuire a produselor de comunicare integrate, complexe, pentru a spori calitatea și atractivitatea lor pe piața media, asigurând un feedback pozitiv din partea publicului țintă.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tehnologii informaționale MOJO; ▪ Discurs public și analiză critică; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ New media; ▪ Comunicarea vizuală; ▪ Creativitatea în PR și publicitate; ▪ Teorii și tehnici ale publicității;
	CG 5. Gestionarea procesului de distribuire a produselor de comunicare	5. selecta canalele interne și externe de comunicare, pentru integrarea produselor de comunicare complexe în circuitul informațional.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Comunicare și dialog cultural; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Tehnologii de formare a imaginii; ▪ Introducere în branding; ▪ Comunicarea vizuală; ▪ Gestionarea imaginii publice; Comunicare și cultură organizațională.
	CG 6. Evaluarea constantă a eficienței activităților de comunicare realizate	6. sintetiza reacțiile publicului țintă (organizații, mass-media, societatea civilă, contribuabili simpli) asupra activității de comunicare desfășurate, în condiții de monitorizare continuă a atitudinii față de organizație	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionarea imaginii publice; ▪ Comunicare și cultură organizațională; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Tehnologii de formare a imaginii; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Discurs public și analiză critică.
COMPETENȚE PROFESIONALE SPECIFICE			
Arie ocupațională 1: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE			
1. Documentarea și analiza problemei/situației de comunicare	CP 1. Elaborarea produselor de comunicare prin procesarea informațiilor	7. realiza o documentare detaliată și multispectuală prin colectarea datelor și informațiilor privind contextul de comunicare și produsul ce urmează a fi elaborat, în vederea stabilirii metodelor și instrumentelor de lucru	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducere în științele comunicării; ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Legislația în domeniul mediatic-comunicațional; ▪ Tehnologii de formare a imaginii; ▪ Gestionarea imaginii publice; ▪ Comunicare și cultură organizațională.

	<p>CP 2. Operaționalizarea strategiei de comunicare instituțională la nivel intern și extern, adaptabilă priorităților instituției</p>	<p>8. implementa strategia de comunicare a instituției, în condițiile procesului de actualizare constantă, dezvoltând mecanisme de consultare a opiniei publice, în vederea amplificării relațiilor de încredere și colaborare eficientă;</p> <p>9. prezenta produse ale procesului de comunicare internă, elaborând materiale privind procesele comunicaționale instituționale (rapoarte, statistici, newsletter, materiale informative, documente scrise formale).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducere în științele comunicării; ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Discurs public și analiză critică; ▪ Comunicare și dialog cultural; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare.
<p>2. Proiectarea și producerea de conținut</p>	<p>CP 3. Crearea materialelor de relații publice</p>	<p>10. redacta diverse materiale de relații publice (sub formă de comunicate, fișiere de presă, mape de presă, revista presei, declarații de presă, discursuri, invitații, articole pentru site-ul instituțional), în vederea facilitării transferului de informații către publicul interesat</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Redactarea textului; ▪ Discurs public și analiză critică; ▪ Comunicare și dialog cultural; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Responsabilitatea socială în PR; ▪ Legislația în domeniul mediatic-comunicațional; ▪ Etică și integritate profesională; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Negocierea și medierea conflictelor; ▪ Tehnologii de formare a imaginii.
	<p>CP 4. Conceperea evenimentelor speciale pentru presă</p>	<p>11. organiza evenimente speciale pentru presă (sub formă de conferințe, briefinguri, tururi de presă, vizite de presă, recepții pentru presă), în vederea impulsivării procesului de producție a materialelor jurnalistice și stabilirea de noi contacte cu reprezentanții mass-mediei</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Redactarea textului; ▪ Discurs public și analiză critică; ▪ Comunicare și dialog cultural; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Responsabilitatea socială în PR; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Tehnologii de formare a imaginii; ▪ Tehnica vorbirii.

	CP 5. Aplicarea exigențelor de protocol și ceremonial în desfășurarea întâlnirilor cu caracter oficial	12. organiza întâlniri cu caracter oficial (sub formă de întreveneri, negocieri, vizite de lucru, întruniri, interviuri, acorduri de colaborare, reuniuni, jubilee, etc), prin implementarea cerințelor privind protocolul și ceremonialul instituțional; 13. desfășura activități de instruire și asistență factorilor de decizie privind aparițiile publice, în vederea pregătirii acestora pentru susținerea interviurilor, discursurilor oficiale și declarațiilor de presă.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tehnica vorbirii; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Tehnologii de formare a imaginii; ▪ Discurs public și analiză critică; ▪ Comunicare și dialog cultural; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Responsabilitatea socială în PR.
3. Difuzarea și integrarea conținutului	CP 6. Distribuirea materialelor de relații publice în spațiul extra-organizațional	14. stabili relații de conlucrare cu instituțiile mass-mediei, în vederea distribuirii materialelor de relații publice în concordanță cu necesitățile strategice și solicitările parvenite la adresa instituției; 15. administra pagina web și conturile instituției de pe rețelele de socializare, prin aplicarea instrumentelor digitale de elaborare și integrare a conținuturilor în rețeaua internet (plasarea articolelor integrate, postărilor, comunicatelor, gestionarea comentariilor); 16. gestiona materialele publicate în mass-media tradițională (radio, tv, presă print) și pe platformele instituțiilor de presă online privitor la organizație, în condiții de monitorizare constantă a imaginii instituției în spațiul public.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicarea instituțională; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Redactarea textului; ▪ Discurs public și analiză critică; ▪ Comunicare și dialog cultural; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Tehnologii informaționale MOJO (Mobile Journalism); ▪ Responsabilitatea socială în PR; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ New media; ▪ Tehnologii de formare a imaginii.
Arie ocupațională 2: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE PUBLICITATE ȘI PROMOTING			
1. Documentarea și analiza problemei/situației de comunicare	CP7. Procesarea informațiilor în vederea elaborării produselor publicitare și conceperii activităților de	17. evalua piața pentru a stabili poziționarea și vizibilitatea produsului sau serviciului în spațiul informațional public, sau pentru a dezvolta oportunități de piață pentru produsele și serviciile noi; 18. stabili publicul țintă către care se orientează activitatea de publicitate și promovare, în vederea	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Creativitatea în PR și publicitate; ▪ Teorii și tehnici ale publicității; ▪ Publicitatea audiovizuală;

	promovare	elaborării profilului psiho-sociologic al audienței strategice.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ New media; ▪ Introducere în branding; ▪ Comunicarea vizuală.
2. Proiectarea și producerea de conținut	CP8. Generarea produselor publicitare	<p>19. elabora conceptul pentru diverse mesaje cu conținut publicitar (în format text, audio, video, produs integrat), respectând cerințele de realizare a acestora în funcție de tipul de publicitate selectat;</p> <p>20. crea materiale de publicitate pentru diferite medii de publicitate (mass-media tradițională, mass-media digitală, spațiul web, publicitate indoor și outdoor), în vederea realizării obiectivelor de vânzări.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilitatea socială în PR; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Creativitatea în PR și publicitate; ▪ Teorii și tehnici ale publicității; ▪ Publicitatea audiovizuală; ▪ New media; ▪ Tehnologii informaționale MOJO (Mobile Journalism); ▪ Introducere în branding
	CP 9. Utilizarea eficientă a programelor de software în procesul de elaborare a produselor publicitare și promoționale	21. aplica programe de software specifice noilor medii în crearea produselor publicitare și promoționale integrate, în vederea fortificării calității și atractivității acestora pe piață.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Responsabilitatea socială în PR; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Creativitatea în PR și publicitate; ▪ Teorii și tehnici ale publicității; ▪ New media; ▪ Introducere în branding; ▪ Comunicarea vizuală; ▪ Tehnologii informaționale MOJO (Mobile Journalism).
3. Difuzarea și integrarea conținutului	CP 10. Realizarea activităților de promovare în spațiul public a bunurilor și serviciilor	22. elabora materiale promoționale (sub formă de broșuri, pliante, story-uri, pop-upuri pentru rețele sociale, flyere, manuale de identitate vizuală, spoturi de promovare, articole cu elemente de identitate instituțională), prin aplicarea programelor de machetare pentru imagine și text în procesul de editare computerizată;	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Norme și interpretări gramaticale; ▪ Cadrul relațional instituțional; ▪ Redactarea textului; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare; ▪ Lobby și advocacy;

		23. desfășura activității specifice de promovare a bunurilor și serviciilor în mediul offline și mediul online (sponsorizări, evenimente de networking, prezentări, retargetare, campanii de influencing, etc), pentru a mări prestigiul și gradul de recunoaștere al mărcii.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creativitatea în PR și publicitate; ▪ New media; ▪ Tehnologii de formare a imaginii; ▪ Tehnologii informaționale MOJO (Mobile Journalism).
	CP 11. Distribuirea produselor publicitare și promoționale în circuitul informațional	24. gestiona distribuirea produselor publicitare și promoționale în spațiul offline și online, utilizând instrumentele specifice de promovare, în vederea facilitării procesului decizional de achiziție a produselor și serviciilor și consolidare a mărcii.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ New media; ▪ Tehnologii de formare a imaginii; ▪ Tehnologii informaționale MOJO; ▪ Teoria și practica relațiilor publice; ▪ Tehnici de influență și manipulare; ▪ Strategii și tehnici de PR și comunicare.

DETALIEREA REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII, CORESPUNZĂTOR COMPETENȚELOR, ÎN TERMENI DE CUNOȘTINȚE, APTITUDINI, RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ȘI STABILIREA NIVELULUI MINIM DE COMPETENȚĂ NECESAR DE ATINS/DEMONSTRAT

COMPETENȚA PROFESIONALĂ			NIVEL MINIM DE COMPETENȚĂ ATINS/DEMONSTRAT
REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII			
CUNOȘTINȚE (K)	APTITUDINI (S)	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE (RA)	
Rezultatele învățării, nivel 6 CNC			
https://europa.eu/europass/system/files/2020-05/Legal%20text-RO.pdf (Anexa II)			
Cunoștințe avansate într-un domeniu de muncă sau de studiu, care implică înțelegerea critică a teoriilor și principiilor.	Aptitudini avansate, care denotă control și inovare, necesare pentru a rezolva probleme complexe și imprevizibile într-un domeniu de muncă sau de studiu specializat.	Gestionarea de activități sau proiecte tehnice sau profesionale complexe, prin asumarea responsabilității pentru luarea deciziilor în situații de muncă sau de studiu imprevizibile. Asumarea responsabilității pentru gestionarea dezvoltării profesionale a indivizilor și a grupurilor.	

COMPETENȚE PROFESIONALE GENERALE. REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII

CG 1. Operarea eficientă cu date și informații din interiorul și exteriorul organizației

Rezultatul învățării 1. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate* evalua informațiile și datele colectate din mediul intern și extra-organizațional în procesul documentării, în vederea realizării într-o manieră eficientă și rentabilă a activităților profesionale specifice.

<p>K1 Reguli și principii de colectare a informațiilor și datelor referitoare la probleme/situații concrete.</p> <p>K2 Metode științifice de colectare a datelor și informațiilor referitoare la probleme/situații concrete.</p>	<p>S1 Aplică regulile și principiile de colectare a informațiilor și datelor referitoare la probleme/situații concrete;</p> <p>S2 Utilizează metode științifice de colectare a informațiilor și datelor referitoare la probleme/situații concrete;</p> <p>S3 Evaluează informații și date referitoare la probleme concrete.</p>	<p>Absolventul evaluează în mod autonom datele și informațiile colectate în procesul de analiză și sinteză, raportându-le într-un mod responsabil la situații de comunicare concrete.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifică resurse de analiză și documentare relevante pentru situația de comunicare; - evaluează sursele de informare la care poate apela; - formulează concluzii și stabilește o soluție în baza evaluării proprii.
--	--	---	---

CG 2. Asigurarea procesului de organizare și realizare a activităților de comunicare și relații publice, publicitate și promovare

Rezultatul învățării 2. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate* stabili o concluzie efectivă cu factorii de decizie interni și entități din mediul extern (organizații neguvernamentale, agenți economici, organe ale puterii de stat, mass-media, societatea civilă), în vederea facilitării transferului de informație și sporirii competitivității și vizibilității în spațiul public.

<p>K1 Reguli de dezvoltare a relațiilor sociale.</p> <p>K2 Principii de desfășurare a procesului decizional.</p> <p>K3 Tehnici profesionale de conlucrare cu factorii de decizie.</p>	<p>S1 Stabilește reguli de dezvoltare a relațiilor sociale în interiorul organizației și mediul extern;</p> <p>S2 Aplică principiile de desfășurare a procesului decizional;</p> <p>S3 Proiectează tehnici de interacțiune cu persoanele cu abilitate decizională.</p>	<p>Absolventul în mod autonom și responsabil poate dezvolta relații de colaborare cu factorii de decizie din interiorul instituției și alte organizații, pentru a asigura un circuit informațional bidirecțional continuu al informației.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aplică 2-3 tehnici profesionale de conlucrare cu factorii de decizie ce țin de implementarea soluției; - identifică entitățile din mediul extern cu care trebuie să fie stabilite relații de interconectivitate.
--	---	---	---

CG 3. Crearea produselor de comunicare

Rezultatul învățării 3. *Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate* elabora diverse produse de comunicare (sub formă de mesaje și activități de relații publice, produse publicitare, materiale de promovare), reieșind din necesitățile organizației și scopul urmărit, în vederea diseminării către publicul țintă.

<p>K1 Strategii de relaționare.</p> <p>K2 Tipuri de produse de comunicare.</p> <p>K3 Cerințe privind elaborarea conținuturilor de comunicare.</p>	<p>S1 Delimitează strategiile de relaționare în vederea realizării sarcinilor;</p> <p>S2 Elaborează produse de comunicare</p>	<p>Absolventul în mod autonom elaborează diferite tipuri de produse de comunicare și respectă cu responsabilitate</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aplică exigențele structurale în elaborarea produselor de comunicare;
--	---	---	---

	specifice necesității organizației; S3 Aplică normele de concepere și structurare a produselor de comunicare.	exigențele impuse privind elaborarea produselor	- poate lua o decizie asumată privind tipul de produs de comunicare necesar a fi elaborat în funcție de context; - poate elabora cel puțin 4 tipuri de produse de comunicare.
CG 4. Utilizarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de distribuție și distribuire a conținuturilor de comunicare			
Rezultatul învățării 4. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> utiliza eficient instrumente TIC și programe de software specifice în activitățile profesionale de concepere și distribuire a produselor de comunicare integrate, complexe, pentru a spori calitatea și atractivitatea lor pe piața media, asigurând un feedback pozitiv din partea publicului țintă.			
K1 Instrumente TIC. K2 Principii de selectare a programelor de software. K3 Tehnici de aplicare a programelor de editare.	S1 Selectează instrumentele TIC pentru realizarea produsului; S2 Stabilește principiile de selecție a programelor de software; S3 Determină tehnicile prin intermediul cărora poate aplica programele de editare text/video.	Absolventul autonom și responsabil aplică în cadrul activității profesionale instrumente TIC și programe de software, în procesul de elaborare și mediatizare a materialelor și activităților de comunicare	Absolventul: - utilizează 2 principii de selectare a programelor de software, pentru a crea produsul; - poate opera cu instrumente TIC de bază la elaborarea produselor de comunicare.
CG 5. Gestionarea procesului de distribuire a produselor de comunicare			
Rezultatul învățării 5. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> selecta canalele interne și externe de comunicare (documente de uz intern, prezentări și machete grafice, mass-media tradițională, spațiul web), pentru integrarea produselor de comunicare complexe în circuitul informațional.			
K1 Canale interne de comunicare. K2 Canale externe de comunicare. K3 Tehnici de selectare a canalelor de comunicare. K4 Termeni de elaborare a produsului.	S1 Delimitează între canale de comunicare internă și canale de comunicare externă; S2 Aplică tehnici de selectare a canalelor de comunicare; S3 Respectă termenii de elaborare a produsului.	Absolventul în mod autonom și aplicând principiile responsabilității, identifică canalele de comunicare pentru diseminarea produsului, în dependență de obiectivele activității de comunicare și auditoriul către care se orientează activitatea de comunicare.	Absolventul: - identifică 2-3 canale de comunicare în interiorul organizației pentru diseminarea informației; - distinge 2-3 canale externe de comunicare, utilizate pentru injectarea produselor în circuitul informațional; - poate elabora în termen un produs de comunicare.
CG 6. Evaluarea constantă a eficienței activităților de comunicare realizate			
Rezultatul învățării 6. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> sintetiza reacțiile publicului țintă (organizații, mass-media, societatea civilă,			

contribuabili simpli) asupra activității de comunicare desfășurate, în condiții de monitorizare continuă a atitudinii față de organizație			
K1 Tehnici de monitorizare a opiniei publice. K2 Criterii și indicatori de apreciere a datelor. K3 Metode de evaluare a eficienței activității de comunicare.	S1 Delimitează tehnici de monitorizare a opiniei publice; S2 Operează cu criteriile și indicatorii de evaluare a datelor; S3 Aplică metode de evaluare a activităților desfășurate; S4 Stochează și raportează reacțiile publicului țintă factorilor de decizie din interiorul instituției.	Absolventul în mod autonom aplică în cadrul activității profesionale tehnici de monitorizare a opiniei publice, utilizând cu responsabilitate criteriile și indicatorii de evaluare a datelor, în vederea stabilirii unui tablou clar privind eficacitatea activității de comunicare.	Absolventul: - identifică cel puțin o tehnică de monitorizare a opiniei publice; - distinge 2-3 criterii aplicabile în procesul de evaluare a datelor; - poate lucra cu indicatorii de apreciere; - formulează concluzii clare și argumentate în urma monitorizării pieței.
COMPETENȚE PROFESIONALE SPECIFICE. REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII			
Arie ocupațională 1: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE			
CP 1. Elaborarea produselor de comunicare prin procesarea informațiilor			
Rezultatul învățării 7. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate realiza o documentare detaliată și multiaspectuală prin colectarea datelor și informațiilor privind contextul de comunicare și produsul ce urmează a fi elaborat, în vederea stabilirii metodelor și instrumentelor de lucru.			
K1 Metode de colectare și înregistrare a informațiilor. K2 Tipuri de surse. K3 Principii și reguli de interacțiune cu sursele de informare. K4 Instrumente de lucru.	S1 Aplică regulile și metodele științifice în colectarea informațiilor; S2 Alege metodele optime de colectare a informațiilor; S3 Operează cu diferite tipuri de surse; S4 Aplică principiile și regulile de interacțiune cu sursele de informații; S5 Identifică instrumentele de lucru.	Absolventul autonom se poate documenta privind contextul de comunicare și produsul ce trebuie elaborat, interacționând cu responsabilitate cu sursele de informare, pentru a obține datele necesare.	Absolventul: - stabilește 2 metode optime de colectare a informațiilor; - identifică 1-2 modalități de înregistrare și stocare a informațiilor; - identifică instrumentele de lucru necesare; - identifică regulile de interacțiune cu sursele de informare.
CP 2. Operaționalizarea strategiei de comunicare instituțională la nivel intern și extern, adaptabilă priorităților instituției			
Rezultatul învățării 8. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate implementa strategia de comunicare a instituției, în condițiile procesului de actualizare constantă, dezvoltând mecanisme de consultare a opiniei publice, în vederea amplificării relațiilor de încredere și colaborare eficientă.			
K1 Strategia de comunicare a instituției. K2 Principii de actualizare a strategiei de comunicare. K2 Mecanisme de consultare a opiniei	S1 Implementează strategia de comunicare a instituției; S2 Aplică în mod eficient metodele și principiile de actualizare a strategiei de comunicare;	Absolventul în mod autonom și aplicând principiile responsabilității, implementează și actualizează în caz de necesitate strategia de	Absolventul: - aplică strategia de comunicare a instituției; - identifică cel puțin 2 indicatori, ce atestă necesitatea actualizării

publice.	S ₃ Aplică mecanisme de consultare a opiniei publice.	comunicare a instituției, pentru a asigura un randament înalt al imaginii organizației în spațiul public.	strategiei de comunicare; - stabilește cel puțin 2 mecanisme de consultare a opiniei publice.
Rezultatul învățării 9. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> prezenta produse ale procesului de comunicare internă, elaborând materiale privind procesele comunicaționale instituționale (rapoarte, statistici, newsletter, materiale informative, documente scrise formale).			
K ₁ Comunicare instituțională. K ₂ Procese comunicaționale interne. K ₃ Tehnici de elaborare a documentelor de uz intern. K ₄ Tipuri de documente de uz intern.	S ₁ Utilizează regulile și principiile de comunicare la nivel instituțional; S ₂ Identifică procesele comunicaționale interne; S ₃ Delimitează tehnicile de elaborare a documentelor de uz intern; S ₃ Operează cu documente de uz intern.	Absolventul în mod autonom și responsabil elaborează produse de comunicare, ca finalitate a proceselor de comunicare internă, aplicând regulile și principiile de operare cu documentele de uz intern.	Absolventul: - aplică principiile de comunicare în cadrul instituției; - identifică procesele comunicaționale ce se desfășoară în interiorul instituției; - distinge tipuri de documente de uz intern, elaborate de către specialistul în comunicare.
CP 3. Crearea materialelor de relații publice			
Rezultatul învățării 10. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> redacta diverse materiale de relații publice (sub formă de comunicate, fișiere de presă, mape de presă, revista presei, declarații de presă, discursuri, invitații, articole pentru site-ul instituțional), în vederea facilitării transferului de informații către publicul interesat.			
K ₁ Tipuri de materiale de relații publice. K ₂ Reguli și principii de elaborare a conținuturilor de relații publice. K ₃ Structura și particularitățile materialelor de relații publice în funcție de tip.	S ₁ Distinge tipurile de materiale de relații publice; S ₂ Determină regulile și principiile de elaborare a conținuturilor de relații publice; S ₃ Aplică principiile și regulile de structurare a conținuturilor de relații publice în funcție de tip; S ₄ Aplică cerințele în elaborarea conținuturilor de relații publice.	Absolventul în mod autonom elaborează diferite tipuri de conținuturi de relații publice, aplicând cu responsabilitate regulile și principiile de elaborare, pentru a asigura eficiența dispersiei informației în spațiul public.	Absolventul: - distinge 3 tipuri de materiale de relații publice; - poate structura materialele de relații publice în funcție de tip; - identifică particularitățile a 3 tipuri de conținuturi de relații publice.
CP 4. Conceperea evenimentelor speciale pentru presă			
Rezultatul învățării 11. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> organiza evenimente speciale pentru presă (sub formă de conferințe, briefinguri, tururi de presă, vizite de presă, recepții pentru presă), în vederea impulsivării procesului de producție a materialelor jurnalistice și stabilirea de noi contacte cu reprezentanții mass-mediei.			
K ₁ Tipuri de evenimente speciale	S ₁ Distinge tipurile de evenimente	Absolventul în mod autonom	Absolventul:

<p>pentru presă. K2 Particularități ale evenimentelor speciale pentru presă. K3 Tehnici de organizare și desfășurare a evenimentelor speciale pentru presă.</p>	<p>speciale pentru presă ; S2 Determină scopul și obiectivele evenimentului ce urmează a fi organizat; S3 Aplică principiile de management al unui eveniment organizat în mod special pentru reprezentanții mass-media; S4 Identifică tehnicile de desfășurare a evenimentelor speciale.</p>	<p>poate organiza diverse evenimente speciale pentru presă și aplică cu responsabilitate tehnicile de organizare și desfășurare a evenimentelor speciale pentru presă.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - distinge tipurile de evenimente speciale pentru presă; - identifică 2 tehnici de organizare a evenimentelor de acest tip; - sintetizează caracteristicile a cel puțin 2 tipuri de evenimente speciale pentru presă.
CP 5. Aplicarea exigențelor de protocol și ceremonial în desfășurarea întâlnirilor cu caracter oficial			
<p>Rezultatul învățării 12. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate organiza întâlniri cu caracter oficial (sub formă de întrevederi, negocieri, vizite de lucru, întruniri, interviuri, acorduri de colaborare, reuniuni, jubilee, etc), prin implementarea cerințelor privind protocolul și ceremonialul instituțional.</i></p>			
<p>K1 Tipuri de întâlniri cu caracter oficial. K2 Tehnici de organizare și desfășurare. K2 Particularități ale întâlnirilor cu caracter oficial.</p>	<p>S1 Identifică tipurile de întâlniri cu caracter oficial, organizate de către comunicatori; S2 Determină particularitățile întâlnirilor cu caracter oficial; S3 Aplică tehnicile specifice în organizarea și desfășurarea întâlnirilor cu caracter oficial.</p>	<p>Absolventul în mod autonom organizează diverse întâlniri cu caracter oficial, aplicând cu responsabilitate tehnicile de organizare și desfășurare a acestui gen de activități.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifică cel puțin 3 tipuri de întâlniri cu caracter oficial; - sintetizează particularitățile a cel puțin 3 tipuri de întâlniri cu caracter oficial; - distinge 2-3 tehnici de desfășurare a întâlnirilor cu caracter oficial.
<p>Rezultatul învățării 13. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate desfășura activități de instruire și asistență factorilor de decizie privind aparițiile publice, în vederea pregătirii acestora pentru susținerea interviurilor, discursurilor oficiale și declarațiilor de presă.</i></p>			
<p>K1 Tehnici de instruire și asistență. K2 Strategii și tehnici de elaborare a discursului public. K2 Pregătirea pentru interviuri și declarații de presă.</p>	<p>S1 Distinge lacunele în vederea instruirii factorilor de decizie privind aparițiile publice; S2 Identifică strategia și tehnicile aplicabile în elaborarea discursului public; S3 Aplică tehnicile de pregătire pentru susținerea interviurilor și a declarațiilor de presă.</p>	<p>Absolventul în mod autonom și responsabil desfășoară activități de instruire și asistență factorilor de decizie privind aparițiile publice, în vederea pregătirii acestora pentru susținerea interviurilor, discursurilor oficiale și declarațiilor de presă.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aplică tehnicile de elaborare a unui discurs public ; - identifică 2-3 tehnici specifice de instruire privind susținerea interviurilor și a declarațiilor de presă.
CP 6. Distribuirea materialelor de relații publice în spațiul extra-organizațional			

Rezultatul învățării 14. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate stabili relații de conlucrare cu instituțiile mass-mediei, în vederea distribuirii materialelor de relații publice în concordanță cu necesitățile strategice și solicitările parvenite la adresa instituției.</i>			
K1 Tipuri de instituții de presă. K2 Particularități ale instituțiilor de presă tradiționale. K3 Particularități ale instituțiilor de presă în format online. K4 Principii de colaborare cu instituțiile mass-media. K5 Tipuri de fișiere de presă.	S1 Distinge tipurile de instituții de presă; S2 Determină particularitățile instituțiilor de presă tradiționale și ale instituțiilor de presă în format online; S3 Aplică principiile de colaborare cu instituțiile mass-media, pentru distribuirea informației; S4 Elaborează fișiere de presă.	Absolventul în mod autonom desfășoară activități de dezvoltare și consolidare a relațiilor cu instituțiile mass-mediei tradiționale și în format digital, elaborând fișiere de presă și, în deplină responsabilitate, răspunde solicitărilor informaționale ale presei.	Absolventul: <ul style="list-style-type: none"> - identifică tipurile de instituții de presă ; - distinge particularitățile instituțiilor de presă tradiționale și ale instituțiilor de presă în format online; - delimitează cel puțin 3 principii de colaborare cu instituțiile mass-media; - aplică exigențele de redactare a fișierului de presă.
Rezultatul învățării 15. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate administra pagina web și conturile instituției de pe rețelele de socializare, prin aplicarea instrumentelor digitale de elaborare și integrare a conținuturilor în rețeaua internet (plasarea articolelor integrate, postărilor, comunicatelor, gestionarea comentariilor).</i>			
K1 Principii de management al paginii web a instituției. K2 Tehnici de administrare a informațiilor pe rețelele de socializare.	S1 Realizează managementul paginii web a instituției; S2 Utilizează tehnici de administrare a conturilor instituției pe rețelele de socializare.	Absolventul în mod autonom desfășoară activități de administrare a paginii instituționale pe internet și a conturilor instituției pe rețelele de socializare și aplică cu responsabilitate instrumente de elaborare și integrare a conținuturilor digitale.	Absolventul: <ul style="list-style-type: none"> - distinge principiile de bază privind administrarea paginii web a organizației ; - aplică tehnicile de lucru pe rețelele de socializare ; - stabilește procedura de deschidere a unui cont de social media; - delimitează exigențele de elaborare a conținuturilor digitale
Rezultatul învățării 16. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate gestiona materialele publicate în mass-media tradițională (radio, tv, presă print) și pe platformele instituțiilor de presă online privitor la organizație, în condiții de monitorizare constantă a imaginii instituției în spațiul public.</i>			

<p>K₁ Particularitățile revistei presei. K₂ Tipuri de revistă a presei. K₃ Tehnici de elaborare a revistei presei.</p>	<p>S₁ Identifică tipurile de revistă a presei; S₂ Aplică tehnicile de elaborare a revistei presei. S₃ Realizează revista presei.</p>	<p>Absolventul în mod autonom gestionează materialele publicate în mass-media și aplică cu responsabilitate tehnici de elaborare a revistei presei.</p>	<p>Absolventul: - aplică metodele de selectare și colectare a materialelor relevante despre instituție, publicate în mass-media ; - delimitează tipurile de revistă a presei ; - aplică tehnici de elaborare a revistei presei, în funcție de tip.</p>
Arie ocupațională 2: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE PUBLICITATE ȘI PROMOTING			
CP 7. Procesarea informațiilor în vederea elaborării produselor publicitare și conceperii activităților de promovare			
Rezultatul învățării 17. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua piața pentru a stabili poziționarea și vizibilitatea produsului sau serviciului în spațiul informațional public, sau pentru a dezvolta oportunități de piață pentru produsele și serviciile noi</i>			
<p>K₁ Metode de colectare a datelor și informațiilor pe piața de publicitate. K₂ Tehnici de elaborare a brief-ului clientului. K₃ Tehnici de elaborare a brief-ului de creație.</p>	<p>S₁ Aplică regulile și metodele științifice de colectare a datelor și informațiilor pe piața de publicitate; S₂ Elaborează brie-ful clientului; S₃ Aplică tehnici de elaborarea brief-ului de creație pentru produse sau servicii.</p>	<p>Absolventul în mod autonom și responsabil analizează piața, colectând informații privind produsul publicitar ce urmează a fi elaborat</p>	<p>Absolventul: - aplică metodele de evaluare a pieței de publicitate; - aplică tehnici de elaborare a brief-ului de client și a brief-ului de creație.</p>
Rezultatul învățării 18. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate stabili publicul țintă către care se orientează activitatea de publicitate și promovare, în vederea elaborării profilului psiho-sociologic al audienței strategice și cererii potențiale.</i>			
<p>K₁ Metode de stabilire a publicului țintă. K₂ Tipuri de consumatori. K₂ Tehnici de elaborare a profilului psiho-sociologic al publicului țintă.</p>	<p>S₁ Identifică metodele de identificare a publicului țintă; S₂ Analizează tipurile de consumatori; S₃ Aplică tehnici în procesul de elaborare a profilului psiho-sociologic al publicului țintă.</p>	<p>Absolventul în mod autonom identifică publicul țintă către care se orientează activitatea de publicitate, aplicând cu responsabilitate tehnici de elaborare a profilului psiho-sociologic al audienței strategice.</p>	<p>Absolventul: - identifică tipurile de consumatori și caracteristicile acestora; - distinge metodele de stabilire a audienței strategice; - aplică tehnici de identificare a publicului țintă.</p>
CP 8. Generarea produselor publicitare			
Rezultatul învățării 19. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate elabora conceptul pentru diverse mesaje cu conținut publicitar (în format text, audio, video, produs integrat), respectând cerințele de realizare a acestora în funcție de tipul de publicitate selectat.</i>			

<p>K₁ Tipuri de produse publicitare. K₂ Exigențe de elaborare a produselor de publicitate în funcție de tip.</p>	<p>S₁ Deosebește tipurile de produse publicitare; S₂ Aplică cerințele de elaborare a conținuturilor publicitare în dependență de tip; S₃ Utilizează formatele rich-media în crearea conținuturilor de publicitate.</p>	<p>Absolventul în mod autonom generează diferite tipuri de produse publicitare și manifestă responsabilitate în respectarea exigențelor de elaborare a acestui gen de conținuturi.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - distinge cel puțin 3 tipuri de produse de publicitate; - identifică strategia de elaborare a conceptului pentru mesajul publicitar; - elaborează conceptul unui spot de publicitate radio și tv; - demonstrează abilități de creare a mesajului de publicitate simplu și a produsului integrat.
<p>Rezultatul învățării 20. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> crea materiale de publicitate pentru diferite medii de publicitate (mass-media tradițională, mass-media digitală, spațiul web, publicitate indoor și outdoor), în vederea realizării obiectivelor de vânzări.</p>			
<p>K₁ Medii principale și secundare pentru producțiile de publicitate. K₂ Principii și tehnici de elaborare a conținuturilor de publicitate pentru mediul online. K₃ Principii și tehnici de elaborare a conținuturilor de publicitate pentru mass-media. K₃ Principii și tehnici de elaborare a conținuturilor de publicitate indoor și outdoor.</p>	<p>S₁ Identifică mediile pentru producțiile de publicitate; S₂ Aplică instrumentele necesare în elaborarea mesajelor publicitare pentru mediul online; S₃ Distinge normele de redactare a conținuturilor de publicitate pentru presa tradițională; S₄ Aplică principiile și tehnicile de elaborare a conținuturilor de publicitate indoor și outdoor.</p>	<p>Absolventul în mod autonom și respectând principiile responsabilității concepe conținuturi de publicitate pentru diferite medii de publicitate, având în vedere obiectivele de vânzări ale clientului.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analizează comparativ mediile de publicitate; - distinge tehnicile de redactare a conținutului de publicitate pentru mediul online și presa tradițională; - aplică principiile de elaborare a cel puțin 2 produse publicitare indoor și outdoor.
<p>CP 9. Utilizarea eficientă a programelor de software în procesul de elaborare a produselor publicitare și promoționale</p>			
<p>Rezultatul învățării 21. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> aplica programe de software specifice noilor media în crearea produselor publicitare și promoționale integrate, în vederea fortificării calității și atractivității produselor pe piața de desfacere.</p>			
<p>K₁ Programe de montaj video și procesare text. K₂ Tehnici de lucru cu programele de editare K₃ Metode de aplicare a softurilor new media.</p>	<p>S₁ Identifică programele de montaj video și editare text; S₂ Operează cu programe de software specifice noilor media: Openshot, FlexClip, Text Editor.</p>	<p>Absolventul în mod autonom și responsabil utilizează sistematic programe de software specifice noilor media în crearea produselor publicitare și promoționale integrate.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifică programe de montaj video și editare text; - aplică tehnici de lucru cu programele de editare; - demonstrează abilități de aplicare a softurilor Openshot, FlexClip, Text

			Editor în elaborarea produselor.
CP 10. Realizarea activităților de promovare în spațiul public a bunurilor și serviciilor			
Rezultatul învățării 22. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> elabora materiale promoționale (sub formă de broșuri, pliante, story-uri, pop-upuri pentru rețele sociale, flyere, manuale de identitate vizuală, spoturi de promovare, articole cu elemente de identitate instituțională), prin aplicarea programelor de machetare pentru imagine și text în procesul de editare computerizată.			
K₁ Tipuri de materiale promoționale. K₂ Tehnici de elaborare a conceptului pentru materialele promoționale. K₃ Exigențe de structurare a conținutului promoțional în funcție de tip.	S₁ Deosebește tipurile de materiale promoționale; S₂ Aplică tehnicile de elaborare a conceptului pentru materialele promoționale; S₃ Aplică exigențe de structurare a conținutului promoțional în funcție de tip.	Absolventul în mod autonom și responsabil elaborează conceptul și creează materiale promoționale ce pot fi utilizate în mediul offline și mediul online, în contextul activităților de promovare.	Absolventul: - delimitează cel puțin 5 tipuri de materiale promoționale; - elaborează conceptul unui conținut promoțional; - explică exigențele de structurare a conținutului promoțional în funcție de tip.
Rezultatul învățării 23. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> desfășura activități specifice de promovare a bunurilor și serviciilor în mediul offline și mediul online (sponsorizări, evenimente de networking, prezentări, retargetare, campanii de influencing, etc), pentru a mări prestigiul și gradul de recunoaștere al mărcii.			
K₁ Tipuri de activități de promovare. K₂ Instrumente de promovare offline. K₃ Instrumente de promovare online.	S₁ Distinge tipurile de activități de promovare; S₂ Operează cu instrumente de promovare online; S₃ Aplică instrumente de promovare offline în activitățile curente.	Absolventul în mod autonom și respectând principiile responsabilității realizează activități de promovare variate, cu aplicarea instrumentelor de promovare online și offline.	Absolventul: - identifică obiectivele unei activități de promovare; - aplică cel puțin 3 instrumente de promovare online a produselor și serviciilor; - valorifică setul de instrumente în activitățile de promovare în mediul offline.
CP 11. Distribuirea produselor publicitare și promoționale în circuitul informațional			
Rezultatul învățării 24. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> gestiona distribuirea produselor publicitare și promoționale în spațiul offline și online, utilizând instrumentele specifice de promovare, în vederea facilitării procesului decizional de achiziție a produselor și serviciilor și consolidare a mărcii.			

<p>K₁ Metode și tehnici de promovare online.</p> <p>K₂ Metode și tehnici de promovare offline.</p>	<p>S₁ Identifică metodele și tehnicile de promovare online și offline a conținuturilor de publicitate și promoționale;</p> <p>S₂ Operează cu metodele de promovare online și offline în activitățile curente.</p>	<p>Absolventul în mod autonom și responsabil gestionează procesul de integrare a produselor de publicitate și promoționale în spațiul public offline și online.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aplică cel puțin 2 tehnici de promovare în spațiul offline; - sintetizează cel puțin 2 tehnici inovative de promovare în spațiul online.
--	---	---	---

CERINȚE ȘI CRITERII DE EVALUARE

A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII ÎN VEDEREA ATRIBUIRII CALIFICĂRII

1. CERINȚE GENERALE

Nr. crt.	Cerințe	Descriptori
1.	Condiții de admitere pentru evaluarea finală	La examenul de finalizare a studiilor superioare de licență sunt admiși studenții care au realizat integral Planul de învățământ și au obținut creditele aferente unităților de curs/modulelor obligatorii și opționale urmate.
2.	Forma de evaluare finală a rezultatelor învățării	Evaluarea finală la studiile superioare de licență, ciclul I, constă în prezentarea publică a tezei de licență (de cercetare sau de creație).
3.	Condiții organizatorice de realizare a evaluării finale și certificării calificării	<p>Organizarea și desfășurarea evaluării finale a studiilor superioare de licență se realizează în conformitate cu prevederilor Regulamentului-cadru privind organizarea examenului de finalizare a studiilor superioare de licență, aprobat conform cadrului normativ aprobat.</p> <p>Procedura de susținere a tezei de licență este stipulată în cadrul Ghidului privind susținerea tezelor de licență și master la FJȘC. Pentru coordonarea activităților de elaborare a tezei de licență de cercetare sau de creație, departamentul de specialitate numește un conducător științific (cadru didactic ce deține titlul științific de doctor în științe). Realizarea și prezentarea tezei de licență denotă nivelul de realizare de către student a finalităților de studii, precum și a competențelor generice și specifice dobândite de către absolvenți pe parcursul studiilor.</p> <p>Tematica tezelor de licență este elaborată la departamentele de specialitate și aprobată de către Consiliul facultății. Susținerea tezelor de licență este publică.</p>
4.	Cerințe generale față de modalitatea de evaluare și instrumentele utilizate în procesul de evaluare	<p>Prezentarea tezelor de licență se realizează în cadrul Comisiilor pentru de licență pe domenii de formare profesională/specialități. Comisia se constituie prin ordinul rectorului, la propunerea consiliului facultății și își desfășoară activitatea conform prevederilor Regulamentului-cadru.</p> <p>Teza de licență va fi apreciată conform următoarelor criterii: realizarea studiului/cercetării propriu-zise, conținutul și forma prezentării lucrării, susținerea tezei de licență (prezentarea cercetării, utilizarea mijloacelor tehnice, discuțiile la subiect, răspunsurile la întrebări venite din partea membrilor Comisiei de licență pentru autorul tezei).</p> <p>La susținerea publică în comisie sunt admise tezele care au îndeplinit criteriile verificării în programele autorizate de anti- plagiat.</p> <p>Activitatea Comisiei de licență este consemnată în procese-verbale, care fixează cum a fost apreciat absolventul la susținerea probei respective sau la susținerea tezei de licență, întrebările suplimentare, opinia separată a unor membri ai comisiei la insistența acestora.</p>

		<p>Procesele-verbale sunt semnate de președinte și membrii Comisiei de licență prezenți la examen și se păstrează în arhiva instituției organizatoare.</p> <p>Președintele Comisiei de licență va prezenta un raport privind prezentarea publică a tezelor de licență în Comisie, în care va consemna modalitatea în care s-a desfășurat procedura de susținere, va indica cele mai bune lucrări care au fost prezentate, precum și va recomanda mecanisme de îmbunătățire a procedurii de susținere și/sau de îmbunătățire a conținutului lucrărilor de licență.</p>
5.	Cerințe generale față de evaluatori	<p>Comisia de licență se constituie conform prevederilor Regulament-cadru, și constă din președinte, vicepreședinte, 2 membri ai comisiei (examinatori) și secretar. În componența Comisiei pot fi incluse cadre didactice cu titlu științific și titlu științifico-didactic de la departamentele de specialitate din cadrul instituției cât și din alte instituții de învățământ superior sau cercetători științifici din instituții de cercetare-dezvoltare. Se permite includerea în componența Comisiei de licență a unui specialist practician de înaltă calificare, cu experiență bogată și autoritate profesională.</p> <p>Președinții Comisiilor sunt desemnați prin ordinul rectorului instituției superioare de învățământ, în baza propunerilor departamentelor de specialitate. În calitate de președinte al comisiei de licență pot fi desemnați specialiști în domeniul respectiv (profesori universitari, conferențieri universitari, cercetători științifici, deținători ai titlurilor onorifice, specialiști practicieni de înaltă calificare), care nu activează în cadrul instituției vizate.</p>
6.	Cerințe generale față de atribuirea calificării	<p>Calificarea se atribuie în baza constatării realizării integrale a programului de studii și deținerii de către absolvent a rezultatelor învățării stabilite prin actualul Standard.</p>

2. FORMELE DE EVALUARE A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII ÎN VEDEREA ATRIBUIRII CALIFICĂRII

Evaluarea finală a studiilor superioare de licență, ciclul I, constă în prezentarea publică a tezei de licență.

- Teza de licență de cercetare/creație este un proiect care înglobează rezultatele unor cercetări științifice și de creație, efectuate de student în vederea soluționării anumitor probleme actuale și importante, de nivel local, național și internațional, din domeniul comunicațional.
- Teza de licență are drept scop aprofundarea cunoștințelor într-un anumit domeniu al specialității și formarea abilităților de cercetare teoretică și practică.
- Tema tezei valorifică cunoștințele acumulate pe parcursul anilor de studii și-i oferă studentului posibilitatea de a le aplica în practică și de a-și aduce contribuția personală la soluționarea unor aspecte derivate din temă. Formularea și determinarea problemei de cercetare, a temei tezei și a ipotezei de lucru pot fi dictate de necesitățile practicii, dar și de imperative pur teoretice ce țin de dezvoltarea domeniului comunicării

3. CRITERIILE DE EVALUARE A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII ȘI DESCRIPTORII DE NOTE

Evaluarea rezultatelor învățării la studii superioare de licență se face cu note de la "10" la "1", la care se

aplică și scala de notare cu calificative recomandate în Sistemul European de Credite Transferabile (A, B, C, D, E, F). Echivalarea cu scara națională de notare se face după cum urmează: A: 9,01–10,00; B: 8,01–9,00; C: 7,01–8,00; D: 6,01–7,00; E: 5,0–6,00; FX: 3,01–4,99; F: 1,00–3,00.

Obținerea notelor 1-4 nu permit atribuirea calificării.

Descriptorii de note pentru teza de licență de cercetare:

Criterii de evaluare	Foarte bine (10-9,00)	Bine (8,99-7,00)	Satisfăcător (6,99-5,00)	Nesatisfăcător (<5,00)
Gradul corespunderii tezei specialității solicitate	Teza corespunde completamente specialității solicitate	Teza corespunde în mare parte specialității solicitate	Teza corespunde parțial specialității solicitate	Teza nu corespunde specialității solicitate
Corespunderea temei tezei esenței materialului lucrării	Tema tezei corespunde esenței materialului lucrării completamente	Tema tezei corespunde esenței materialului lucrării în mare parte	Tema corespunde esenței materialului lucrării parțial	Tema nu corespunde esenței materialului lucrării
Actualitatea temei	Tema tezei corelează totalmente cu cerințele și necesitățile societății	Tema tezei corelează în temei cu cerințele și necesitățile societății	Tema tezei corelează parțial cu cerințele și necesitățile societății	Tema tezei nu corelează cu cerințele și necesitățile societății
Proporționarea conținuturilor tezei	Materialul prezentat în capitole este total echilibrat	Materialul prezentat în capitole este suficient de echilibrat	Materialul prezentat în capitole este parțial dezechilibrat	Materialul prezentat în capitole este total dezechilibrat
Metodologia cercetării	Metodologia cercetării este relevantă	Metodologia cercetării este adecvată scopului	Metodologia cercetării este generală, fără aspecte concrete	Metodologia cercetării este neadecvată
Argumentarea și demonstrarea ipotezei/ipotezelor	Argumentare foarte bună	Argumentare bună	Argumentare parțială	Argumentare insuficientă
Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este bună	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului suficient de bună	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului la general, fără aspecte concrete	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului insuficientă

Noutatea teoretică*	Noutatea teoretică este relevantă	Noutatea teoretică este expusă suficient de bine	Noutatea teoretică este expusă la general, fără aspecte concrete	Noutatea teoretică este expusă insuficient
Expunerea și argumentarea concluziilor	Concluziile sunt expuse bine	Concluziile sunt expuse suficient de bine	Concluziile sunt expuse la general, fără aspecte concrete	Concluziile sunt expuse insuficient
Completitudinea surselor și a referințelor bibliografice	Completitudinea surselor și a referințelor bibliografice este destul de consistentă	Completitudinea surselor și a referințelor bibliografice este suficientă	Completitudinea surselor și a referințelor bibliografice este parțială, lipsesc unele surse / referințe de valoare	Completitudinea surselor și a referințelor bibliografice este insuficientă, lipsa multor surse/ referințe de valoare
Corectitudinea stilistică, gramaticală și a tehnoredactării textului	Absolut corect	Corect în temei	Incorectitudini parțiale	Număr mare de incorectitudini
Perfectarea generală a tezei	Conform cerințelor regulamentare	Cu abateri nesubstanțiale de la cerințele regulamentare	Cu abateri substanțiale de la cerințele regulamentare	Nu sunt respectate cerințele regulamentare

Descriptorii de note pentru teza de licență de creație:

Criterii de evaluare	Foarte bine (10-9,00)	Bine (8,99-7,00)	Satisfăcător (6,99-5,00)	Nesatisfăcător (<5,00)
Gradul de corespundere a tezei specialității/programului de master	Teza corespunde completamente specialității solicitate	Teza corespunde în mare parte specialității solicitate	Teza corespunde parțial specialității solicitate	Teza nu corespunde specialității solicitate
Actualitatea temei	Tema tezei corelează totalmente cu cerințele și necesitățile societății	Tema tezei corelează în temei cu cerințele și necesitățile societății	Tema tezei corelează parțial cu cerințele și necesitățile societății	Tema tezei nu corelează cu cerințele și necesitățile societății
Proporționarea conținutului tezei	Materialul prezentat în capitole este total echilibrat	Materialul prezentat în capitole este suficient de echilibrat	Materialul prezentat în capitole este parțial dezechilibrat	Materialul prezentat în capitole este total dezechilibrat

Conceptul studiului de caz de creație	Conceptul studiului de caz este original, strategiile aplicate fiind relevante	Conceptul studiului de caz cumulează elemente creative, strategiile aplicate fiind adecvate scopului	Conceptul studiului de caz este unul tradițional, strategiile aplicate satisfac parțial realizarea scopului	Conceptul studiului de caz este irelevant, strategiile aplicate nu asigură realizarea obiectivelor
Tehnicile și tacticile utilizate în procesul de creație	Tehnicile și tacticile utilizate în procesul de creație sunt relevante	Tehnicile și tacticile utilizate în procesul de creație sunt adecvate scopului	Tehnicile și tacticile utilizate în procesul de creație sunt irelevante, fără aspecte concrete	Tehnicile și tacticile utilizate în procesul de creație sunt neadecvate
Abilitățile de creație: identificarea problemei, semnificația titlului, corelație titlu – text, conceptul materialului, unghiul de abordare descrierea: context, detalii; relevanța surselor; valoarea citatelor; limbajul; creativitatea	Corelație logică între elementele constitutive ale produsului comunicațional, valoare informativă maximă, actualitatea mesajului, relevanța corelației text–context	Corelație între elementele constitutive ale produsului comunicațional, valoare informativă medie, actualitate relativă a mesajului, relativitatea corelației text – context	Corelație sporadică între elementele constitutive ale produsului comunicațional, valoare informativă redusă, mesaj puțin actual, irelevanța corelației text – context	Lipsa corelației între elementele constitutive ale produsului comunicațional, absența valorii informative și a mesajului, construcție alogică a corelației text – context
Expunerea și argumentarea concluziilor	Concluziile sunt expuse bine	Concluziile sunt expuse suficient de bine	Concluziile sunt expuse la general, fără aspecte concrete	Concluziile sunt expuse insuficient
Expunerea recomandărilor	Recomandările sunt relevante, valoroase și reies din rezultatele studiului de caz/a proiectului profesional	Recomandările sunt suficient de bune și reies din rezultatele studiului de caz/a proiectului profesional	Recomandările sunt expuse la general, fără aspecte concrete	Recomandările sunt lipsite de sens și nu au tangență cu studiul de caz/proiectul profesional
Corectitudinea stilistică, gramaticală și a tehnoredactării textului	Absolut corect	Corect în teme	Incorectitudini parțiale	Număr mare de incorectitudini
Perfectarea generală	Conform	Cu abateri	Cu abateri	Nu sunt respectate

a tezei	cerințelor reglementare	nesubstanțiale de la cerințele reglementare	substanțiale de la cerințele reglementare	cerințele reglementare
---------	----------------------------	---	---	---------------------------

4. STABILIREA NIVELULUI MINIM DE COMPETENȚĂ

Pentru obținerea calificării este necesară realizarea integrală a planului de învățământ cu cel puțin nota „5” și susținerea tezei de licență. Minimul de competență este determinat de finalitățile de studii, care reflectă rezultatele învățării prezentate în standardul de calificare.

5. STABILIREA NECESARULUI MINIM DE RESURSE PENTRU EVALUAREA REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII ÎN VEDEREA ATRIBUIRII CALIFICĂRII

Pentru evaluarea rezultatelor învățării obținute în cadrul programului de studii *Comunicare și relații publice* și demonstrarea aptitudinilor practice instituția va asigura condiții specifice.

ASIGURAREA CALITĂȚII STANDARDULUI DE CALIFICARE

Etape	Descriptori/Dovezi
Inițierea procesului de elaborare a standardului de calificare	<p>Inițierea procesului de elaborare a Standardului de calificare, este prerogativa Ministerului Educației și Cercetării (MEC), care emite cadrul formal și gestionează activitatea grupului de lucru, conform etapelor prevăzute în <i>Metodologia de elaborare, validare și aprobare a Standardelor de Calificare</i> (2022).</p> <p>Standardul de calificare în domeniul de formare profesională 0321 Jurnalism și comunicare, s-a elaborat cu susținerea financiară a Băncii Mondiale, în cadrul proiectului Moldovan Hight Education.</p> <p>Standardul de calificare constituie documentul normativ-reglator, care face conexiunea dintre cerințele pieței muncii și contextul învățământului superior în domeniul jurnalismului și comunicării. Prin intermediul MEC, s-a creat contextul favorabil pentru reglementarea normativă a domeniului cu participarea tuturor beneficiarilor: reprezentanții mediului academic, cadre didactice și manageriale din instituțiile în care se realizează formare profesională în domeniul 0321 Jurnalism și Comunicare și reprezentanți ai diverselor structuri mediatice din Republica Moldova: redacții, asociații profesionale, gestionari de proiecte media și comunicare. Importanța stabilirii cerințelor actuale ale angajatorilor față de comportamentul profesional al specialistului în domeniu, precum și conturarea conceptuală a tendințelor de evoluție a domeniului și respectiv, reliefează importanța principiului reprezentativității în procesul de elaborarea a Standardului de calificare.</p> <p>Principiul reprezentativității constituie unul dintre criteriile bază al eligibilității proiectului, în cadrul căruia este elaborat Standardul de calificare.</p> <p>Procesul de elaborare a Standardului de calificare, a demarat prin ordinul MEC, nr. 203 din 28.02.2023 Cu privire la constituirea Grupurilor de lucru pentru elaborarea standardelor de calificare.</p>
Elaborarea standardului de	Documentele-reper pentru elaborarea Standardului de calificare, sunt cele ce reglementează activitatea profesională (precum ar fi Standardul de competență). Deoarece

Etapе	Descriptori/Dovezi
calificare	<p>nivelul 6 de calificare atribuie deținătorului un grad înalt de responsabilitate și autonomie, fapt ce asigură transferul și adaptarea competențelor formate la diverse contexte de activitate profesională și oferă o posibilitate largă de cuprindere a multiplelor funcții profesionale, cerințele pieței muncii sunt sintetizate în Standardul de competență.</p> <p>La momentul demarării procesului de elaborare a Standardului de calificare, nu exista un Standard de competență, fapt ce a necesitat elaborarea de fapt a două documente: Standardul de competență și Standardul de calificare.</p> <p>Elementele de structură a Standardului de competență, devin implicit și criteriile de asigurare a calității acestui document normativ, cele care reflectă concepția fiind: posibilitățile de angajare; ariile de competență; sistemul de competențe angajate taxonomic astfel ca să îmbine dezvoltarea generală și cea profesională (competențe transversale și profesionale), cu accent pe formarea competențelor profesionale – generale și specifice.</p> <p>Pornind de la realitatea integrării Republicii Moldova în procesul de globalizare și recunoașterea deschiderii pieții muncii, întreg procesul de elaborare a Standardului de competență s-a bazat atât pe documente normative elaborate la nivel național, cât și pe documente normative elaborate la nivel regional și mondial. Astfel configurarea documentului a avut la bază consultarea permanentă cu piața muncii și consultarea permanentă a practicilor europene și mondiale.</p> <p>Standardul de calificare a fost elaborat în baza Standardului de competență. Fiind deja configurate taxonomic competențele profesionale, accentul a fost plasat pe rezultatele învățării, procesul de evaluare finală și criteriile în baza cărora se atribuie calificarea.</p> <p>Pentru asigurarea calității documentului elaborat, grupul de lucru a parcurs următoarele etape conforma prevederilor metodologice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instruirea de către experții în problematica abordată, privind concepția elaborării Standardului de calificare; - Documentarea privind reperele normative ale funcționării pieței muncii din țară și de peste hotare; - Documentarea privind activității profesionale (analiza cadrului legislativ de funcționare a diverselor structuri din domeniul comunicării; consultații cu reprezentanții diverselor structuri; absolvenți ai programelor de studii); - Determinarea ariilor ocupaționale; - Determinarea ariilor de competență; - Corelarea taxonomică a competențelor; - Formularea descriptorilor; - Formularea rezultatelor învățării și detalierea acestora; <p>Formularea Criteriilor de evaluare a calității formării profesionale.</p>
Validarea	<p>Validarea a fost realizată de Comisia de validare, aprobată prin ordinul Ministerului Educației nr. din 13 octombrie 2023, ca minister de resort.</p> <p>Criteriul, în baza căruia se creează Comisia de validare este la fel reprezentativitatea. Această comisie se constituie din reprezentanții diverselor structuri mediatice din Republica Moldova.</p>

Etapе	Descriptori/Dovezi
	<p>Comisia de validare a Standardului de calificare are scopul de a verifica corespunderea sistemului de competențe și rezultate ale învățării cu cerințele pieței muncii; acoperirea (gradul de acoperire) a diverselor sectoare a pieței muncii cu specialiști formați în domeniu.</p> <p>Standardul de calificare a fost validat, prin Avizul 1 al Comisiei de validare din data de 17.10.2023.</p>
Implementarea	<p>Implementarea Standardului de calificare vizează prioritar mediul academic, instituțiile de învățământ superior care sunt abilitate cu dreptul de realizare a programelor de studii superioare de licență, ciclul I, la domeniul de formare profesională 0321 Jurnalism și comunicare</p> <p>Grupurile-țintă a căror activitate este reglementată de Standardul de calificare sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - instituțiile de învățământ superior (în persoana rectorului) care asigură legitimitatea funcționării programului de studii; crearea unui mediu academic favorabil formării profesionale, prin promovarea unei politici de personal care permite activitatea corpului didactic înalt calificat, capabil să realizeze finalitățile – standard și condiții logistice și materiale, care creează contextul optim de dobândire a rezultatelor învățării; - decanatele facultăților de profil, care monitorizează realizarea prevederilor actualului standard; - departamentele de specialitate, care elaborează Planurile de învățământ, asigură condiții metodice optime de realizare a procesului de formare profesională. <p>Principalii beneficiari ai acestui standard (beneficiarii operaționali), sunt profesorii și studenții, prin efortul cărora sunt atinse rezultatele învățării.</p> <p>Procesul de implementare demarează prin:</p> <ul style="list-style-type: none"> - instruirea grupurilor-țintă, în vederea informării despre concepția și structura documentului, precum și formarea competențelor necesare de aplicare în practică; - elaborarea programelor de studii: Planurilor de învățământ; curricula reflectarea sistemului de competențe profesionale în Nota explicativă a Planului de învățământ; - reflectarea rezultatelor învățării în unitățile de curs ale curriculum-urilor; - reflectarea criteriilor de evaluare în Regulamentele – cadru și Regulamentele instituționale, privind evaluarea și aprecierea rezultatelor învățării; - aplicarea criteriilor de evaluare externă de către Comisia de experți ANACEC.
Mecanisme de feedback și de îmbunătățire continuă a calității	<p>Mecanismele de feedback sunt generate de procesul complex de monitorizare a calității. Acestea sunt configurate în procesul de proiectare a procesului de asigurare a calității și sunt probate în procesul de evaluare.</p> <p>În baza unor tradiții deja existente, Planurile de învățământ sunt elaborate de către mediul academic, în colaborare cu reprezentanți ai pieței muncii. Implicarea acestora și constituie de fapt, primul mecanism de oferire a feedbackului.</p> <p>Eficiența procesului de dobândire a calificării de nivel 6, este implicat evaluată și de către actanții principali ai procesului: profesorii și studenții.</p> <p>Piața muncii poate să evalueze eficiența formării profesionale în baza rezultatelor stagiilor de practică.</p>

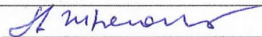
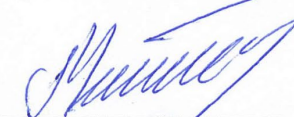

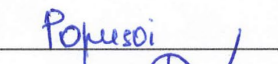
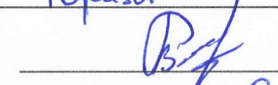
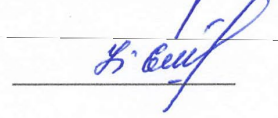
Etapе	Descriptori/Dovezi
	<p>Specific unui proces de evaluare, mecanismele de feedback se corelează cu tipurile de evaluare: autoevaluarea; evaluarea internă/auditul intern; evaluarea externă.</p> <p>Criteriile de evaluare sunt formulate în baza elementelor esențiale de structură a Standardului de calificare: competențe, rezultate ale învățării, descriptori de performanță și criterii de atribuire a calificării.</p> <p>Ca orice document care asigură funcționalitatea unui segment al pieței muncii în permanentă schimbare, Standardul de calificare are valabilitate pentru o anumită perioadă de timp și necesită dezvoltare periodică.</p> <p>Drept temei pentru revizuirea standardului de calificare vor servi propunerile de actualizare a standardului de competență, modificarea cadrului normativ, implementarea în activitatea instituțiilor mediatice și în domeniile cercetărilor avansate, armonizarea politicilor naționale cu cele europene în scopul îmbunătățirii calității produselor comunicaționale.</p>
Asigurarea transparenței	Standardul de calificare va fi publicat pe pagina web oficială a MEC , pagina prestatorului programului de studii <i>Comunicare și relații publice</i> și înscris în Registrul național al calificărilor.

STANDARD DE COMPETENȚĂ

LICENȚIAT ÎN ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

Domeniul de formare profesională:
0321 JURNALISM ȘI COMUNICARE

Nivel - 6 CNC

Comisia de validare a standardului de competențe profesionale		A. Gherasim, Președinte al Consiliului de supraveghere și dezvoltare al IP Compania „Teleradio-Moldova”, Președintele Comisiei de validare
		N. Mocanu, Director TVR Moldova, Membru al Comisiei de validare
		M. Marcu, Controlor de stat superior, Consiliul Audiovizualului al RM
		C. Popușoi, jurnalistă, Radio Europa Liberă Moldova
		P. Beregoi, director Instituția Publică Agenția Informațională de Stat „Moldpres”
		L. Grigori, expert, Academia de Studii Economice din Moldova

” 17 ” octombrie 2023

Standardul de competență poate fi utilizat la elaborarea fișelor de post, evaluarea competențelor și performanțelor angajaților/salariaților, dezvoltarea standardelor de calificare și la proiectarea programelor de studii pentru domeniul de formare profesională.

1. INFORMAȚII GENERALE

1.1. Informații privind elaborarea și aprobarea standardului de competențe profesionale	
Standardul de competență a fost elaborat de Grupul de lucru, aprobat prin ordinul MEC nr. 203 din 23.02.2023	<p>BULICANU Victoria, decan, conf. univ., dr., Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării</p> <p>STEPANOV Georgeta, , prof. univ., dr. hab., Universitatea de Stat din Moldova</p> <p>TACU Mariana, șef Departament, conf. univ., dr., Universitatea de Stat din Moldova, Departamentul Teoria și practica jurnalismului</p> <p>RUSNAC Ludmila, prodecan, conf. univ., dr., Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării</p> <p>TUGAREV Laura, șef Secție, lector, dr., Centrul Republican pentru Copii și Tineret "ARTICO"</p> <p>GUȚU Vitalie, director de proiect, Instituția publică națională a audiovizualului „TELERADIO-MOLDOVA”, proiectul Călătorii cu gust</p> <p>TOACĂ Mariana, specialist principal în comunicare și PR, dr., Compania <i>Anturaj Group</i></p> <p>SÎRBU Ana, producător, copywriter, Centru pentru Jurnalism Independent.</p>
Perioada elaborării	28.02.2023 – 30.06.2023
Standardul de competență a fost consultat cu 5 parteneri sociali relevanți (instituții media, departamente de relații cu presa, asociații profesionale)	<p>CEBAN Ana, șefă departament Comunicare, Misiunea Socială a Mitropoliei Basarabiei Diaconia</p> <p>ARAMĂ Cristina, PR manager, Compania de retail Kaufland Moldova</p> <p>RĂU Dumitru, director, Agenția de publicitate WeUrban</p> <p>CAZAC-BERDAGA Diana, șefă secția Resurse Umane, Agenția de Rezerve Materiale a Ministerului Afacerilor Interne</p> <p>CURCHI Lilia, directoare executivă, Asociația Jurnaliștilor de Mediu și Turism Ecologic din Republica Moldova</p>
Standardul de competență validat și aprobat de Comisia de validare, aprobată prin ordinul MEC nr.1280 din 13.10.2023	Procesul/procesele verbale de validare a Standardului de competență nr. 1 din 17.10.2023

1.2. INFORMAȚII PRIVIND CORELAREA CU CLASIFICATOARELE NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

1.2.1 CARACTERISTICILE OCUPAȚIONALE CONFORM CLASIFICATOARELOR PIEȚEI MUNCII

Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova CORM (006-2021) https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=129584&lang=ro#	Clasificarea europeană a aptitudinilor /competențelor, calificărilor și ocupațiilor (ESCO 08) https://esco.ec.europa.eu/ro/classification/occupation_main#overlayspin	Clasificarea internațională Standard al Ocupațiilor (ISCO 08) https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_172572.pdf
<p>24 Specialiști/specialiste în domeniul administrativ-comercial 243104 Copywriter (textier/textieră) 243108 Social media manager 2431112 Specialist/specialistă în publicitate 243206 Organizator/organizatoare târguri și expoziții 243207 Prezentator/prezentatoare expoziții 243208 Purtător/purtătoare de cuvânt 243211 Specialist/specialistă în relații publice 243213 Specialist/specialistă protocol și ceremonial</p> <p>33 Specialiști/specialiste în servicii administrative și asimilați/asimilate 333201 Asistent/asistentă în organizarea evenimentelor 333202 Manager de evenimente 333906 Asistent/asistentă în relații publice și comunicare</p>	<p>24 Specialiști cu funcții administrative și comerciale 243 specialiști în vânzări, marketing și relații publice 2431 Specialiști în publicitate și marketing 2431.1 Redactor de publicitate 2431.3 Specialist în publicitate/specialistă în publicitate 2431.13 Specialist marketing în rețea/specialistă marketing în rețea 2431.16 asistent promovare 2432 Specialiști în relații publice 2432.4 Consultant comunicare interculturală 2432.5 strategist rețele de socializare 2432.7 responsabil pentru relațiile cu presa 2432.9 ofițer relații publice/purtător de cuvânt</p> <p>33 Specialiști/specialiste în servicii administrative și asimilați/asimilate 333 Agenți de servicii comerciale 3332 Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente - Asistent organizare evenimente responsabil evenimente</p>	<p>24 Specialiști în administrarea afacerilor 243 Specialiști în vânzări, marketing și relații publice 2431 <i>Specialiști în publicitate și marketing</i> - asistent promovare - copywriter publicitate - specialist în publicitate/specialistă în publicitate 2432 <i>Specialiști în relații publice</i> - consultant comunicare interculturală - consultant relații publice - ofițer relații publice</p> <p>33 Specialiști/specialiste în servicii administrative și asimilați/asimilate 333 Agenți de servicii comerciale 3332 <i>Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente</i> - Asistent organizare evenimente responsabil evenimente</p>

1.2.2. CARACTERISTICILE OCUPAȚIONALE CONFORM CLASIFICATORULUI ACTIVITĂȚILOR ECONOMICE		
<p>Clasificatorul activităților economice din Republica Moldova CAEM (rev.2)</p> <p>https://statistica.gov.md/pageview.php?l=ro&idc=385</p>	<p>Clasificarea Statistică a Activităților Economice din Comunitatea Europeană (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community) NACE Rev. 2</p> <p>https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/ks-ra-07-015</p>	<p>Clasificarea Internațională Industrială Standard a tuturor Activităților Economice (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, ISIC Rev 4)</p> <p>https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4e.pdf</p>
<p>M – Activități profesionale, științifice și tehnice</p> <p>70 Activități ale direcțiilor administrative centralizate; activități de management și de consultanță în management</p> <p>70.2 Activități de consultanță în management</p> <p>70.21 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării</p> <p>73. Publicitate și activitate de studiere a pieței</p> <p>73.1 Publicitate</p> <p>73.11 Activități ale agențiilor de publicitate</p> <p>73.12 Servicii de reprezentare media</p>	<p>M – Activități profesionale, științifice și tehnice</p> <p>70 Activități ale direcțiilor administrative centralizate; activități de management și de consultanță în management</p> <p>70.2 Activități de consultanță în management</p> <p>70.21 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării</p> <p>73. Publicitate și activitate de studiere a pieței</p> <p>73.1 Publicitate</p> <p>73.11 Activități ale agențiilor de publicitate</p> <p>73.12 Servicii de reprezentare media</p>	<p>M – Activități profesionale, științifice și tehnice</p> <p>70 Activități ale direcțiilor administrative centralizate; activități de management și de consultanță în management</p> <p>70.2 Activități de consultanță în management</p> <p>70.21 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării</p> <p>73. Publicitate și activitate de studiere a pieței</p> <p>73.1 Publicitate</p> <p>73.11 Activități ale agențiilor de publicitate</p> <p>73.12 Servicii de reprezentare media</p>
1.2.3. CORELAREA CALIFICĂRII CONFORM CLASIFICATOARELOR EDUCAȚIONALE		

Nomenclatorul domeniilor de formare profesională https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121862&lang=ro	Clasificarea Internațională Standard a Educației (ISCED -2011) https://mecc.gov.md/ro/content/clasificarea-internationala-standard-educatiei-isced-2011-0	Clasificarea domeniilor educației și formării profesionale (ISCED-F-2013) http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/isced-fields-of-education-and-training-2013-en.pdf
Domeniului fundamental al științei, culturii și tehnicii - 03 Științe sociale, jurnalism 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	Învățământ superior de licență, ciclul I, nivelul 6 ISCED	03 Științe sociale, jurnalism și informare 032 Jurnalism și Informare

Domeniul de activitate profesională	
Ocupații tipice (CORM) https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=129584&lang=ro#	Ocupații tipice (ESCO) https://esco.ec.europa.eu/ro/classification/occupation?uri=http://data.europa.eu/esco/isco/C2146#:~:text=Narrower%20occupatio ns
Specialist în comunicare, purtător/purtătoare de cuvânt, specialist/specialistă în relații publice, specialist/specialistă protocol și ceremonial, specialist/specialistă în publicitate, copywriter.	Specialist în comunicare, purtător/purtătoare de cuvânt, specialist/specialistă în relații publice, specialist/specialistă protocol și ceremonial, specialist/specialistă în publicitate, copywriter, consultant comunicare, responsabil pentru relațiile cu presa, consultant relații publice, ofițer relații publice/purtător de cuvânt.
Specializări/opțiuni (arii de ocupații)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificarea, organizarea și realizarea activităților de comunicare și relații publice. 2. Planificarea, organizarea și realizarea activităților de publicitate și promoting.
Tendențe și preocupări de viitor în domeniul de formare profesională.	<p>Specialiștii, prin nivelul lor de competență, pot activa în agențiile de publicitate, servicii și departamente de presă, servicii de relații publice, servicii de protocol atât pe piața internă, cât și pe piața externă a muncii. Integrarea activă a tehnologiilor informaționale în activitățile de comunicare a făcut acest domeniu și mai popular pentru tineri, deoarece le permite să-și dezvolte potențialul creativ și să obțină o meserie cotată pe piață. Actualmente imaginea publică, fie a unei organizații, fie a unei persoane este considerată o resursă strategică, ori, o imagine construită corect sporește reputația și succesul atât la nivel național, cât și pe plan internațional. Imaginea publică a organizației este rezultatul funcției de comunicare și relații publice, prin care organizația își transmite către public reputația, personalitatea și propria identitate. În acest context, construirea unei bune imagini în spațiul public depinde de relațiile pe care instituția sau persoana le are cu instituțiile de presă, acesta fiind un factor esențial pentru proiectarea vizibilității sale în spațiul public și/sau în mediul de afaceri și consolidarea credibilității sale în ochii publicurilor. Relațiile cu presa se înscriu în strategia globală de comunicare: calitatea acestora este decisivă atât pentru crearea unei imagini pozitive a instituției, cât și pentru eficiența comunicării. Totodată, în contextul economiei de piață, dezvoltarea vânzărilor este un element definitoriu în înregistrarea profitului. În acest sens, publicitatea și campaniile publicitare se poziționează ca un instrument foarte eficient în activitățile de promovare a bunurilor și serviciilor, atragerea potențialilor clienți și fidelizarea lor. Așadar, se conturează tot mai evident</p>

	<p>necesitatea pregătirii aprofundate, de înalt nivel științific în ceea ce privește activitățile funcționale ale agenților de publicitate, serviciilor de relații publice atât în plan teoretic, cât și în plan practic-aplicativ, precum și în formarea competențelor profesionale ale specialiștilor în comunicare.</p> <p>În ultimii ani, interesul profesioniștilor în domeniul relațiilor publice, publicității și promoting-ului, pentru tehnologiile de ultimă generație, instrumentele inovatoare și dezvoltarea vertiginoasă a spațiului virtual a conturat oportunități de amplificare și extensiune a activităților specifice domeniului, devin tot mai populare evenimentele în format online, caracterizate prin accesibilitate sporită la nivel global, comunicarea asincronă capătă noi valențe, iar rețelele sociale au devenit esențiale în procesul de comunicare strategică, impunându-se imperios posedarea cunoștințelor și abilităților de operare cu tehnologiile informaționale inovative și dezvoltarea unui comportament profesionist în mediul online. Totodată, un imperativ pentru legiuitorii domeniului în perspectivă apropiată este de a elabora și implementa un cadru etic pentru buna activitate a specialiștilor în comunicare, deoarece până în prezent, spre deosebire de spațiul internațional, nu avem un cod al standardelor profesionale în practicarea relațiilor publice.</p>	
Nivel de competență/abilitate, conform ISCO-08	4	
Cadrul național al calificărilor din Republica Moldova https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=101860&lang=ro	Nivel 6 CNC	
Referire la Cadrul European al Calificărilor (EQF)	Echivalent nivel 6 CEC	
1.3. ALTE INFORMAȚII RELEVANTE		
Titlul calificării profesionale în limba străină:		
Română <i>Licențiat în Științe ale Comunicării</i>	Engleză <i>Bachelor of Communication Science, level 6 NQFRM</i>	Rusă/franceza/germana <i>Лиценциат наук коммуникаций</i>
Anexe la standardul de competență (de exemplu):		
Anexa 1	<i>Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în municipiul Chișinău</i>	
Anexa 2	Competențe digitale Concepția guvernării electronice https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=49293&lang=ro Proposal for a DECISION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL establishing the 2030 Policy Programme „Path to the Digital Decade”. Document 52021PC0574	

	https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0574 Directiva (UE) 2016/2102 a Parlamentului European și a Consiliului din 26 octombrie 2016 privind accesibilitatea site-urilor web și a aplicațiilor mobile ale organismelor din sectorul public https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ce26d769-b85d-11e6-9e3c-01aa75ed71a1/language-ro e-Competence Framework: the SME way through the European standard on digital competences https://www.sbs-sme.eu/sites/default/files/publications/SBS_ecompetence%20brochure.pdf EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework https://ied.eu/wp-content/uploads/2016/07/lfna27939enn.pdf
Anexa 3	Competențe lingvistice (l. engleza) https://www.isjcta.ro/wp-content/uploads/2013/06/Cadrul-European-Comun-de-Referinta-pentru-limbi.pdf
Anexa 4	Cadrul de competențe antreprenoriale https://www.oecd.org/finance/financial-competence-framework-for-adults-in-the-european-union.htm
Anexa 5	Cadrul de competențe pentru cultura democrației în învățământul superior https://rm.coe.int/rfcdc-guidance-document-for-higher-education/1680a08ee0

2. DESCRIEREA OCUPAȚIONALĂ A CALIFICĂRII

2.1. Descrierea activității de muncă	
<p>Specialistul în domeniul comunicării este licențiat, studii superioare de nivel 6 CNC, dispune de competențe pentru a realiza activități de comunicare.</p> <p>Specialiștii/specialistele în relații publice planifică, dezvoltă, implementează și evaluează strategiile de informare și comunicare internă și externă, ce asigură înțelegerea și imaginea favorabilă cu privire la companii, persoane și alte organizații, bunurile și serviciile acestora, rolul lor în cadrul comunității. Atribuțiile de bază ale acestora includ: planificarea și organizarea activităților de comunicare; organizarea sondajelor de opinie publică, analiza rezultatelor și planificarea măsurilor privind relațiile cu publicul; organizarea evenimentelor speciale, seminarelor, recepțiilor pentru ridicarea prestigiului și formarea unei imagini favorabile a organizației în spațiul public; dezvoltarea, coordonarea și implementarea activităților de diseminare a informației către instituțiile de presă și reprezentarea companiilor în spațiul public. Specialiștii/specialistele în publicitate și promovare dezvoltă și coordonează strategiile de publicitate și promovare a imaginii favorabile în spațiul public. Atribuțiile de bază ale acestora includ: elaborarea conținuturilor de publicitate pentru diferite medii de publicitate; distribuirea conținuturilor de publicitate prin intermediul mass-mediei; colectarea și analiza datelor privind cerințele consumatorilor/consumatoarelor; organizarea activităților de promovare, elaborarea de conținuturi cu caracter promoțional pentru spațiul real și cel virtual, etc.</p>	
2.2 Atribuții / arii de competențe și descriptori	
Arii de competențe <i>(etape, faze a prestării serviciului/producerii)</i>	Descriptori
1. Documentarea și analiza problemei/situației de comunicare	1.1. Selectarea mijloacelor de evaluare a situației din domeniul de competență 1.2. Identificarea instrumentelor de realizare a activităților de comunicare 1.3. Consultarea soluțiilor posibile cu beneficiarii serviciului 1.4. Formularea soluțiilor

2. Proiectarea și producerea de conținut	2.1. Aplicarea cadrului normativ și etic 2.2. Realizarea demersurilor necesare 2.3. Elaborarea și validarea documentelor în domeniu 2.4. Realizarea activităților practice propriu-zise
3. Difuzarea și integrarea conținuturilor	3.1. Coordonarea și monitorizarea activităților la etapa de promovare/integrare 3.2. Aplicarea instrumentelor digitale în promovare/integrare 3.3. Aplicarea strategiilor personalizate în activitățile de promovare/integrare
2.3 Sectoare de activitate	
2.3.1. Comunicare și relații publice; 2.3.2. Publicitate și promoting.	
Specializare	
0321 Jurnalism și Comunicare	
2.4 Mediul de lucru și specificul activității	
<p>Specialistul în domeniul comunicării activează în cadrul serviciilor de presă, serviciilor de relații publice, serviciilor de protocol, agenții de publicitate.</p> <p>Activitatea acestuia poate fi realizată individual sau în echipă. Munca acestuia se realizează, atât în birou (documentarea, redactarea, elaborarea, proiectarea, editarea materialelor etc.), cât și în teren (documentare, interacțiune, organizare, reprezentare, coordonare, evaluare, sondare).</p> <p>Programul de muncă este reglementat de actele normative în vigoare. Durata zilnică normală a timpului de muncă constituie 8 ore. În funcție de poziția deținută, programul poate necesita, totuși, o oarecare flexibilitate și activități de muncă supra program.</p> <p>Relaționarea frecventă cu factorul uman poate crea, ocazional, un mediu de muncă stresant, din punct de vedere psihologic pentru specialiștii în domeniul comunicării.</p>	
2.5 Instrumente de lucru, echipamente, utilaje și materiale, soft	
<p>Printre cele mai importante instrumente de lucru se regăsesc: computerul, imprimanta, dictafonul, scannerul, copiatorul, cameră video, microfoane, lavalieră, cameră foto, softuri de editare text, video și audio, proiectoare, table interactive, consumabile și alte instrumente și tehnici de birou.</p> <p>Acte relevante [acte normative relevante exercitării profesiei: legi, politici, ghiduri și standarde în domeniu; acte administrative specifice exercitării profesiei (fișe de post; rapoarte standard, contract de muncă, contract drepturi de autor, contract de prestări servicii) etc.].</p> <p>Software specializate de editare audio și video, montaj sunet și imagine, editare fotografie și distribuire prin intermediul canalelor media. Conexiunea la rețeaua globală este foarte importantă pentru accesul la sistemele informaționale și bazele de date relevante procesului de documentare și selectare a informației necesare pentru realizarea producției jurnalistice</p>	
2.6 Calități personale necesare pentru muncă: abilități și caracteristici	
<p>Activitatea profesională a specialistului din domeniul comunicării presupune rigori de natură etică, ce prevăd calități personale, precum: responsabilitate, autodisciplină, cultură generală, corectitudine, empatizare, perspicacitate, flexibilitate, acuratețe, tact, răbdare, ingeniozitate, creativitate, imaginație, dexteritate.</p> <p>Având în vedere multitudinea de activități în care poate fi antrenat specialistul în comunicare în activitatea cotidiană, el trebuie să demonstreze capacități de observare, analiză și anticipare, organizare, autocontrol, capacitatea de asumare a deciziilor, atenție la detalii, meticulozitate, gândire critică, determinare în acțiuni, spontaneitate.</p>	

Abilitățile de concepere, redactare și promovare a materialelor, precum și capacitățile de a organiza și a desfășura diferite evenimente și activități specifice domeniului sunt esențiale pentru experții în comunicare.

În general, munca specialistului în comunicare se concentrează pe desfășurarea unei multitudini de activități ce vizează construirea, promovarea, reabilitarea imaginii publice, realizarea sarcinilor operaționale de coordonare a tuturor activităților de comunicare din cadrul organizației și presupune interacțiunea cu diferite entități: clienți, publicuri țintă, mass-media, persoane oficiale, de aceea ei trebuie să dispună de astfel de calități precum: amabilitate, rezistență la stres, atenție la detalii, răbdare, responsabilitate etică și profesională, comunicare persuasivă, cunoașterea psihologiei comportamentale, abilități de planificare, abilități de mediere și consultanță, capacități de a facilita comunicarea în ambele sensuri.

2.7 Formare profesională inițială și continuă

Profesionistul în domeniul comunicării deține studii superioare de licență (ciclul I), nivel 6 CNC.

Formarea profesională se consolidează atât prin studiile la ciclul II, master (nivel 7), la ciclul III, doctorat (nivel 8), cât și prin programe de formare profesională continuă.

Obținerea nivelurilor 7-8 de calificare, facilitează accesarea la o funcție de conducere, de îndrumare și de control.

Sistemul de formare profesională continuă întrunește totalitatea reglementărilor, mecanismelor, proceselor, programelor și a furnizorilor de formare care asigură și realizează formarea și/sau dezvoltarea competențelor profesionale persoanelor care au o calificare inițială prin specializare, recalificare, policalificare, calificare suplimentară sau alt criteriu similar.

2.8 Cele mai răspândite denumiri ale ocupației profesionale (rom/eng/ru)

Purtător/purtătoare de cuvânt/spokesman/пресс-секретарь

Specialist/specialistă în relații publice/specialist in public relations/специалист по связям с общественностью

Specialist/specialistă protocol și ceremonial/protocol and ceremonial specialist/специалист по протоколу

Specialist/specialistă în publicitate/advertising specialist/специалист по рекламе

Copywriter (textier/textieră) publicitate/copywriter/копирайтер

2.9 Reglementări de exercitare a profesiei (națională/internațională)

Constituția Republicii Moldova nr. 1/1994. Publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 1 din 1994, republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 78 din 2016.

Legea nr. 982 din 11-05-2000 privind accesul la informație. Publicată în Monitorul Oficial Nr. 88-90 art. 664.

Legea Presei nr. 243 din 26-10-1994. Publicată în Monitorul Oficial Nr. 2 art. 12.

Legea nr. 56 din 13 februarie 2003 pentru ratificarea Convenției europene privind televiziunea transfrontalieră a Consiliului Europei, adoptată la Strasbourg la 5 mai 1989. Publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 163 din 14 martie 2003.

Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova. Publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 462-466 la 12.12.2018.

Legea nr. 62 din 17-03-2022 cu privire la publicitate. Publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 98-105 art. 171.

Legea nr. 64 din 23.04.2010 cu privire la libertatea de exprimare. Publicat: 09-07-2010 în Monitorul Oficial al Republicii Moldova Nr. 117-118 art. 355.

Legea nr. 67 din 26-07-2018 privind aprobarea Concepției naționale de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova. Publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova Nr. 321-332 art. 509 Convenția Europeană a Drepturilor Omului (art. 10).

Convenția Europeană privind accesul la documentele oficiale. Tromso, 18.VI. 2009.

2.10 Norme și reglementări specifice

Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, aprobat la conferința națională care a avut loc la 3 mai 2011 în municipiul Chișinău și a fost completat în mai 2019, după dezbateri și consultări publice desfășurate de Consiliul de Presă din Republica Moldova.

<https://consiliuldepresa.md/ro/page/codul-deontologic-al-jurnalistului-din-r-moldova>

3. CERINȚE DE COMPETENȚE

3.1. COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)

http://keystart2work.eu/images/docs/o2-catalogue/O2_Catalogue_EN.pdf

Aria de competență (etape, faze ale prestării serviciului/producere)	Competența	Descriptori
I. Eficiență personală	CT1. Gestionarea activității profesionale și de formare profesională în condiții de autonomie și independență	1.1. Determină oportunitățile de dezvoltare a abilităților și cunoștințelor; 1.2. Implementează resursele disponibile pentru realizarea sarcinilor în termenii stabiliți; 1.3. Îndeplinește obligațiunile și atribuțiile ce derivă din activitatea profesională.
II. Interacțiune socială	CT2. Executarea activităților specifice muncii în echipă sau independent, în funcție de cerințele activității profesionale	2.1. Comunică și stabilește conexiuni cu alte persoane și/sau instituții, în mod eficient; 2.2. Conlucrează cu membrii echipei în vederea elaborării produsului final.
	CT3. Utilizarea eficientă a resurselor de comunicare și negociere	3.1. Facilitează depășirea barierelor în comunicare în interacțiunea cu diverse persoane și instituții; 3.2. Stabilește conexiuni necesare desfășurării activităților profesionale; 3.3. Utilizează diverse tehnici de negociere și persuasiune în funcție de situație în activitatea profesională.
	CT4. Extinderea cadrului relațional, cu scopul consolidării interacțiunilor sociale	4.1. Respectă și contribuie la promovarea valorilor organizației; 4.2. Aplică metode eficiente de dezvoltare a relațiilor interprofesionale; 4.3. Dezvoltă și menține rețele de cooperare cu colegii în cadrul instituției și cu entități externe.
III. Competențe funcționale, tehnice și tehnologice	CT5. Utilizarea eficientă a resurselor tehnologice în activitatea profesională	5.1. Utilizează în mod eficient instrumentele digitale pentru realizarea sarcinilor profesionale; 5.2. Uzează de resursele tehnologice avansate în procesul de documentare și procesare a informațiilor;

		5.3. Gestionează bazele de date, informațiile cu conținut digital în activitatea profesională.
	CT6. Integrarea abilităților de inițiativă, creativitate și focusare pe rezultat	6.1. Generează idei, soluții și conturează oportunități în activitatea profesională; 6.2. Planifică, gestionează și evaluează finalitatea unor evenimente și proiecte complexe specifice domeniului; 6.3. Implementează o abordare creativă, adecvată în realizarea sarcinilor profesionale.
	CT7. Aplicarea principiilor de etică, deontologie și integritate profesională	7.1. Promovează în mediul profesional și social norme, valori și principii deontologice specifice activității profesionale. 7.2. Acționează în conformitate cu standardele de etică profesională.

3.2. COMPETENȚE GENERALE (transsectoriale și sectoriale)

Aria de competență <i>(etape, faze ale prestării serviciului/producerii)</i>	Denumirea competenței	Indicatori / Descriptori
1. Documentarea și analiza problemei/situației de comunicare	CG1. Operarea eficientă cu date și informații din interiorul și exteriorul organizației	1.1. Evaluează informațiile și datele colectate din mediul intern și extra-organizațional în procesul documentării, în vederea realizării într-o manieră eficientă și rentabilă a activităților profesionale specifice.
2. Proiectarea și producerea de conținut	CG 6. Asigurarea procesului de organizare și realizare a activităților de comunicare și relații publice, publicitate și promovare	2.1. Stabilește o conlucrare efectivă cu factorii de decizie interni și entități din mediul extern (organizații neguvernamentale, agenți economici, organe ale puterii de stat, mass-media, societatea civilă), în vederea facilitării transferului de informație și sporirii competitivității și vizibilității în spațiul public.
	CG3. Crearea produselor de comunicare	3.1. Elaborează diverse produse de comunicare (sub formă de mesaje și activități de relații publice, produse publicitare, materiale de promovare), reieșind din necesitățile organizației și scopul urmărit, în vederea diseminării către publicul țintă.
	CG4. Utilizarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor de comunicare	4.1. Utilizează eficient instrumente TIC și programe de software specifice în activitățile profesionale de concepere și distribuire a produselor de comunicare integrate, complexe, pentru a spori calitatea și atractivitatea lor pe piața media, asigurând un feedback pozitiv din partea publicului țintă.

3. Difuzarea și integrarea conținutului	CG5. Gestionarea procesului de distribuire a produselor de comunicare	5.1. Selectează canalele interne și externe de comunicare, pentru integrarea produselor de comunicare complexe în circuitul informațional
	CG6. Evaluarea constantă a eficienței activităților de comunicare realizate	6.1. Sintetizează reacțiile publicului țintă (organizații, mass-media, societatea civilă, contribuabili simpli) asupra activității de comunicare desfășurate, în condiții de monitorizare continuă a atitudinii față de organizație

3.3. COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)

Arie ocupațională 1: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE		
Aria de competență <i>(etape, faze ale prestării serviciului/producere)</i>	Competența	Indicatori/Descriptori
1. Documentarea și analiza problemei/situației de comunicare	CP 1. Elaborarea produselor de comunicare prin procesarea informațiilor	1.1. Realizează o documentare detaliată și multiaspectuală prin colectarea datelor și informațiilor privind contextul de comunicare și produsul ce urmează a fi elaborat, în vederea stabilirii metodelor și instrumentelor de lucru.
	CP 2. Operaționalizarea strategiei de comunicare instituțională la nivel intern și extern, adaptabilă priorităților instituției	2.1. Implementează strategia de comunicare a instituției, în condițiile procesului de actualizare constantă, dezvoltând mecanisme de consultare a opiniei publice, în vederea amplificării relațiilor de încredere și colaborare eficientă; 2.2. Prezintă produse ale procesului de comunicare internă, elaborând materiale privind procesele comunicaționale instituționale (rapoarte, statistici, newsletter, materiale informative, documente scrise formale).
2. Proiectarea și producerea de conținut	CP 3. Crearea materialelor de relații publice	3.1. Redactează diverse materiale de relații publice (sub formă de comunicate, fișiere de presă, mape de presă, revista presei, declarații de presă, discursuri, invitații, articole pentru site-ul instituțional), în vederea facilitării transferului de informații către publicul interesat.
	CP 4. Conceperea evenimentelor speciale pentru presă	4.1. Organizează evenimente speciale pentru presă (sub formă de conferințe, briefinguri, tururi de presă, vizite de presă, recepții pentru presă), în vederea impulsivării procesului de producție a materialelor jurnalistice și stabilirea de noi contacte cu reprezentanții mass-mediei.

	CP 5. Aplicarea exigențelor de protocol și ceremonial în desfășurarea întâlnirilor cu caracter oficial	5.1 Organizează întâlniri cu caracter oficial (sub formă de întrevederi, negocieri, vizite de lucru, întruniri, interviuri, acorduri de colaborare, reuniuni, jubilee, etc), prin implementarea cerințelor privind protocolul și ceremonialul instituțional; 5.2. Desfășoară activități de instruire și asistență factorilor de decizie privind aparițiile publice, în vederea pregătirii acestora pentru susținerea interviurilor, discursurilor oficiale și declarațiilor de presă.
3. Difuzarea și integrarea conținutului	CP 6. Distribuirea materialelor de relații publice în spațiul extra-organizațional	6.1. Stabilește relații de conlucrare cu instituțiile mass-mediei, în vederea distribuirii materialelor de relații publice în concordanță cu necesitățile strategice și solicitările parvenite la adresa instituției; 6.2. Administrează pagina web și conturile instituției de pe rețelele de socializare, prin aplicarea instrumentelor digitale de elaborare și integrare a conținuturilor în rețeaua internet (plasarea articolelor integrate, postărilor, comunicatelor, gestionarea comentariilor); 6.3. Gestionează materialele publicate în mass-media tradițională (radio, tv, presă print) și pe platformele instituțiilor de presă online privitor la organizație, în condiții de monitorizare constantă a imaginii instituției în spațiul public.
Arie ocupațională 2: PLANIFICAREA, ORGANIZAREA ȘI REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR DE PUBLICITATE ȘI PROMOTING)		
Aria de competență <i>(etape, faze ale prestării serviciului/producerii)</i>	Competența	Indicatori/Descriptori
1. Documentarea și analiza problemei/situației de comunicare	CP 7. Procesarea informațiilor în vederea elaborării produselor publicitare și conceperii activităților de promovare	7.1. Evaluează piața pentru a stabili poziționarea și vizibilitatea produsului sau serviciului în spațiul informațional public, sau pentru a dezvolta oportunități de piață pentru produsele și serviciile noi; 7.2. Stabilește publicul țintă către care se orientează activitatea de publicitate și promovare, în vederea elaborării profilului psihosociologic al audienței strategice.
2. Proiectarea și producerea de conținut	CP 8 Generarea produselor publicitare	8.1. Elaborează conceptul pentru diverse mesaje cu conținut publicitar (în format text, audio, video, produs integrat), respectând cerințele de realizare a acestora în funcție de tipul de publicitate selectat. 8.2. Creează materiale de publicitate pentru diferite medii de publicitate (mass-media tradițională, mass-media digitală,

		spațiul web, publicitate indoor și outdoor), în vederea realizării obiectivelor de vânzări.
	CP 9 . Realizarea activităților de promovare în spațiul public a bunurilor și serviciilor	9.1. Aplică programe de software specifice noilor media în crearea produselor publicitare și promoționale integrate, în vederea fortificării calității și atractivității acestora pe piață.
	CP 10. Utilizarea eficientă a programelor de software în procesul de elaborare a produselor publicitare și promoționale	10.1. Elaborează materiale promoționale (sub formă de broșuri, pliante, story-uri, pop-upuri pentru rețele sociale, flyere, manuale de identitate vizuală, spoturi de promovare, articole cu elemente de identitate instituțională), prin aplicarea programelor de machetare pentru imagine și text în procesul de editare computerizată; 10.2. Desfășoară activități specifice de promovare a bunurilor și serviciilor în mediul offline și mediul online (sponsorizări, evenimente de networking, prezentări, retargetare, campanii de influencing, etc), pentru a mări prestigiul și gradul de recunoaștere al mărcii.
3. Difuzarea și integrarea conținutului	CP 11. Distribuirea produselor publicitare și promoționale în circuitul informațional	11.1. Gestionează distribuirea produselor publicitare și promoționale în spațiul offline și online, utilizând instrumentele specifice de promovare, în vederea facilitării procesului decizional de achiziție a produselor și serviciilor și consolidare a mărcii.