

**MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
AL REPUBLICII MOLDOVA**

CADRUL NAȚIONAL AL CALIFICĂRILOR

APROBAT

Ministerul Educației și Cercetării


Dan PERCIUN, Ministru

„28” martie 2024

DECIZIA


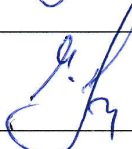


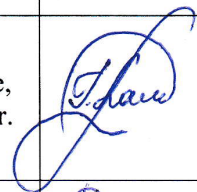
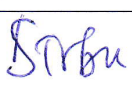
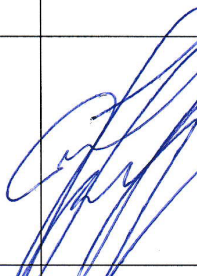

Consiliului Național pentru Calificări

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
DENUMIREA CALIFICĂRII	Master în Științe ale comunicării
NIVELUL CALIFICĂRII	7 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>Gherasim</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>Bereg</i>	17.10.23
6.	Academia de Studii Economice din Moldova	GRIGOROI Lilia	expert în elaborarea standardelor de calificare	<i>L. Grig</i>	17.10.23

FIȘA DE CONSULTARE

Nr. crt	Instituția/Organizația/ Structura	Numele, Prenumele	Funcția, titlul științific/gratul didactic	Semnătura	Data
PARTENERI SOCIALI					
1.	Publicația periodică revista economică LOGOS-PRES S.A.	MAȚENCO Irina	șef redactor - adjunct		9.10.23
2.	Postul de Radio VOCEA BASARABIEI S.R.L.	MUNTEANU Maricica	redactor-prezentator redacția Actualități		4.10.23
3.	Asociația Jurnaliștilor de Mediu și Turism Ecologic din Republica Moldova	CURCHI Lilia	director executiv		5.10.23
4.	Instituția Publică Compania „Teleradio-Moldova”	PLEȘCA Vera	redactor-prezentator, redacția Actualități		5.10.23
5.	Centrul Media pentru Tineri	ROȘCA Cristina	directoare program parenting		10.10.23

FORMULARUL CALIFICĂRII

Descrierea calificării	<p>Calificarea <i>Master în Științe ale comunicării</i>, nivel 7 CNC, se acordă absolvenților domeniului de formare profesională 0321 <i>Jurnalism și comunicare</i> și confirmă competențele acestora pentru a putea urma o carieră managerială atât în diverse structuri jurnalistice, cât și în diverse structuri pe filiera de comunicare și relații publice, întrucât ei vor obține competențe necesare pentru conceperea și realizarea noilor proiecte media; elaborarea planurilor strategice și gestionarea producției media; consultanță pe probleme strategice de promovare a produselor media (studii de marketing), cât și o carieră de creație în producerea video la diferite posturi de televiziune, în studiourile de înregistrări video, în instituțiile media de tip convergent; producerea diverselor conținuturi/produse de comunicare și PR; consultanță și expertiza pe probleme de comunicare; aplicarea diverselor instrumente de promovare clasică și online; proiectarea și realizarea campaniilor publicitare și de (re)branding.</p> <p>Activitatea profesională în domeniul 0321 <i>Jurnalism și comunicare</i> vizează formarea abilităților și competențelor de asigurare a capabilității de realizare a sarcinilor de documentare, cercetare, analiză și interpretare a unui cadru variat de probleme/situații specifice domeniului mediatico-comunicațional.</p> <p>Din perspectivă profesională, absolventul de master în <i>Jurnalism și comunicare</i> se prezintă drept un specialist cu cunoștințe solide, care:</p> <ul style="list-style-type: none"> - posedă competențele necesare de a concepe, a organiza și a gestiona instituții și activități din domeniul mediatic-comunicațional; - posedă abilități manageriale și poate soluționa situații de criză din domeniu și implementează noile metode și practici de optimizare și eficientizare a proceselor de comunicare internă și externă; - valorifică tehnicile de producere jurnalistică, modalitățile de promovare a mesajului publicistic, formele de design grafic modern și montaj audio-vizual pentru transmiterea optimă a mesajului; - elaborează proiecte de activitate profesională și valorifică căile de implementare a noilor metode, tehnologii și practici eficiente în sectorul de producție media și multimedia; - elaborează proiecte de activitate profesională și valorifică căile de implementare a noilor metode, tehnologii și practici eficiente în sectorul relațiilor publice și publicității. <p>Conform competențelor se implică în activități de cercetare, studiu unor probleme practice din domeniu; colectează, prelucrează, analizează și sistematizează informații cu caracter științific; selectează metodele și mijloacele de soluționare a problemelor, transferă rezultatele cercetării în mediul practic monitorizând rezultatele obținute.</p>
Nivel de calificare	<p>7CNC</p>
Grup/grupuri-țintă	<p>Absolvenți ai programelor de studii superioare de licență, ciclul I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prestatori de programe de jurnalism, comunicare/relații publice și formare profesională; - angajatori; - alte părți interesate.
Tipul	<p>Program de învățământ superior de master, ciclul II:</p>

programului de formare profesională	<ul style="list-style-type: none"> - master de cercetare; - master profesional.
Forma de organizare a studiilor	<ul style="list-style-type: none"> - cu frecvență; - cu frecvență redusă; - studii la distanță.
Durata și volumul studiilor	<ul style="list-style-type: none"> - 2 ani - 120 de credite de studii <p>În cazul învățământului cu frecvență redusă și la distanță durata programului de studii este mai mare cu un semestru.</p>
Condiții de acces	<ul style="list-style-type: none"> - Nivelul minim necesar de studii: studii superioare de licență, ciclul I; - Acte de studii pentru acces: diplomă de studii superioare de licență; - alt act de studii echivalent, recunoscut de autoritatea competentă.
Stagii de practică	<p>Tipurile stagiilor de practică:</p> <ul style="list-style-type: none"> - practica de specialitate; - practica de cercetare de master. <p>Numărul de credite de studii alocate stagiilor de practică se încadrează în limita 8-12% din numărul de credite per program.</p>
Actul de studii, titlul /calificarea atribuită	<ul style="list-style-type: none"> - Diplomă de studii superioare de master și Supliment descriptiv conform Europass; - Titlul: <i>Master 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	<ul style="list-style-type: none"> - Angajarea în câmpul muncii conform calificării atribuite. - Continuarea studiilor la ciclul III de studii superioare de doctorat (nivel 8 CNC).
Oportunități de angajare în câmpul muncii	<p>Absolvenții pot activa în câmpul muncii în calitate de:</p> <p>264202 Comentator economic/comentatoare economică</p> <p>264203 Comentator politic/comentatoare politică</p> <p>264208 Corespondent special/corespondentă specială în țară și străinătate</p> <p>264221 Redactor consultant/redactoare consultantă</p> <p>264231 Responsabil/responsabilă de ediție</p> <p>122201 Director/directoare agenție de publicitate (reclamă)</p> <p>122205 Director/directoare relații publice</p> <p>122206 Manager (șef/șefă) comunicare</p> <p>122207 Manager (șef/șefă) publicitate (reclamă)</p> <p>122208 Manager (șef/șefă) relații publice</p>
Cerințe legale speciale	<p>Apt de muncă din punct de vedere fizic și psihic.</p> <p>Nu sunt alte cerințe legale speciale care limitează obținerea calificării de către persoanele care îndeplinesc condițiile de acces stipulate mai sus.</p>

LISTA OCUPAȚILOR 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 după caz)
<p align="center">0321 Jurnalism și comunicare</p>	<p>264202 Comentator economic/ comentatoare economică 264203 Comentator politic/comentatoare politică 264208 Corespondent special/ corespondentă specială în țară și străinătate 264221 Redactor consultant/ redactoare consultantă 264231 Responsabil/responsabilă de ediție 122201 Director/directoare agenție de publicitate (reclamă) 122202 Director/directoare comunicare 122203 Director/directoare de întreprindere micro-mică (fără ierarhie managerială) în domeniul publicității și relațiilor publice 122204 Director/directoare publicitate (reclamă) 122205 Director/directoare relații publice 122206 Manager (șef/șefă) comunicare 122207 Manager (șef/șefă) publicitate (reclamă)</p>	<p>26 Specialiști în domeniul juridic, social și cultural 264 Autori, jurnaliști și lingviști <i>2642 Jurnaliști</i></p> <p>1222 Conducători/conducătoare din domeniul publicității și relațiilor publice - <i>manager comunicare</i></p> <p>243 Specialiști în vânzări, marketing și relații publice 2431 Specialiști în publicitate și marketing <i>2431.1 Redactor de publicitate</i> <i>2431.3 Specialist în publicitate/specialistă în publicitate</i> <i>2431.4 Brand manager</i></p>	<p>26 Specialiști în domeniul juridic, social și cultural 264 Autori, jurnaliști și lingviști <i>2642 Jurnaliști</i></p> <p>1222 Conducători/conducătoare din domeniul publicității și relațiilor publice - <i>manager comunicare</i></p> <p>243 Specialiști în vânzări, marketing și relații publice 2431 Specialiști în publicitate și marketing <i>-brand manager</i> <i>-copywriter publicitate</i> <i>-specialist în publicitate</i> <i>-specialistă în publicitate</i></p>	<p>J - Informații și comunicații 58 Activități de editare 58.1 Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare 58.13 Activități de editare a ziarelor 58.14 Activități de editare a revistelor și periodicelor 60 Activități de producere și difuzare de programe 60.1 Activități de difuzare a programelor de radio 60.10 Activități de difuzare a programelor de radio 60.2 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune 60.20 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune</p> <p>M – Activități profesionale, științifice și tehnice 70.21 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării 73. Publicitate și activitate de studiere a pieței 73.1 Publicitate</p>

Standard de calificare: *Master în Științe ale comunicării*, nivelul calificării: 7 CNC

Domeniul de formare profesională: *0321 Jurnalism și comunicare*

Aprobat prin ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 424 din 28.03.2024

	<p>122208 Manager (șef/șefă) relații publice 122209 Șef/șefă birou de publicitate 122210 Șef/șefă departament în domeniul publicității și relațiilor publice 122211 Șef/șefă direcție în domeniul publicității și relațiilor publice 243101 Analist/analistă în publicitate și marketing 243102 Analist/analistă studii de piață 243103 Brand manager de produs 243105 Manager în publicitate și marketing 243201 Brand manager personal 243204 Expert în relații publice 243205 Manager în relații publice 243208 Purtător/purtătoare de cuvânt 333202 Manager de evenimente</p>	<p><i>2432.7 Responsabil pentru relațiile cu presa</i> <i>2432.9 Ofițer relații publice/purtător de cuvânt</i> 333 Agenți de servicii comerciale 3332 Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente</p>	<p>333 Agenți de servicii comerciale 3332 Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente - <i>responsabil evenimente</i></p>	<p>73.11 Activități ale agențiilor de publicitate</p>
--	---	---	--	---

COMPETENȚE RELEVANTE CALIFICĂRII

COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)	<p>CT 1. Autocontrolul procesului de învățare și nevoilor de formare profesională</p> <p>CT 2. Analiza reflexivă și critică a propriei activități profesionale</p> <p>CT 3. Aplicarea normelor/principiilor de etică, deontologie și integritate profesională</p> <p>CT 4. Utilizarea eficientă a surselor diversificate de comunicare</p> <p>CT 5. Executarea activităților specifice muncii în echipă cu asumarea de roluri și funcții</p> <p>CT 6. Planificarea strategică și aplicarea eficientă a metodelor specifice de lucru</p> <p>CT 7. Gestionarea activității profesionale în condiții de autonomie și independență profesională</p> <p>CT 8. Utilizarea instrumentelor TIC în activitățile profesionale</p> <p>CT 9. Deținerea competențelor antreprenoriale și a abilităților creative</p>
COMPETENȚE GENERALE (CG)	<p>CG 1. Operarea cu date și informații specifice domeniului profesional</p> <p>CG 2. Elaborarea produselor mediatice și comunicaționale</p> <p>CG 3. Gestionarea activităților de evaluare a impactului și feedback-ului privind produsele specifice domeniului mediatice-comunicațional</p> <p>CG 4. Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor specifice domeniului</p>
COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)	<p>Arie ocupațională 1: GESTIONAREA INSTITUȚIILOR MEDIATICE ȘI PRODUCEREA CONȚINUTURILOR MEDIA INTEGRATE</p> <p>CP 1. Evaluarea pieței informaționale</p> <p>CP 2. Gestionarea instituțiilor mediatice</p> <p>CP 3. Documentarea detaliată în vederea producerii de conținuturi media integrate</p> <p>CP 4. Crearea conținuturilor media integrate și utilizarea programelor de software în vederea sporirii circuitului informațional</p> <p>CP 5. Interpretarea evenimentelor și identificarea tehnicilor relevante de explicare a fenomenelor media</p> <p>Arie ocupațională 2: GESTIONAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE, PR ȘI PUBLICITATE</p> <p>CP 6. Analiza și gestionarea direcțiilor strategice de comunicare și PR</p> <p>CP 7. Organizarea evenimentelor speciale destinate publicului</p> <p>CP 8. Dezvoltarea și implementarea planului de consultanță în domeniul comunicării</p> <p>CP 9. Realizarea activităților publicitare și a campaniilor de branding</p> <p>CP 10. Distribuirea și promovarea activităților de comunicare, PR și publicitate</p>

**TRANSPUNEREA COMPETENȚELOR GENERALE ȘI PROFESIONALE
DIN STANDARDUL OCUPAȚIONAL/STANDARDUL DE COMPETENȚĂ ÎN REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII**

Aria de competență <i>(etape, faze ale prestării serviciului/producerii)</i>	Competențe profesionale conform standardului de competență	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>	Module/discipline ce conduc la formarea de competențe profesionale
COMPETENȚE GENERALE			
1. Analiza și proiectarea activităților în domeniul mediatic-comunicațional	CG 1. Operarea eficientă cu date și informații specifice domeniului profesional	<ol style="list-style-type: none"> 1. evalua critic datele și informațiile din domeniul jurnalismului și comunicării, pentru a înțelege procesele, tendințele și perspectivele din sfera profesională. 2. realiza cercetări, studii și expertize în domeniul mediatic-comunicațional și derivatele acestuia cu scopul de a evalua profilul unei entități publice sau private și de a emite unele recomandări. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii de piață ▪ Cultura organizațională a instituțiilor publice ▪ Gestionarea strategică a instituțiilor media ▪ Gestionarea strategică a producției media ▪ Cadrul legislativ și normativ în domeniul mediatico-comunicațional ▪ Mass-media și opinia publică ▪ Strategii de tirajare online ▪ Producție video ▪ Produse media integrate ▪ Epistemologia comunicării ▪ Comunicare managerială ▪ Psihologia relațiilor publice
2. Elaborarea și gestionarea produselor mediatic și comunicaționale	CG 2. Elaborarea produselor mediatic și comunicaționale	<ol style="list-style-type: none"> 3. proiecta activități și elabora produse din domeniul mediatic și cel comunicațional. 4. aplica cadrul legislativ, normativ și deontologic în domeniu. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Event planning ▪ Studii de piață ▪ Managementul instituției media ▪ Tehnologii moderne de promovare ▪ Cultura organizațională a instituțiilor publice ▪ Gestionarea strategică a instituțiilor media ▪ Cadrul legislativ și normativ în domeniul mediatico-comunicațional ▪ Sectorul asociativ și proiectele mediatic ▪ Mediometria ▪ Mass-media și opinia publică ▪ Strategii de tirajare online ▪ Gestionarea publicității media

			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producție video ▪ Produse media integrate ▪ Campanie de PR ▪ Strategii de advocacy, comunicare și mobilizare socială
	CG 3. Gestionarea activităților de evaluare a impactului și feedback-ului privind produsele specifice domeniului mediatic-comunicațional	<p>5. demonstra abilități de expertiză în raportarea comparată sau evolutivă a unor fenomene mediatico-comunicaționale specifice.</p> <p>6. evalua atitudinea publicului privind produsele jurnalistice și comunicare, pentru a estima impactul și efectele asupra consumatorului.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Event planning ▪ Studii de piață ▪ Managementul instituției media ▪ Tehnologii moderne de promovare ▪ Cultura organizațională a instituțiilor publice ▪ Gestionarea strategică a instituțiilor media ▪ Cadrul legislativ și normativ în domeniul mediatico-comunicațional ▪ Sectorul asociativ și proiectele mediatice ▪ Mediametria ▪ Mass-media și opinia publică ▪ Strategii de tirajare online ▪ Gestionarea publicității media ▪ Producție video ▪ Produse media integrate
3. Distribuirea și promovarea conținuturilor specifice domeniului	CG 4. Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor specifice domeniului	<p>7. utiliza eficient programe de software specifice noilor media, cu scopul eficientizării procesului de lucru.</p> <p>8. monitoriza impactul și efectele conținuturilor în spațiul mediatic-comunicațional real și cel virtual.</p> <p>7.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pre-producția, producția și post-producția jurnalistică ▪ Produse media integrate ▪ Producție multimedia ▪ Managementul instituției media ▪ Managementul brandului ▪ Cadrul legislativ și normativ în domeniul mediatico-comunicațional ▪ Strategii de tirajare online ▪ Gestionarea publicității media ▪ Campanie de PR ▪ Campanie publicitară ▪ Programe de software în domeniul comunicării ▪ Instrumente de monitorizare social media
COMPETENȚE PROFESIONALE			
Arie ocupațională 1: GESTIONAREA INSTITUȚIILOR MEDIATICE ȘI PRODUCEREA CONȚINUTURILOR MEDIA INTEGRATE			
1. Analiza și proiectarea activităților în	CP 1. Evaluarea pieții informaționale	9. examina și evalua piața informațională, cu scopul stabilirii potențialelor avantaje dar și a	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii de piață pentru media promoting ▪ Managementul instituției media ▪ Cadrul legislativ și normativ în domeniul mediatico-

Standard de calificare: *Master în Științe ale comunicării*, nivelul calificării: 7 CNC

Domeniul de formare profesională: *0321 Jurnalism și comunicare*

Aprobat prin ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 424 din 28.03.2024

domeniul mediatic-comunicațional		factorilor de risc. 10. aprecia activitatea instituțiilor media tradiționale și a noilor media, prin prisma respectării cadrului legislativ și normativ în domeniu.	comunicațional ▪ Mediametria ▪ Mass-media și opinia publică
	CP 2. Gestionarea instituțiilor mediaticice	11. dezvolta propriile strategii de gestionare a instituțiilor, subdiviziunilor media, aplicând practici internaționale. 12. identifica propriile tehnici de promovare a unei instituții media, cu scopul asigurării vizibilității și obținerii încrederii publicului.	▪ Gestionarea strategică a instituțiilor media ▪ Strategii de tirajare online ▪ Cultura organizațională a instituțiilor publice ▪ Sectorul asociativ și proiectele mediaticice ▪ Efectele comunicării de masă ▪ Stagiul de practică
2.Elaborarea și gestionarea produselor mediaticice și comunicaționale	CP 3. Documentarea detaliată în vederea producerii de conținuturi media integrate	13. colecta și examina informații privind subiectele de interes public, utilizând bazele de date oficiale, care oferă informații structurate și triate. 14. aprecia calitatea, produsului media prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu, aprobate la nivel național și internațional.	▪ Studii de piață pentru media promoting ▪ Cadrul legislativ și normativ în domeniul mediatico-comunicațional ▪ Sectorul asociativ și proiectele mediaticice ▪ Mediametria ▪ Mass-media și opinia publică ▪ Producție video ▪ Produse media integrate
	CP 4. Crearea conținuturilor media integrate și utilizarea programelor de software în vederea sporirii circuitului informațional	15. întreprinde acțiunile necesare pentru crearea conținuturilor media integrate. 16. identifica formatul potrivit mediului de informare, adaptând materialele la specificul canalelor multimedia. 17. utiliza eficient instrumente digitale în procesul de distribuire a conținuturilor media integrate, aplicând softuri speciale cu scopul sporirii audienței.	▪ Pre-producția, producția și post-producția jurnalistică ▪ Produse media integrate ▪ Producție multimedia ▪ Tehnologii informaționale avansate ▪ Strategii de tirajare online ▪ Gestionarea publicității media

<p>3. Distribuirea și promovarea conținuturilor specifice domeniului</p>	<p>CP 5. Interpretarea evenimentelor și identificarea tehnicilor de explicare a fenomenelor media</p>	<p>18. întreprinde acțiunile necesare, având drept scop interpretarea multiaspectuală a evenimentelor și generarea de soluții în situații de criză. 19. stabili tehnici interdisciplinare cu aplicabilitate înaltă în vederea explicării fenomenelor media. 20. utiliza programe specifice în scopul redării grafice a unui conținut informațional complex.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Event planning ▪ Studii de piață pentru media promoting ▪ Tehnologii moderne de promovare ▪ Gestionarea strategică a instituțiilor media ▪ Gestionarea strategică a producției media ▪ Cadrul legislativ și normativ în domeniul mediatico-comunicațional ▪ Managementul instituției media ▪ Mediametria ▪ Strategii de tirajare online ▪ Gestionarea publicității media ▪ Producție video ▪ Produse media integrate ▪ Efectele comunicării de masă
<p>Aria ocupațională 2: GESTIONAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE, PR ȘI PUBLICITATE</p>			
<p>1. Analiza și proiectarea activităților în domeniul mediatic-comunicațional</p>	<p>CP 6. Analiza și gestionarea direcțiilor strategice de comunicare și PR</p>	<p>21. analiza procesul de comunicare, fluxurile și mediile de comunicare internă și externă. 22. dezvoltă strategii de comunicare instituțională bazate pe expertiză și inovare. 23. elaborează direcții de comunicare cu publicul, pentru a construi o relație solidă și sănătoasă cu mediul extern. 24. identifică procedurile de interacțiune eficiente cu mass-media și alte entități.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Epistemologia comunicării ▪ Cultura organizațională a instituției publice ▪ Gestionarea strategică a instituțiilor publice ▪ Comunicarea în situație de criză ▪ Managementul crizei ▪ Strategii de advocacy, comunicare și mobilizare socială ▪ Comunicare managerială ▪ Valențe ale comunicării instituționale ▪ Event planning ▪ Mass-media și opinia publică ▪ Comunicare cu mass-media ▪ Strategii de comunicare și PR
	<p>CP 7. Organizarea evenimentelor speciale destinate publicului</p>	<p>25. realiza acțiuni și evenimente speciale în domeniul comunicării, cu scopul de a lansa sau promova anumite servicii, produse sau campanii. 26. elaborează activități și produse de PR.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Event planning ▪ Gestionarea strategică a instituțiilor publice ▪ Mass-media și opinia publică ▪ Campanie de PR ▪ Planul de afaceri al agenției de PR ▪ Produse de PR ▪ Comunicare cu mass-media ▪ Strategii de comunicare și PR

2. Elaborarea și gestionarea produselor mediatice și comunicaționale	CP 8. Dezvoltarea și implementarea planului de consultanță în domeniul comunicării	27. evalua situația actuală în domeniul de activitate, cercetând și diagnosticând probleme de comunicare. 28. selecta strategia relevantă în vederea realizării procesului de consultanță. 29. aplica tehnici de mediere în interiorul instituției și între instituție și entitățile din mediul extern.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Event planning ▪ Mass-media și opinia publică ▪ Campanie de PR ▪ Produse de PR ▪ Campanie publicitară ▪ Psihologia relațiilor publice ▪ Copywriting și creativitate
	CP 9. Realizarea activităților publicitare și a campaniilor de branding	30. realiza produse publicitare, pentru a promova anumite produse, servicii, instituții. 31. proiecta, planifica și desfășura campanii de publicitate și de branding/rebranding, cu scopul de a crește notorietatea și recunoașterea brandului. 32. elaborează expertize în baza datelor colectate și analizate, cu scopul de a identifica noile paradigme de construire a brandului.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Event planning ▪ Campanie publicitară ▪ Psihologia publicității ▪ Planul de afaceri al agenției de publicitate ▪ Copywriting și creativitate ▪ Strategii de realizare a produselor publicitare ▪ Strategii de branding ▪ Brand management în situații de criză
3. Distribuirea și promovarea conținuturilor specifice domeniului	CP 10. Distribuirea și promovarea activităților de comunicare, PR și publicitate	33. integra activitățile comunicaționale și de publicitate în mixul comunicațional. 34. distribuie și profilează recomandări în vederea îmbunătățirii activităților și produselor de comunicare, PR și publicitate.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Copywriting și creativitate ▪ Comunicare și promovare online ▪ Tehnologii moderne de promovare ▪ Strategii de promovare online ▪ Instrumente de marketing digital ▪ SEO: tehnici și instrumente ▪ Event planning ▪ Strategii de branding ▪ Psihologia publicității ▪ Mix comunicațional

**DETALIEREA REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII, CORESPUNZĂTOR COMPETENȚELOR,
ÎN TERMENI DE CUNOȘTINȚE, APTITUDINI, RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE
ȘI STABILIREA NIVELUI 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 7 CNC https://europa.eu/europass/system/files/2020-05/Legal%20text-RO.pdf (Anexa II)			
Cunoștințe foarte specializate, unele dintre ele situându-se în avangarda nivelului de cunoștințe dintr-un domeniu de muncă sau de studiu, ca bază a unei gândiri și/sau cercetări originale.	Aptitudini de specialitate pentru rezolvarea problemelor în materie de cercetare și/sau inovare, pentru dezvoltarea de noi cunoștințe și proceduri și pentru integrarea cunoștințelor din diferite domenii.	Gestionarea și transformarea situațiilor de muncă sau de studiu care sunt complexe, imprevizibile și necesită noi abordări strategice. Asumarea responsabilității pentru a contribui la cunoștințele și practicile profesionale și/sau pentru revizuirea performanței strategice a echipelor.	
COMPETENȚE PROFESIONALE GENERALE. REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII (CG)			
CG 1. Operarea cu date și informații specifice domeniului profesional			
Rezultatul învățării 1. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua critic datele și informațiile din domeniul jurnalismului și comunicării, pentru a înțelege procesele, tendințele și perspectivele din sfera profesională.</i>			
K₁ Tipuri, date și sisteme informaționale. K₂ Caracteristici ale informației din domeniul mediatic-comunicațional.	S₁ Cercetează cadrul și contextul mediatic-comunicațional. S₂ Aplică instrumente de segregare a datelor și informațiilor din domeniul profesional.	Absolventul poate analiza informația și datele colectate autonom și responsabil, în vederea elaborării unor evaluări și studii relevante domeniului de activitate.	Absolventul operează cu date și informații (e-mailuri, rapoarte, dări de seamă, scrisori etc.), cu scopul de a evalua cadrul, contextul și formele de comunicare.
Rezultatul învățării 2. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate realiza cercetări, studii și expertize în domeniul mediatic-comunicațional și derivatele acestuia cu scopul de a evalua profilul unei entități publice sau private și de a emite unele recomandări.</i>			

Standard de calificare: *Master în Științe ale comunicării*, nivelul calificării: 7 CNC

Domeniul de formare profesională: *0321 Jurnalism și comunicare*

Aprobat prin ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 424 din 28.03.2024

<p>K₁ Metodologia cercetării în domeniul jurnalismului și comunicării.</p> <p>K₂ Strategii și tehnici de analiză a conținutului și a profilului unei entități publice sau private.</p> <p>K₃ Metode de evaluare și proceduri de expertiză.</p>	<p>S₁ Aplică strategii de evaluare a conținutului și a profilului unei entități publice sau private.</p> <p>S₂ Analizează procesele interne și cele interinstituționale.</p> <p>S₃ Elaborează analize și expertize exhaustive în sfera profesională.</p>	<p>Absolventul poate realiza autonom și responsabil analize și expertize a masivului informațional și a celui comunicațional, efectuând și diferite cercetări exhaustive.</p>	<p>Absolventul elaborează cercetări, analize și studii în domeniul mediatic-comunicațional, relațiilor publice și în sfera publicitară prin:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sondarea pieții informaționale; - evaluarea profilului ale instituțiilor publice sau/și private; - analiza pieții concurențiale; - identificarea și targetarea publicului; - analiza tendințelor și fenomenelor din domeniu etc.
<p>CG 2. Elaborarea produselor mediatic și comunicaționale</p>			
<p>Rezultatul învățării 3. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> proiecta activități și elabora produse din domeniul mediatic și cel comunicațional, cu scopul dezvoltării strategice competitive.</p>			
<p>K₁ Dimensiunile comunicării strategice în era informației.</p> <p>K₂ Produse media integrate, publicitare și de PR: tipuri și funcții.</p> <p>K₃ Tehnici media de încadrare a faptelor și informațiilor relevante.</p>	<p>S₁ Operează cu procesele și activitățile comunicaționale.</p> <p>S₂ Întreprinde acțiuni în elaborarea produselor și campaniilor specifice domeniului de activitate.</p> <p>S₃ Promovează strategic activitățile, aplicând tehnici specifice sferei profesionale.</p>	<p>Absolventul determină responsabil și autonom tendințele din domeniul mediatic și cel comunicațional, astfel proiectând și elaborând produse calitative.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - proiectează activități pe termen scurt, mediu sau lung, în funcție de natura acestora; - elaborează produse media specifice mijloacelor de informare în masă: presa scrisă, agenții de știri, radio și TV; - produse media integrate; - campanii de comunicare; - campanii de publicitate; - produse de PR; - produse publicitare (materiale promoționale, mesaje și texte publicitare, spoturi publicitare etc.).
<p>Rezultatul învățării 4. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> aplica cadrul legislativ, normativ și deontologic în domeniu.</p>			

<p>K1 Specificul producerii conținuturilor de calitate.</p> <p>K2 Cadrul legislativ și normativ general și specific domeniului.</p> <p>K3 Deontologia în domeniul mediatic-comunicațional.</p>	<p>S1 Determină specificul conținuturilor media, comunicaționale și publicitare de calitate.</p> <p>S2 Respectă cadrul legislativ și normativ în vigoare la nivel național și internațional.</p> <p>S3 Aplică aspectele deontologice specifice domeniului de activitate.</p>	<p>Absolventul dezvoltă cu responsabilitate și autonomie acțiuni orientate spre producerea conținuturilor de calitate specifice domeniului, respectând cadrul legislativ, normativ și deontologic.</p>	<p>Absolventul în demersurile profesionale aplică cadrul legislativ, cel normativ și deontologia profesională (Constituția Republicii Moldova, Legea cu privire la libertatea de exprimare, Legea cu privire la publicitate, Codul deontologic al jurnalistului din RM etc.).</p>
<p>CG 3. Gestionarea activităților de evaluare a impactului și feedback-ului privind produsele specifice domeniului mediatic-comunicațional</p>			
<p>Rezultatul învățării 5. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate demonstra</i> abilități de expertiză în raportarea comparată sau evolutivă a unor fenomene mediatico-comunicaționale specifice.</p>			
<p>K1 Efecte în urma reflectării și monitorizării anumitor evenimente.</p> <p>K2 Metode eficiente de expertiză a proceselor comunicaționale contemporane.</p> <p>K3 Avantaje și dezavantaje în analiza evolutivă și comparată.</p>	<p>S1 Stabilește natura efectelor obținute în urma mediatizării unor evenimente.</p> <p>S2 Selectează strategii de expertizare a proceselor, formelor și modelelor de comunicare contemporană.</p> <p>S3 Operează cu tehnici de analiză evolutivă și/sau comparată în vederea explicării fenomenelor și proceselor din sfera mediatică și cea a comunicării.</p>	<p>Absolventul dezvoltă cu responsabilitate și autonomie criterii de analiză, elaborând expertize privind dinamica fenomenelor și proceselor din domeniul mediatic și cel comunicațional.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizează metode originale de reflectare a evenimentelor și interpretare a fenomenelor; - analizează și explică fenomenele mediatic-comunicaționale contemporane din perspectiva impactului și efectelor.
<p>Rezultatul învățării 6. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua</i> atitudinea publicului privind produsele jurnalistice și comunicare, pentru a estima impactul și efectele asupra consumatorului.</p>			
<p>K1 Psihologia maselor: mecanisme de înțelegere și percepție.</p> <p>K2 Tipuri de reacții ale publicului și efecte de durată: scurtă, medie și lungă.</p> <p>K3 Modalități de monitorizare și impactare a conținutului.</p>	<p>S1 Stabilește psihologia „mulțimii” și țintea publicului-țintă.</p> <p>S2 Monitorizează reacțiile publicului-țintă.</p> <p>S3 Evaluează efectul și impactul produselor jurnalistice și comunicaționale în spațiu real sau cel virtual.</p>	<p>Absolventul poate autonom și responsabil stabili atitudinea și reacția publicului referitor la produsele mediatic-comunicaționale în spațiu real sau cel virtual.</p>	<p>Absolventul demonstrează:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cunoștințe în identificarea și targetarea publicului-țintă; - abilități de evaluare a reacției publicului după publicarea sau promovarea unor produse integrate specifice domeniului de activitate.
<p>CG 4. Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor specifice domeniului</p>			
<p>Rezultatul învățării 7. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate utiliza</i> programe de software specifice noilor media, cu scopul eficientizării procesului de lucru.</p>			

<p>K1 Specificul programelor de software.</p> <p>K2 Metode eficiente de aplicare a programelor software specifice domeniului.</p> <p>K3 Algoritmi de segregare a informațiilor.</p>	<p>S1 Operează cu programe de software specifice noilor media.</p> <p>S2 Stabilesc metode relevante de aplicare a programelor de editare.</p> <p>S3 Aplică algoritmi de segregare a informației, din perspectiva itemilor cantitativi și calitativi.</p>	<p>Absolventul responsabil și autonom utilizează sistematic și eficient programe de software specifice domeniului de activitate.</p>	<p>Absolventul aplică programe de software specifice domeniului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - de operare: Windows; - de procesare text: Microsoft Word, WordPerfect; - de calcul tabelar: Excel, Lotus 123; - baze de date: Access, Microsoft SQL Server; - de prezentări: PowerPoint, Canva; - de editare: CapCut, Adobe Premiere Pro, Official Adobe Photoshop; - de comunicare: Microsoft 365, Microsoft Teams, Zoom, Google Meet etc.
<p>Rezultatul învățării 8. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate monitoriza impactul și efectele conținuturilor în spațiul mediatic real și cel virtual.</p>			
<p>K1 Impactul imediat și întârziat.</p> <p>K2 Efecte de ordin: cognitiv, comportamental și afectiv.</p> <p>K3 Specificul mediatizării în spațiul mediatic real și cel virtual.</p>	<p>S1 Stabilește impactul obținut în urma difuzării unui anumit tip de conținut.</p> <p>S2 Analizează varietățile și dimensiunile efectelor pe termen scurt, mediu și lung.</p> <p>S3. Monitorizează randamentul mediatizării la același tip de conținut difuzat în spațiul mediatic real și cel virtual.</p>	<p>Absolventul își asumă, în mod autonom și responsabil, stabilirea impactului și a efectelor conținuturilor în spațiul mediatic real și cel virtual.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - monitorizează feedback-ul imediat al informațiilor, conținuturilor în spațiul mediatic real și cel virtual.
<p>COMPETENȚE PROFESIONALE REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII (CP)</p>			
<p>Arie ocupațională 1: GESTIONAREA INSTITUȚIILOR MEDIATICE ȘI PRODUCEREA CONȚINUTURILOR MEDIA INTEGRATE</p>			
<p>CP 1. Evaluarea pieții informaționale</p>			
<p>Rezultatul învățării 9. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate examina și evalua piața informațională, cu scopul stabilirii potențialelor avantaje dar și a factorilor de risc.</p>			
<p>K1 Metode cantitative și calitative de evaluare.</p> <p>K2 Structura cadrului legislativ și normativ de specialitate.</p> <p>K3 Politicile și condițiile</p>	<p>S1 Analizează multiaspectual piața informațională.</p> <p>S2 Stabilește potențiale avantaje și factori de risc.</p> <p>S3 Evaluează potențialul concurențial.</p>	<p>Absolventul evaluează autonom și responsabil piața informațională, stabilind potențiale avantaje dar și factorii de risc.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - examinează și evaluează multiaspectual piața informațională;

Standard de calificare: *Master în Științe ale comunicării*, nivelul calificării: 7 CNC

Domeniul de formare profesională: 0321 Jurnalism și comunicare

Aprobat prin ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 424 din 28.03.2024

concurențiale.			stabilește avantajele și factorii de risc, din perspectivă concurențială.
Rezultatul învățării 10. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate aprecia activitatea instituțiilor media tradiționale și a noilor media, prin prisma respectării cadrului legislativ și normativ în domeniu.</i>			
<p>K1 Standarde internaționale de activitate a instituțiilor media tradiționale și a noilor media.</p> <p>K2 Standarde naționale de activitate a instituțiilor media tradiționale și a noilor media.</p> <p>K3 Cadrul legislativ și normativ în vigoare.</p>	<p>S1 Apreciază randamentul de activitate a instituțiilor media, în funcție de spațiul în care își desfășoară activitatea.</p> <p>S2 Stabilește itemi calitativi de evaluare a instituțiilor media tradiționale și new media.</p> <p>S3 Determină funcționalitatea și aplicabilitatea cadrului legislativ și normativ în vigoare.</p>	Absolventul apreciază responsabil activitatea instituțiilor media tradiționale și a noilor media.	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - descrie specificul activității instituțiilor media tradiționale și a noilor media; - evaluează gradul de integritate a acestora, prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu.
CP 2. Gestionarea instituțiilor mediatice			
Rezultatul învățării 11. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate dezvolta propriile strategii de gestionare a instituțiilor, subdiviziunilor media, aplicând practici internaționale.</i>			
<p>K1 Strategii de gestionare a instituțiilor media.</p> <p>K2 Cultura organizațională a mass mediei.</p> <p>K3 Comunicarea corporativă și managementul eficient.</p>	<p>S1 Proiectează strategii de gestionare a instituțiilor media.</p> <p>S2 Aplică forme ale culturii organizaționale specifice mediului de creație.</p> <p>S3 Stabilește instrumente eficiente de stimulare a comunicării în instituțiile media, care activează atât în mediul real, cât și cel virtual.</p>	Absolventul se implică autonom și responsabil în dezvoltarea strategiilor de gestionare a instituțiilor media.	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dezvoltă strategii de gestionare a instituțiilor media, ținând cont de dinamica concurențială; - descrie formele de comunicare corporativă specifice instituțiilor media.
Rezultatul învățării 12. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate identifica propriile tehnici de promovare a unei instituții media, cu scopul asigurării vizibilității și obținerii încrederii publicului.</i>			
<p>K1 Tehnici de promovare a unei instituții media.</p> <p>K2 Măsuri pentru obținerea încrederii publicului.</p> <p>K3 Norme profesionale viabile.</p>	<p>S1 Determină cele mai eficiente tehnici de promovare a unei instituții media.</p> <p>S2 Implementează metode deja testate la nivel național și internațional de obținere și menținere a încrederii publicului.</p> <p>S3 Aplică normele profesionale reprezentative la toate etapele procesului de lucru.</p>	Absolventul manifestă responsabilitate în procesul de stabilire a celor mai eficiente tehnici de promovare și decide în mod autonom complexitatea cadrului de metode ce vizează obținerea încrederii publicului pe termen lung.	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aplică tehnici funcționale de promovare a instituției; - propune metode de obținere și menținere a încrederii publicului.
CP 3. Documentarea detaliată în vederea producerii de conținuturi media integrate			

Rezultatul învățării 13. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate colecta și examina informații privind subiectele de interes public, utilizând bazele de date oficiale, care oferă informații structurate și triate.</i>			
K1 Instrumente de identificare a subiectelor de interes public. K2 Etapele fundamentale de documentare. K3 Tehnologia bazelor de date relaționale.	S1 Selectează instrumente eficiente de identificare a subiectelor de interes public. S2 Respectă etapele fundamentale de documentare jurnalistică. S3 Utilizează bazele de date relaționale, care oferă cel mai eficient și flexibil mod de a accesa informații structurate.	Absolventul se implică autonom și responsabil în colectarea și examinarea informațiilor privind subiectele de interes public, utilizând bazele de date oficiale, care oferă informații structurate și triate.	Absolventul: - colectează și analizează informații privind subiectele de interes public; - utilizează bazele de date oficiale și credibile; structurează și triază informații și date.
Rezultatul învățării 14. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate aprecia calitatea produsului media prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu, aprobate la nivel național și internațional.</i>			
K1 Cultura media. K2 Conținuturi media calitative și integritate profesională. K3 Cadrul legislativ și cel normativ în domeniul mediatico-comunicațional.	S1 Identifică subiecte relevante și produce conținuturi media complexe. S2 Utilizează informații importante în coraport cu realizarea sarcinii de soluționare a unor probleme actuale. S3 Respectă și aplică legislația în domeniu și normele profesionale.	Absolventul își asumă individual și responsabil analiza critică a conținuturilor media prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu, aprobate la nivel național și internațional.	Absolventul: - aplică cadrul legislativ în domeniul mediatico-comunicațional, național și internațional; - aplică normele etice în domeniul mass-mediei, naționale și internaționale; determină calitatea produselor media în funcție de specificul subiectului tratat și a mediului de informare, difuzare.
CP 4. Crearea conținuturilor media integrate și utilizarea programelor de software în vederea sporirii circuitului informațional			
Rezultatul învățării 15. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate întreprinde acțiunile necesare pentru crearea conținuturilor media integrate.</i>			
K1 Specificul multimedia. K2 Conținut media integrat. K3 Circuit informațional și tirajare online.	S1 Analizează specificul multimedia. S2 Determină impactul și efectele unui produs media complex. S3 Asigură circuitul informațional constant și tirajarea online, aplicând tehnici eficiente de distribuire a materialelor jurnalistice.	Absolventul întreprinde, individual și responsabil, acțiunile necesare pentru crearea conținuturilor media integrate.	Absolventul: - creează conținuturi media integrate, specifice mediei tradiționale, dar și noilor media; - identifică instrumente care asigură tirajarea în mediul online.
Rezultatul învățării 16. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate identifica formatul potrivit mediului de informare, adaptând materialele la specificul canalelor multimedia.</i>			

<p>K₁ Genuri și formate jurnalistice. K₂ Specificul mediului de informare. K₃ Servicii de agregare, publicare și distribuire.</p>	<p>S₁ Identifică genurile și formatele jurnalistice; S₂ Determină specificul mediului de informare. S₃ Aplică, în timp util, servicii de agregare a materialelor jurnalistice (text, audio, video, multimedia).</p>	<p>Absolventul identifică autonom formatul potrivit mediului de informare și adaptează în mod responsabil materialele la specificul canalelor multimedia.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - descrie genurile și formatele video; - demonstrează capacități de adaptare a materialului, în funcție de specificul canalelor multimedia; - implementează servicii de agregare a materialelor jurnalistice.
<p>Rezultatul învățării 17. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate utiliza eficient instrumente digitale în procesul de distribuire a conținuturilor media integrate, aplicând softuri speciale cu scopul sporirii audienței.</i></p>			
<p>K₁ Instrumente digitale. K₂ Tipuri de conținut media integrat. K₃ Indicatori de sporire a audienței.</p>	<p>S₁ Alică instrumente digitale specifice domeniului mediatic. S₂ Determină specificul tipurilor de conținut media integrat (interactiv, de conectare, promoțional). S₃ Monitorizează sistematic, în baza unor itemi prestabiliți, dinamica sporirii audienței.</p>	<p>Absolventul utilizează autonom instrumente digitale în procesul de distribuire a conținuturilor media integrate, manifestând responsabilitate în aplicarea de softuri speciale cu scopul sporirii audienței.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizează instrumente digitale în procesul de creație; - determină tipurile de conținut media integrat; - aplică softuri pentru a spori audiența, pe diferite segmente.
<p>CP 5. Interpretarea evenimentelor și identificarea tehnicilor relevante de explicare a fenomenelor media</p>			
<p>Rezultatul învățării 18. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate întreprinde acțiunile necesare, având drept scop interpretarea multiaspectuală a evenimentelor și generarea de soluții în situații de criză.</i></p>			
<p>K₁ Instrumente de interpretare și contextualizare a evenimentelor. K₂ Tehnici de lucru jurnalistice în situații de criză. K₃ Rolul jurnalistului în interpretarea evenimentelor și soluționarea situațiilor de conflict.</p>	<p>S₁ Analizează conținutul informațional și interpretează multiaspectual evenimentele. S₂ Stabilește cadrul tipic de tehnici de lucru jurnalistice. S₃ Determină rolul jurnalistului în funcție de circumstanțele de lucru.</p>	<p>Absolventul întreprinde conștient acțiunile necesare pentru interpretarea multiaspectuală a evenimentelor și generează în mod responsabil soluții în situații de criză.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stabilește acțiuni relevante pentru interpretarea calitativă și multiaspectuală a evenimentelor; - generează soluții în situații de criză; - gestionează conflicte interne și externe.
<p>Rezultatul învățării 19. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate stabili tehnici interdisciplinare cu aplicabilitate înaltă în vederea explicării fenomenelor media.</i></p>			
<p>K₁ Tehnici interdisciplinare. K₂ Practici de explicare argumentată a fenomenelor media.</p>	<p>S₁ Determină tehnici media cu aplicabilitate garantată în reflectare sistematică, obiectivă și integră.</p>	<p>Absolventul stabilește, autonom și responsabil, tehnici interdisciplinare cu</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - asigură explicarea clară și obiectivă a fenomenelor media;

Standard de calificare: *Master în Științe ale comunicării*, nivelul calificării: 7 CNC

Domeniul de formare profesională: 0321 Jurnalism și comunicare

Aprobat prin ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 424 din 28.03.2024

K3 Circuitul de opinii, viziuni și fapte.	S2 Explică clar și argumentat fenomenele media. S3 Selectează și pune în circuit cele mai relevante opinii, viziuni și fapte.	aplicabilitate înaltă în explicarea fenomenelor media.	- sintetizează cele mai relevante opinii, viziuni și fapte.
Rezultatul învățării 20. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate utiliza programe specifice în scopul redării grafice a unui conținut informațional complex.			
K1 Instrumente software de design grafic. K2 Conținut informațional și operațional complex. K3 Produs media accesibil și atractiv.	S1 Determină instrumente software de design grafic pentru a reda un conținut informațional complex într-un mod accesibil. S2 Creează conținut media operațional. S3 Difuzează și distribuie produse media accesibile pentru variate categorii de public.	Absolventul utilizează responsabil programe specifice pentru a reda grafic un conținut informațional complex.	Absolventul: - asigură lizibilitatea unui produs media, indiferent de formatul acestuia; - utilizează programe specifice în procesul de editare grafică calitativă.
Arie ocupațională 2: GESTIONAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE, PR ȘI PUBLICITATE			
CP 6. Analiza și gestionarea direcțiilor strategice de comunicare și PR			
Rezultatul învățării 21. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate analiza procesul de comunicare, fluxurile și mediile de comunicare internă și externă.			
K1 Tipuri, modele și forme de comunicare instituțională. K2 Tipuri de produse și activități PR. K3 Tehnici de gestionare și evaluare a comunicării interne și externe.	S1 Analizează tipurile, modelele, formele și mediile de comunicare instituțională. S2 Inițiază proceduri de evaluare a procesului de comunicare instituțională. S3 Proiectează strategii de gestionare eficiente a relațiilor publice.	Absolventul autonom și responsabil poate identifica și evalua tipurile, formele, modelele și mediile de comunicare instituțională, gestionând abil și strategic activitățile de PR.	Absolventul: - examinează multiaspectual procesul și formele de comunicare instituțională și interinstituțională; - realizează activitățile de PR (participare la târguri, marketing social, Advertising PR, Product Placement, organizează diverse evenimente etc.).
Rezultatul învățării 22. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate dezvolta strategii de comunicare instituțională bazate pe expertiză și inovare.			
K1 Dimensiunile teoretico-practice ale comunicării instituționale. K2 Strategii de comunicare instituțională.	S1 Elaborează strategii de comunicare instituțională în funcție de scopul trasat. S2 Desfășoară strategii de comunicare instituțională internă și externă.	Absolventul cu responsabilitate și autonomie studiază circuitele informaționale interne și externe și elaborează strategii de	Absolventul elaborează strategii eficiente de gestionare a comunicării interne și a celei externe pentru a spori credibilitatea și încrederea publicului, pentru a consolida reputația, pentru a atinge obiectivele organizaționale,

		comunicare instituțională.	pentru a fideliza și a promova identitatea și cultura instituțională.
Rezultatul învățării 23. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> elabora direcții de comunicare cu publicul, pentru a construi o relație solidă și sănătoasă cu mediul extern.			
K1 Modalități și formate de comunicare cu publicul. K2 Nevoile și necesitățile publicului: Piramida lui Maslow K3 Tehnici de persuasiune în comunicare.	S1 Aplică diverse modalități eficiente de comunicare persuasivă (cu scopul de a informa, responsabiliza, angaja etc.). S2 Aplică diferite tactici de comunicare persuasivă cu publicul. S3 Stabilește instrumente eficiente și desfășoară diferite acțiuni pornind de la necesitățile consumatorului.	Absolventul autonom și responsabil dezvoltă strategii de comunicare cu publicul, aplicând diferite modalități și tactici de comunicare persuasivă.	Absolventul schițează setul de acțiuni a instituției și elaborează strategii de comunicare eficientă și persuasivă cu publicul prin: - diverse acțiuni destinate publicului; - comunicarea permanentă cu publicul, creând o legătură cu acesta; - publicarea sistematică pe site-ul instituțional; - distribuirea pe platformele social media a informație instituțională.
Rezultatul învățării 24. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> identifica procedurile de interacțiune eficientă cu mass-media și alte entități.			
K1 Comunicarea cu mass-media. Rolul specialistului în comunicare și relații publice K2 Metode de reflectare și distribuire a informației în spațiul public și cel virtual. K3 Cadrul relațional al mass-media.	S1 Determină elementele sistemului mediatic și rolul unui specialist în comunicare și PR. S2 Facilitează colaborarea cu instituțiile mediatice (publicații periodice, radio, TV și presa online). S3 Analizează cadrul relațional al mass media.	Absolventul cu responsabilitate și autonomie inițiază și coordonează procedurile de interacțiune cu instituțiile mediatice și alte entități strategice în vederea promovării și mediatizării imaginii, acțiunilor și evenimentelor instituționale.	Absolventul cunoaște sistemul mediatic și dezvoltă un climat favorabil de interacțiune cu media și alte entități în vederea reflectării și distribuirii conținutului comunicațional prin intermediul diverselor articole, comunicate de presă și evenimente destinate presei (conferințe de presă, briefing-uri, tururi de presă etc.).
CP 7. Organizarea evenimentelor speciale destinate publicului			
Rezultatul învățării 25. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării</i> realiza acțiuni și evenimente speciale în domeniu comunicării, cu scopul de a lansa sau promova anumite servicii produse sau campanii.			
K1 Tipuri de evenimente și activități la nivel intern și extern. K2 Evenimentul special ca tehnică de promovare a instituției.	S1 Concepe și planifică diferite tipuri de evenimente. S2 Organizează evenimente de presă;	Absolventul cu responsabilitate și autonomie poate concepe, planifica și desfășura	Absolventul organizează diferite tipuri de evenimente: - evenimente corporative (conferințe, seminare, workshop-uri, evenimente

<p>K3 Comunicare prin evenimente.</p>	<p>evenimente interne, evenimente externe. S3 Evaluează evenimentul (măsurare, cercetare, impactare).</p>	<p>diferite tipuri de evenimente și evalua etapa post-eveniment.</p>	<p>de lansare);</p> <ul style="list-style-type: none"> - evenimente comerciale (târguri, expoziții, festivaluri, lansări de produse); - evenimente sociale; - evenimente culturale și de divertisment (lansări de carte, festivaluri, concerte, spectacole); - evenimente educaționale (lecții, workshop-uri, training-uri); - evenimente sportive; - evenimente de caritate și responsabilitate socială.
<p>Rezultatul învățării 26. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate elabora activități și produse de comunicare și PR.</i></p>			
<p>K1 Integrarea conținuturilor de comunicare și PR în câmpul informațional. K2 Tehnici de promovare clasică și online. K3 Acorduri de parteneriat și colaborare cu mass-media și alte entități.</p>	<p>S1 Creează conținut specific tuturor mijloacelor de comunicare în masă și mediilor de promovare. S2 Aplică diferite tipuri tehnici de promovare clasică și promovare online. S3 Încheie diverse acorduri de parteneriat și acorduri de colaborare cu mass-media, cu platforme de informare, cu entități și agenții de publicitate etc.</p>	<p>Absolventul cu responsabilitate și autonomie poate elabora analize SWOT, și stabili natura și gradul de respectare a eticii în PR, utilizând promovarea clasică, dar și cea online a diferitor conținuturi și produse de PR.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - implementează acțiuni creative în vederea optimizării activităților de comunicare și PR. - scrie și promovează conținuturi specifice tuturor mijloacelor de comunicare în masă; - îngrijește/administrează canale și conturi ale instituției pe Youtube, rețele de socializare etc.; - folosește diverse tehnici tipuri de promovare clasică și online; - înlesnește relații cu mass-media și alte structuri strategice în vederea mediatizării conținuturilor, produselor, evenimentelor realizate.
<p>CP 8. Dezvoltarea și implementarea planului de consultanță în domeniul comunicării</p>			
<p>Rezultatul învățării 27. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua situația actuală în domeniul de activitate, cercetând și diagnosticând problemele de comunicare.</i></p>			

<p>K1 Tehnici de diagnosticare a problemelor în domeniul comunicării.</p> <p>K2 Tehnologii și tipuri de expertiză.</p>	<p>S1 Utilizează tehnici de diagnosticare a problemelor comunicaționale.</p> <p>S2 Elaborează diferite tipuri de expertiză în funcție de specific și scopul propus.</p>	<p>Absolventul responsabil și autonom poate colecta, clasifica și examina date și informații, identificând problemele de comunicare și elaborând diferite expertize.</p>	<p>Absolventul</p> <ul style="list-style-type: none"> - analizează sistemul informațional și raportează datele la un anumit context sau situație, elaborând diverse expertize; - aplică diferite tehnici de diagnosticare a problemelor în domeniul comunicațional.
<p>Rezultatul învățării 28. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> selecta strategia relevantă în vederea realizării procesului de consultanță</p>			
<p>K1 Planul de implementare: calendarul activităților și resursele necesare.</p> <p>K2 Metode de monitorizare și evaluare: indicatori cheie de performanță (KPIs):</p> <p>K3 Tipuri de servicii de consultanță.</p>	<p>S1 Dezvoltă un plan de consultanță viabil, conform standardelor din domeniu.</p> <p>S2 Monitorizează fiecare etapă a procesului de consultanță.</p> <p>S3 Desfășoară și aplică diverse servicii de consultanță în funcție de cerințe.</p>	<p>Absolventul cu responsabilitate și autonomie poate dezvolta și implementa strategii relevante de consultanță, monitorizând și evaluând fiecare etapă a procesului de consultanță.</p>	<p>Absolventul dezvoltă strategii de consultanță, monitorizând și evaluând fiecare etapă a procesului de consultanță, totodată livrează tipuri de consultanță pe diverse segmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - brand: audit de brand, poziționarea brandului, vocea brandului, brand personal; - comunicare: canalele de comunicare, plan de comunicare în situație de criză; - event planning: planificarea unui eveniment și organizarea lui; - copywriting; - PR; <p>și dezvoltă/selectează cele mai eficiente căi de realizare și implementare.</p>
<p>Rezultatul învățării 29. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> aplica tehnici de mediere în interiorul instituției și între instituție și entitățile din mediul extern.</p>			
<p>K1 Specificul medierii ca metodă alternativă de rezolvare a conflictelor.</p> <p>K2 Profilul mediatorului: misiune și impact.</p> <p>K3 Tehnici de mediere în sfera comunicațională.</p>	<p>S1 Evaluează procesul de mediere.</p> <p>S2 Dovedește calități de bun mediator.</p> <p>S3 Aplică diferite tehnici de mediere în situații de criză sau/și conflict.</p>	<p>Absolventul poate stabili responsabil și autonom tipul de problemă, criză sau conflict, creând un mediu favorabil în vederea medierii, atât în cadrul unei instituții, cât și în exteriorul ei.</p>	<p>Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifică tipului de problemă, criză sau conflict; - posedă abilități de comunicare în situației de criză și conflict iscată în interiorul sau exteriorul instituției; - demonstrează competențe de mediator, aplicând tehnici de mediere în

			interiorul instituției, dar și între instituție și alte entități.
CP 9. Realizarea activităților publicitare și a campaniilor de branding			
Rezultatul învățării 30. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate elabora produse publicitare, pentru a promova anumite produse, servicii, instituții.</i>			
K1 Limbajul publicității. K2 Principii de creație a unui slogan, spot publicitar, pliant, panou stradal etc. K3 Campanii publicitare din domeniul social, comercial și politic.	S1 Analizează corelația text-imaginesunet în publicitate. S2 Explică rigorile de creare a produselor publicitare. S3 Determină specificul campaniilor publicitare din diverse domenii, cunoscând principalele etape ce trebuie parcurse în timpul creației publicitare.	Absolventul responsabil poate genera mesaje publicitare, textuale și vizuale, utilizând strategiile și tehnicile creative, în vederea obținerii unor materiale publicitare pentru diverse tipuri de campanii.	Absolventul: <ul style="list-style-type: none"> - creează diverse produse publicitare (spoturi, pliante, bannere, materiale promoționale etc.); - elaborează mesaje publicitare, ținând cont de specificul canalului de distribuție al acestora; - respectă prevederile legale privind publicitatea.
Rezultatul învățării 31. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate proiecta, planifica și desfășura campanii de publicitate și branding/rebranding cu scopul de a crește notorietatea și recunoașterea brandului.</i>			
K1 Etapele campaniei de branding și campaniei de rebranding. K2 Instrumente de promovare a brandurilor. K3 Responsabilitatea socială corporativă (CSR).	S1 Cercetează și analizează locul și contextul unui brand. S2 Stabilește scopul și obiectivele unei campanii de branding. S3 Determină importanța comunicării strategice în promovarea brandului.	Absolventul poate cu responsabilitate să elaboreze conceptul unei campanii de branding, ținând cont de etapele acesteia.	Absolventul: <ul style="list-style-type: none"> - generează în cunoștință de cauză conținutul oricărei etape de creare sau promovare a brandului; - structurează corect campaniile de branding; - modifică structura campaniilor de branding în funcție de intenție.
Rezultatul învățării 32. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate elabora expertize în baza datelor colectate și analizate cu scopul de a identifica noile paradigme de construire a brandului.</i>			
K1 Notorietatea și organizarea comunicării în jurul unui brand. K2 Tipuri de branduri și structurile lor. K3 Relația brandurilor cu clienții.	S1 Identifică specificul brandingului. S2 Compară diverse strategii de comunicare ale brandurilor. S3 Depistează cauzele erodării încrederii în companii, recunoscând brandurile bazate pe valori.	Absolventul poate evalua cu responsabilitate eficiența comunicării organizate în jurul unui brand, elaborând expertize ale activităților de branding sau rebranding.	Absolventul: <ul style="list-style-type: none"> - expertizează calitatea conținuturilor publicitare difuzate de către brandurile autohtone și cele internaționale; - stabilește problemele cu care se

			confruntă brandurile în contemporaneitate.
CP 10. Distribuirea și promovarea activităților de comunicare, PR și publicitate			
Rezultatul învățării 33. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării</i> poate integra activitățile comunicaționale și de publicitate în mixul comunicațional.			
K₁ Elementele mixului comunicațional. K₂ Abordare strategică ale activităților comunicaționale. K₃ Publicitatea și sustenabilitatea.	S₁ Identifică elementele mixului de comunicare. S₂ Determină importanța comunicării strategice în procesul de valorificare a brandului, unui produs publicitar etc.	Absolventul gestionează cu responsabilitate și eficacitate procesul de consolidare a procesului de comunicare, a produselor publicitare și de PR.	Absolventul: - demonstrează abilități de expertiză în domeniul comunicării strategice. - integrează sistematic, coordonat și integrator comunicarea de brand, produsele comunicaționale și cele publicitare în mixul de comunicare.
Rezultatul învățării 34. <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate</i> distribui și profila recomandări în vederea îmbunătățirii activităților și produselor de comunicare, PR și publicitate			
K₁ Tehnici de promovare clasică și online. K₂ Tactici de distribuire a conținutului informațional. K₃ Instrumente digitale specifice domeniului profesional.	S₁ Folosește în demersul profesional diferite tipuri de promovare. S₂ Estimează impactul până la etapa de distribuire și promovare a conținutului specific domeniului. S₃ Aplică instrumentele digitale eficiente în vederea distribuirii conținutului pe diverse platforme.	Absolventul aplică instrumente digitale în realizarea evaluării interne și a feedback-ului, elaborând un raport final și prezentând o serie de recomandări în vederea îmbunătățirii activităților și produselor de comunicare, PR și publicitate	Absolventul realizează: - o evaluare internă după implementarea planului de comunicare; - o analiză a impactului și reacției publicului la activitățile și produsele de PR; - un raport final și prezintă un set de recomandări finale.

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	Evaluarea finală a rezultatelor învățării se desfășoară conform cadrului normativ aprobat. La susținerea publică a tezei de master se admit studenții care au realizat integral Planul de învățământ, au obținut creditele aferente unităților de curs/modulelor obligatorii și opționale urmate și au trecut procedura anti-plagiat.
2.	Forma de evaluare finală a rezultatelor învățării	Nivelul 7 CNC - susținerea publică a tezei/proiectului de master.
3.	Condiții organizatorice de realizare a evaluării finale și certificării calificării (se indică, după caz, condițiile specifice)	Teza de master reprezintă o cercetare științifică realizată în scopul analizei problemelor teoretice și practice, care trebuie să demonstreze competențe profesionale și de cercetare științifică în domeniul programului de master, cunoașterea științifică avansată a temei abordate, să conțină elemente de noutate în dezvoltarea sau soluționarea problemei de cercetare. Tema tezei de master se stabilește de către studenți și conducătorii de teze, fiind aprobată de către departamentul/catedra de profil și consiliile facultăților până la începutul anului II de studii. La stabilirea temei tezei de master științific se ține cont de prioritățile strategice în domeniile cercetării și inovării. Tezele de master se susțin public, în fața comisiilor de evaluare stabilite prin ordin al rectorului instituției organizatoare de master. Facultatea va decide asupra termenelor și modalității de prezentare a tezei pentru a fi verificată prin sistemul anti plagiat, necesității prezentării și numărul avizelor și recenziilor, dar și a termenelor și formelor de prezentare a tezei în variantă finală.
4.	Cerințe generale față de modalitatea de evaluare și instrumentele utilizate în procesul de evaluare (cerințe care conferă credibilitate modalității și instrumentelor de evaluare)	În procesul evaluării și susținerii, tezele de master sunt apreciate conform următoarelor criterii: a) actualitatea temei; b) calitatea fundamentării științifice; c) realizarea obiectivelor cercetării; d) calitatea/complexitatea studiului efectuat; e) relevanța practică a studiului efectuat; f) calitatea prezentării (lizibilitate, grafică, elocință etc.); g) alte criterii stabilite de instituție. Ponderea fiecărui criteriu în calcularea notei finale este aprobată de senatul instituției de învățământ superior, la propunerea facultății care organizează programul de master respectiv. Nota finală la evaluarea tezei se calculează ca medie aritmetică a notelor atribuite de către membrii comisiei pentru fiecare din criteriile prevăzute.
5.	Cerințe generale în raport cu evaluatori	

		<p>Comisiile de evaluare a tezelor/proiectelor de master sunt constituite din cel puțin cinci cadre științifico-didactice, dar pot include și reprezentanți ai pieții muncii.</p> <p>Comisia de evaluare a tezelor de master include un președinte, un vicepreședinte, trei membri și secretarul acesteia. Secretarul comisiei nu are drept de vot.</p> <p>În calitate de președinte al comisiei de evaluare a tezei/proiectului de master sunt desemnați specialiști în domeniul respectiv (profesori universitari, conferențieri universitari, cercetători științifici, deținători ai titlurilor onorifice, practicieni consacrați și recunoscuți), care nu activează în cadrul instituției în cauză. Aceeași persoană poate fi numită președinte al unei comisii de evaluare a tezei/proiectului de master nu mai mult de doi ani consecutiv.</p>
6.	Cerințe generale privind certificarea calificării	<p>Calificarea se atribuie prin ordinul rectorului, la decizia Comisiei de evaluare, consemnată în proces-verbal.</p> <p>Studentii ciclului II care realizează obiectivele programului de master și susțin public teza/proiectul de master primesc titlul de Master în Științe ale Comunicării, cu eliberarea Diplomei de studii superioare de master, însoțită de Suplimentul la Diplomă, redactat în limbile română și engleză, care conține informații detaliate privind cunoștințele și competențele specifice domeniului de formare profesională 0321 Jurnalism și Comunicare.</p> <p>În Diploma de master se indică denumirea programului de master. Pentru programele de master științific sunt eliberate diplome cu seria MS și pentru programele de master profesional sunt eliberate diplome cu seria MP.</p>

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

Prin susținerea tezei de master, vor fi evaluate rezultatele învățării dezvoltate în cadrul programului de studii, cu accent pe domeniul problemei studiate, stabilite în limitele competențelor prevăzute de prezentul standard. Studentii realizează cercetări aplicative individuale aprofundându-se în direcția stabilită de tema tezei de master. Tematica tezelor de maser este elaborată la departamentele/catedrele de specialitate, aprobată de Consiliul facultății și făcută publică în termenele stabilite de regulamentele în vigoare.

Tema proiectului de master se definitivează la finalizarea etapei de documentare, dar nu mai târziu de 3 luni până la susținerea publică a lucrării de finalizare a studiilor. Etapa de documentare se desfășoară printr-un stagiul de practică realizat, de regulă, în cadrul instituțiilor mass-media, entităților publice sau/și private, în cadrul departamentelor/secțiilor de comunicare și relații publice, în cadrul agenției de publicitate, de copywriting, ONG-uri etc.

Instituțiile de învățământ superior vor detalia etapele și conținutul procesului de elaborare a tezei de master în regulamente/ghiduri/proceduri instituționale.

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

Descriptorii de note sunt aplicați pentru stabilirea nivelului rezultatelor învățării demonstrate de către candidat prin Teza de master.

Descriptorii explică semnificația notei acordate candidatului pentru prezentarea produselor specificate în conținutul lucrării. Descriptorii de nivel se utilizează de către Comisia pentru evaluare în procesul de stabilire a notei alocate corespunzător nivelului de realizare a sarcinii.

Nota finală la Teza de master se va calcula ținând cont de ponderea fiecărui criteriu de evaluare, specificate în tabelul de mai jos.

Criterii de evaluare	Foarte bine (10-9,00)	Bine (8,99-7,00)	Satisfăcător (6,99-5,00)	Nesatisfăcător <5,00
Actualitatea temei, (0,1)	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.
Calitatea fundamentării științifice, (0,2)	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este bună.	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este suficient de bună.	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este generală, fără aspecte concrete.	Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este insuficientă.
Realizarea obiectivelor cercetării, (0,2)	Obiectivele cercetării au fost atinse.	Obiectivele cercetării au fost, în mare parte atinse.	Obiectivele cercetării au fost atinse parțial.	Obiectivele cercetării nu au fost atinse.
Calitatea/complexitatea metodologiei cercetării, (0,1)	Metodologia aplicată este relevantă.	Metodologia aplicată este adecvată scopului.	Metodologia aplicată este generală, fără aspecte concrete.	Metodologia aplicată este inadecvată.
Relevanța practică a studiului efectuat, (0,2)	Studiul efectuat este relevant domeniului, venind cu soluții utile și practice.	Studiul efectuat este relevant domeniului, venind cu soluții mai puțin practice.	Studiul efectuat este parțial relevant domeniului, venind cu soluții practice complicate pentru implementare.	Studiul efectuat nu este relevant domeniului, venind cu soluții inutile.
Calitatea prezentării (lizibilitate, grafică, elocvență), (0,1)	Lucrarea este prezentată într-un mod clar, coerent, preponderent se utilizează grafice și desene.	Lucrarea este prezentată într-un mod clar, coerent, parțial se utilizează grafice și desene.	Lucrarea este prezentată în fond clar, fără coerență în expunere, preponderent se utilizează grafice și desene.	Lucrarea este prezentată fără coerență în expunere, ocazional se utilizează grafice și desene.
Expunerea și argumentarea concluziilor, (0,1)	Concluziile sunt concludente și expuse clar.	Concluziile sunt expuse bine, dar lipsește legătura dintre compartimente.	Concluziile sunt expuse generalizat, fără referință la rezultatele obținute.	Concluziile lipsesc sau sunt foarte sumare, sunt foarte generalizate și abstracte.

AGREGAREA NOTEI MEDII GENERALE PENTRU PROGRAM

Rezultatele evaluării tezei/proiectului se exprimă cu note de la „10” la „1” și, după caz, cu calificativele „excelent”, „foarte bine”, „bine”, „satisfăcător”, „nesatisfăcător”, „admis”, „respins”. În

paralel cu Sistemul Național de Notare în învățământul superior se aplică și scara de notare cu calificative recomandate în Sistemul European de Credite Transferabile (A, B, C, D, E, FX, F), pentru completarea Suplimentului la Diplomă și facilitarea mobilității academice. 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.

Media generală de master se stabilește ca media aritmetică a notei obținute la susținerea tezei de master și a mediei generale pe semestrele de studii și se calculează cu două zecimale (se scrie cu cifre și litere).

4. STABILIREA NIVELULUI MINIM DE COMPETENȚĂ

Pentru a obținerea calificării este necesară realizarea integrală a planului de învățământ cu cel puțin nota „5” și promovarea probelor de evaluare/susținerea tezei de licență.

Minimumul 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 în domeniul *0321 Jurnalism și Comunicare*, nu sunt necesare resurse speciale, doar că unele rezultatele ale învățării necesită demonstrarea cunoștințelor în condiții și regim real de lucru.

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, care emite cadrul formal și gestionează activitatea grupului de lucru, conform etapelor prevăzute în <i>Metodologia de elaborarea, validare și aprobare a standardelor de calificare</i> (2022).</p> <p>Standardul de calificare în domeniul de formare <i>0321 Jurnalism și comunicare</i>, 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 documentele normative ale acestui segment important al macrosistemului socioeconomic, pe de o parte și sistemul educațional, pe de altă parte. Din aceste considerente, MEC creează contextul favorabil pentru implicarea partenerilor: reprezentanți ai diverselor structuri din sistemul mediatic al Republicii Moldova. 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 elaborare a Standardului de calificare. Din aceste considerente, membrii ai echipei de elaborare sunt reprezentanții mediului academic, cadre didactice și manageriale din instituțiile în care se realizează formarea profesională în domeniul <i>0321 Jurnalism și comunicare</i> și reprezentanți ai diverselor</p>

	<p>structuri de specialitate din Republicii Moldova.</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 calificare	<p>Documentele-reper pentru elaborarea Standardului de calificare, sunt cele ce reglementează activitatea profesională. Deoarece nivelul 7 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 a două documente: Standardul de competență și Standardul de calificare.</p> <p>Elementele de structură a Standardului de competență, devin implicit și criterii de asigurare a calității acestui document normativ, cele care reflectă concepția privind: 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 conform 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 activitatea profesională (analiza sistemului mediatic și a diverselor structuri din domeniu; consultații cu reprezentanții pieței muncii; absolvenți ai programelor de studii); - Determinarea ariilor ocupaționale; - Determinarea ariilor de competență; - Corelarea taxonomică a competențelor; - Formularea descriptorilor; - Formularea rezultatelor învățării și detalierea acestora; - Formularea criteriilor de evaluare a calității formării profesionale.
Validarea	Validarea este o etapă importantă în procesul de elaborare a Standardului de calificare,

	<p>fiind și un element de bază al concepției de elaborare a acestui document.</p> <p>Comisia de validare a fost constituită prin ordinul 1280 din 13.10.2023. Criteriul, în baza căruia se creează Comisia de validare este reprezentativitatea. Autoritatea competentă de validarea evaluării rezultatelor învățării și certificarea calificării este Comisia de validare formată din reprezentanți ai angajatorilor, instituțiilor de învățământ furnizoare de programe educaționale de formare inițială și continuă, altor parteneri sociali relevanți, care verifică relevanța calificării profesionale, axată pe consultarea surselor, instrucțiunilor precum și dovezilor utilizate ca bază, argumentând necesitatea de elaborare a standardului de calificare, conform cererii pieței muncii.</p> <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 a diverselor sectoare a pieței muncii cu specialiști formați în domeniu.</p> <p>Standardul de calificare a fost validat, prin Avizul 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 master, ciclul II, la domeniul de formare profesională <i>0321 Jurnalism și comunicare</i>.</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 tematica curriculumului; - 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	<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</p>

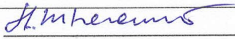


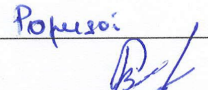

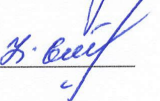
calității	<p>mediul academic, în colaborare cu reprezentanți ai pieței muncii. Implicarea acestora și constituie de fapt, primul mecanism de oferire a feedbackului.</p> <p>Eficiența procesului de dobândire a calificării de nivel 7, este implicit evaluată și de către actanții principali ai procesului: profesorii și studenții.</p> <p>Piața muncii poate să evalueze eficiența formării profesionale în baza rezultatelor stagiilor de practică.</p> <p>Specific unui proces de evaluare, mecanismele de feedback se corelează cu tipurile de evaluare: autoevaluarea; evaluarea internă/auditul intern; evaluarea externă. 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 cu profil mediatic-comunicațional și în domeniile cercetărilor avansate, armonizarea politicilor naționale cu cele europene în scopul îmbunătățirii activității practice.</p>
Asigurarea transparenței	Standardul de calificare va fi publicat pe pagina web oficială a MEC, pagina prestatorului programului de master <i>Jurnalism și comunicare</i> și înscris în Registrul național al calificărilor.

STANDARD DE COMPETENȚĂ

MASTER ÎN ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

Domeniul de formare profesională:
0321 JURNALISM ȘI COMUNICARE

Nivel - 7 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. Grigoroii, expert, Academia de Studii Economice din Moldova

” 17 ” octombrie 2023

1. INFORMAȚII GENERALE

1.1. Informații privind elaborarea și aprobarea standardului de competențe profesionale	
Standardul de competențe profesionale a fost elaborat de Grupul de lucru, aprobat prin ordinul MEC nr. 203 din 23.02.2023	<p>BULICANU Victoria, decană, conf. univ., dr., Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării</p> <p>STEPANOV Georgeta, prof. univ., dr. hab., Universitatea de Stat din Moldova</p> <p>TACU Mariana, șefă departament, conf. univ., dr., Universitatea de Stat din Moldova, Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului</p> <p>RUSNAC Ludmila, prodecană, conf. univ., dr., Universitatea de Stat din Moldova</p> <p>TUGAREV Laura, șefă secție, conf. univ., dr., Centrul Republican pentru Copii și Tineret "ARTICO", Secția Relații Internaționale și Comunicare</p> <p>SÂRBU Ana, producătoare, copywriter, Centrul pentru Jurnalism Independent</p> <p>GUȚU Vitalie, director de proiect <i>Călătorii cu Gust</i>, Instituția publică națională a audiovizualului „TELERADIO-MOLDOVA”. Proiectul <i>Călătorii cu Gust</i></p> <p>TOACĂ Mariana, specialistă principală în comunicare și PR, Compania <i>Anturaj Group</i></p>
Perioada elaborării	28.02.2023 – 30.06.2023
Standardul de competențe profesionale a fost consultat cu 3-5 parteneri sociali relevanți	<p>MATEŢENCO Irina, redactoră-șefă adjunctă, <i>Revista economică Logos press</i></p> <p>MUNTEANU Maricica, redactoră-prezentatoare, redacția Actualități, Radio <i>Vocea Basarabiei</i></p> <p>CURCHI LILIA, directoare executivă, <i>Asociația Jurnaliștilor de Mediu și Turism Ecologic din Republica Moldova</i></p> <p>PLEȘCA Vera, redactoră-prezentatoare, redacția Actualități, Radio <i>Moldova</i></p> <p>ROȘCA Cristina, directoare program parenting, <i>Centrul Media pentru Tineri</i></p>
Standardul de competență validat și aprobat de Comisia de validare, aprobată prin ordinul MEC nr. 1280 din 13.10.2023	<p>Procesul/procesele verbale de validare a Standardului de competență nr. 1 din 17.10.2023</p>

1.2. INFORMAȚII PRIVIND CORELAREA CU CLASIFICATELE NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

1.2.1. CARACTERISTICILE OCUPAȚIONALE CONFORM CLASIFICATELEOR PIEȚEI MUNCII

<p>Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova CORM (006-2021) https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=129584&lang=ro#</p>	<p>Clasificarea europeană a aptitudinilor /competențelor, calificărilor și ocupațiilor (ESCO 08) https://esco.ec.europa.eu/ro/classification/occupation_main#overlayspin</p>	<p>Clasificarea internațională Standard al Ocupațiilor (ISCO 08) https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_172572.pdf</p>
<p>26 Specialiști/specialiste din domeniul juridic, social și cultural 264 Autori/autoare, jurnaliști/jurnaliste și lingviști/lingviste 264202 Comentator economic/comentatoare economică 264203 Comentator politic/comentatoare politică 264208 Corespondent special/corespondentă specială în țară și străinătate 264221 Redactor consultant/redactoare consultantă 264231 Responsabil/responsabilă de ediție</p> <p>122201 Director/directoare agenție de publicitate (reclamă) 122202 Director/directoare comunicare 122203 Director/directoare de întreprindere micromică (fără ierarhie managerială) în domeniul publicității și relațiilor publice 122204 Director/directoare publicitate (reclamă) 122205 Director/directoare relații publice 122206 Manager (șef/șefă) comunicare</p>	<p>26 Specialiști în domeniul juridic, social și cultural 264 Autori, jurnaliști și lingviști 2642 Jurnaliști</p> <p>12. Conducători din domeniul administrativ și comercial 122 Conducători/conducătoare din domeniul vânzări, marketing și dezvoltare 1222 Conducători/conducătoare din domeniul publicității și relațiilor publice - <i>manager comunicare</i></p> <p>24 Specialiști cu funcții administrative și comerciale 243 Specialiști în vânzări, marketing și relații publice 2431 <i>Specialiști în publicitate și marketing</i> 2431.1 <i>Redactor de publicitate</i> 2431.3 <i>Specialist în publicitate/specialistă în publicitate</i> 2431.4 <i>Brand manager</i></p>	<p>26 Specialiști în domeniul juridic, social și cultural 264 Autori, jurnaliști și lingviști 2642 Jurnaliști</p> <p>12. Conducători din domeniul administrativ și comercial 122 Conducători/conducătoare din domeniul vânzări, marketing și dezvoltare 1222 Conducători/conducătoare din domeniul publicității și relațiilor publice - <i>manager comunicare</i></p> <p>24 Specialiști în administrarea afacerilor 243 Specialiști în vânzări, marketing și relații publice 2431 Specialiști în publicitate și marketing - <i>analist studii de piață</i> - <i>brand manager</i> - <i>copywriter publicitate</i> - <i>specialist în publicitate/ specialistă în publicitate</i></p>

<p>122207 Manager (șef/șefă) publicitate (reclamă)</p> <p>122208 Manager (șef/șefă) relații publice</p> <p>122209 Șef/șefă birou de publicitate</p> <p>122210 Șef/șefă departament în domeniul publicității și relațiilor publice</p> <p>122211 Șef/șefă direcție în domeniul publicității și relațiilor publice</p> <p>243101 Analist/analistă în publicitate și marketing</p> <p>243102 Analist/analistă studii de piață</p> <p>243103 Brand manager de produs</p> <p>243105 Manager în publicitate și marketing</p> <p>243201 Brand manager personal</p> <p>243204 Expert în relații publice</p> <p>243205 Manager în relații publice</p> <p>243208 Purtător/purtătoare de cuvânt</p> <p>333202 Manager de evenimente</p>	<p>2431.11 <i>Analist studii de piață</i></p> <p>2432 <i>Specialiști în relații publice</i></p> <p>2432.1 <i>Ofițer activitatea de lobby</i></p> <p>2432.2 <i>Manager de campanie electorală</i></p> <p>2432.5 <i>Strategist rețele de socializare</i></p> <p>2432.7 <i>Responsabil pentru relațiile cu presa</i></p> <p>2432.9 <i>Ofițer relații publice/purtător de cuvânt</i></p> <p>33 Specialiști/specialiste în servicii administrative și asimilați/asimilate</p> <p>333 <i>Agenți de servicii comerciale</i></p> <p>3332 <i>Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente</i></p>	<p>2432 Specialiști în relații publice</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>ofițer activitatea de lobby</i> - <i>ofițer relații publice</i> - <i>manager de campanie electorală</i> <p>33 Specialiști/specialiste în servicii administrative și asimilați/asimilate</p> <p>333 Agenți de servicii comerciale</p> <p>3332 Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>responsabil evenimente</i>
--	---	---

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/serie_sm_4rev4e.pdf</p>
--	--	---

<p>J - Informații și comunicații 58 Activități de editare 58.1 Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare 58.13 Activități de editare a ziarelor 58.14 Activități de editare a revistelor și periodicelor 60 Activități de producere și difuzare de programe 60.1 Activități de difuzare a programelor de radio 60.10 Activități de difuzare a programelor de radio 60.2 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune 60.20 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune</p> <p>M – Activități profesionale, științifice și tehnice 70 Activități ale direcțiilor administrative centralizate; activități de management și de consultanță în management 70.2 Activități de consultanță în management 70.21 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării 73. Publicitate și activitate de studiere a pieței 73.1 Publicitate 73.11 Activități ale agențiilor de publicitate 73.12 Servicii de reprezentare media</p>	<p>J - Informații și comunicații 58 Activități de editare 58.1 Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare 58.13 Activități de editare a ziarelor 58.14 Activități de editare a revistelor și periodicelor 60 Activități de producere și difuzare de programe 60.1 Activități de difuzare a programelor de radio 60.10 Activități de difuzare a programelor de radio 60.2 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune 60.20 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune</p> <p>M – Activități profesionale, științifice și tehnice 70 Activități ale direcțiilor administrative centralizate; activități de management și de consultanță în management 70.2 Activități de consultanță în management 70.21 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării 73. Publicitate și activitate de studiere a pieței 73.1 Publicitate 73.11 Activități ale agențiilor de publicitate 73.12 Servicii de reprezentare media</p>	<p>J - Informații și comunicații 58 Activități de editare 58.1 Activități de editare a cărților, ziarelor, revistelor și alte activități de editare 58.13 Activități de editare a ziarelor 58.14 Activități de editare a revistelor și periodicelor 60 Activități de producere și difuzare de programe 60.1 Activități de difuzare a programelor de radio 60.10 Activități de difuzare a programelor de radio 60.2 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune 60.20 Activități de producere și difuzare a programelor de televiziune</p> <p>M – Activități profesionale, științifice și tehnice 70 Activități ale direcțiilor administrative centralizate; activități de management și de consultanță în management 70.2 Activități de consultanță în management 70.21 Activități de consultanță în domeniul relațiilor publice și al comunicării 73. Publicitate și activitate de studiere a pieței 73.1 Publicitate 73.11 Activități ale agențiilor de publicitate 73.12 Servicii de reprezentare media</p>
1.2.3. CORELAREA CALIFICĂRII CONFORM CLASIFICATOARELOR EDUCAȚIONALE		
Nomenclatorul domeniilor de formare profesională	Clasificarea Internațională Standard a Educației (ISCED -2011)	Clasificarea domeniilor educației și formării profesionale (ISCED-F-2013)

https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=121862&lang=ro	https://mecc.gov.md/ro/content/clasificarea-internationala-standard-educatiei-isced-2011-0	http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/isced-fields-of-education-and-training-2013-en.pdf
<p>Domeniului fundamental al științei, culturii și tehnicii - 03 Științe sociale, jurnalism și relații publice</p> <p>Domeniul general de studii - 032 Jurnalism și informare</p> <p>Domeniul de formare profesională - 0321 Jurnalism și comunicare</p>	<p>Învățământ superior de licență, ciclul II, nivelul 7 ISCED</p>	<p>03 Științe sociale, jurnalism și informare</p> <p>032 Jurnalism și informare</p>

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%20occupations
<p>264202 Comentator economic/ comentatoare economică</p> <p>264203 Comentator politic/comentatoare politică</p> <p>264208 Corespondent special/ corespondentă specială în țară și străinătate</p> <p>264221 Redactor consultant/ redactoare consultantă</p> <p>264231 Responsabil/responsabilă de ediție</p> <p>122201 Director/directoare agenție de publicitate (reclamă)</p> <p>122202 Director/directoare comunicare</p> <p>122203 Director/directoare de întreprindere micro- mică (fără ierarhie managerială) în domeniul publicității și relațiilor publice</p> <p>122204 Director/directoare publicitate (reclamă)</p> <p>122205 Director/directoare relații publice</p> <p>122206 Manager (șef/șefă) comunicare</p> <p>122207 Manager (șef/șefă) publicitate (reclamă)</p> <p>122208 Manager (șef/șefă) relații publice</p> <p>122209 Șef/șefă birou de publicitate</p> <p>122210 Șef/șefă departament în domeniul publicității și relațiilor publice</p> <p>122211 Șef/șefă direcție în domeniul publicității și relațiilor publice</p> <p>243101 Analist/analistă în publicitate și marketing</p> <p>243102 Analist/analistă studii de piață</p> <p>243103 Brand manager de produs</p> <p>243105 Manager în publicitate și marketing</p> <p>243201 Brand manager personal</p> <p>243204 Expert în relații publice</p> <p>243205 Manager în relații publice</p> <p>243208 Purtător/purtătoare de cuvânt</p> <p>333202 Manager de evenimente</p>	<p>26 Specialiști în domeniul juridic, social și cultural</p> <p><i>264 Autori, jurnaliști și lingviști</i></p> <p><i>2642 Jurnaliști</i></p> <p>1222 Conducători/conducătoare din domeniul publicității și relațiilor publice</p> <p>- <i>manager comunicare</i></p> <p>243 Specialiști în vânzări, marketing și relații publice</p> <p><i>2431 Specialiști în publicitate și marketing</i></p> <p><i>2431.1 Redactor de publicitate</i></p> <p><i>2431.3 Specialist în publicitate/specialistă în publicitate</i></p> <p><i>2431.4 Brand manager</i></p> <p><i>2432.7 Responsabil pentru relațiile cu presa</i></p> <p><i>2432.9 Ofițer relații publice/purtător de cuvânt</i></p> <p>333 Agenți de servicii comerciale</p> <p><i>3332 Organizatori/organizatoare de conferințe și evenimente</i></p>
Specializări/opțiuni (arii ocupaționale)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionarea instituțiilor mediatice și producerea conținuturilor media integrate 2. Gestionarea startegică a activităților de comunicare, PR și publicitate

<p>Tendențe și preocupări de viitor în domeniul de formare profesională.</p>	<p>https://digital-strategy.ec.europa.eu/ro/policies/european-digital-media-observatory https://digital-strategy.ec.europa.eu/ro/policies/media-freedom https://www.parlament.md/ProcesulLegislativ/Proiectedeactelegislative/tabid/61/LegislativId/6386/language/ro-RO/Default.aspx https://digital-strategy.ec.europa.eu/ro/policies/european-approach-artificial-intelligence https://www.aicpa-cima.com/resources/download/re-inventing-finance-for-a-digital-world-strategic-thinking-supplement https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ce26d769-b85d-11e6-9e3c-01aa75ed71a1/language-ro https://www.sbs-sme.eu/sites/default/files/publications/SBS_ecompetence%20brochure.pdf https://ied.eu/wp-content/uploads/2016/07/Ifna27939enn.pdf</p>	
<p>Nivel de competență/abilitate, conform ISCO-08</p>	<p>4</p>	
<p>Cadrul național al calificărilor din Republica Moldova https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=101860&lang=ro</p>	<p>Nivel 7 CNC</p>	
<p>Referire la Cadrul European al Calificărilor (EQF)</p>	<p>Echivalent nivel 7 EQF</p>	
<p>1.2. ALTE INFORMAȚII RELEVANTE</p>		
<p>Titlul calificării profesionale în limba străină:</p>		
<p>Master în Științe ale comunicării</p>	<p>Master in Communication Sciences, level 7 NQFRM</p>	<p>Магистр коммуникационных наук</p>
<p>Anexe la standardul de competență</p>		
<p>Anexa 1</p>	<p>Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova. Publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 462-466 la 12.12.2018. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120081&lang=ro <i>Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova</i>, 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 <i>Legea cu privire la publicitate.</i> https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=130742&lang=ro Politica de confidențialitate Meta. https://www.meta.com/ro-ro/help/accounts/meta-privacy-policies/</p>	
<p>Anexa 2</p>	<p>Competențe digitale Concepția guvernării electronice https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=49293&lang=ro</p>	

	<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework https://ied.eu/wp-content/uploads/2016/07/1fna27939enn.pdf</p>
Anexa 3	<p>Competențe lingvistice (limba engleză) https://www.isjcta.ro/wp-content/uploads/2013/06/Cadrul-European-Comun-de-Referinta-pentru-limbi.pdf</p>
Anexa 4	<p>Cadrul de competențe antreprenoriale https://www.oecd.org/finance/financial-competence-framework-for-adults-in-the-european-union.htm</p> <p>Cadrul de competențe pentru cultura democrației în învățământul superior https://rm.coe.int/rfcdc-guidance-document-for-higher-education/1680a08ee0</p>

2. DESCRIEREA OCUPAȚIONALĂ A CALIFICĂRII

2.1 Descrierea activității de muncă

Munca în domeniul mediatic-comunicațional presupune capacitatea de asumare a responsabilității pentru sarcinile îndeplinite, precum și capacitatea specialistului de a se integra într-o echipă, de a comunica eficient și de a valorifica instrumentele de lucru ce vor facilita cooperarea și colaborarea cu membrii comunității profesionale.

Atribuțiile de bază ale specialistului cu studii superioare de master includ: evaluarea riguroasă a pieții informaționale și mediatizarea echilibrată a celor mai actuale evenimente, explicarea fenomenelor mediatice contemporane, prin intermediul genurilor analitice și dezbaterilor, difuzarea sistematică a materialelor de presă, programelor radiofonice, televizate, a produselor media integrate (specifice spațiului mediatic virtual), ținând cont de toate mijloacele de informare și platformele de distribuire a conținutului.

Specialiștii/specialistele sunt capabile să repartizeze în mod echilibrat și echitabil sarcinile și obiectivele, pentru atingerea rezultatelor într-un mod optim din punct de vedere al eficacității și eficienței. Specialiștii/specialistele în comunicare, relații publice și publicitate planifică, dezvoltă, implementează, evaluează și expertizează strategiile de comunicare și PR, contribuie la construirea imaginii a unei companii, organizații, entități publice sau/și comerciale, a unor bunuri, servicii, persoane, branduri.

Specialiștii/specialistele cu studii superioare de master pot reprezenta autoritatea sau instituția în relație cu mediul extern.

2.2 Atribuții / arii de competențe și descriptori

Arii de competențe <i>(etape, faze a prestării serviciului/producerii)</i>	Descriptori
---	-------------

1. Analiza și proiectarea activităților în domeniul mediatic comunicațional	1.1. Evaluarea critică a sectorului informațional și a celui comunicațional; 1.2. Analizarea și proiectarea activităților și produselor specifice domeniului profesional; 1.3. Expertizarea proceselor, fenomenelor, tendințelor în domeniul mediatic-comunicațional.
2. Elaborarea și gestionarea produselor mediatic și comunicaționale	2.1. Cunoașterea și respectarea cadrului legislativ și normelor etice din domeniul profesional; 2.2. Planificarea etapizată a activităților și elaborarea conținuturilor și produselor media complexe; 2.3. Gestionarea strategică a proceselor și activităților de comunicare internă și externă a unei instituții publice sau private.
3. Distribuirea și promovarea conținuturilor specifice domeniului	3.1. Utilizarea tehnologiilor și programelor software specifice domeniului de activitate în procesul de concepere și elaborare a conținuturilor; 3.2. Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul distribuire și măsurare a impactului conținuturilor media, comunicaționale și publicitare; 3.3. Evaluarea și promovarea demersurilor specifice domeniului de activitate și proiectarea unor soluții și recomandări optime.

2.3 Sectoare de activitate

- 3.3.1. Gestionarea instituțiilor mediatic și producerea conținuturilor media integrate
3.3.2. Gestionarea strategică a activităților de comunicare, PR și publicitate

Specializare

0321 JURNALISM ȘI COMUNICARE

2.4 Mediul de lucru și specificul activității

Specialistul în domeniul *Jurnalismului și informării* activează în cadrul instituțiilor media publice și private, presă scrisă, agenții de știri, radio, TV, case de producții, new media și/sau în cadrul instituțiilor de stat sau private, în secțiile sau departamentele de presă și relații publice, în serviciile de protocol, agenții de publicitate, agenții de branding sau de marketing digital.

Activitatea acestuia presupune sarcini care pot fi realizate, atât în mod individual, cât și în echipă. Munca acestuia se realizează, atât în birou (documentarea, redactarea, elaborarea, proiectarea, editarea, publicarea, distribuirea etc.), cât și în teren (interacțiune, socializare, organizare, reprezentare, coordonare, evaluare, sondare, expertizare).

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.

2.5 Instrumente de lucru, echipamente, utilaje și materiale, soft

Printre cele mai importante instrumente de lucru se regăsesc: computerul, imprimanta, dictafonul, scannerul, copiatorul, cameră video, microfoane, lavalier, stative, lumini, pupitre, cameră foto, softuri de editare video și audio, consumabile și alte instrumente și tehnici de birou.

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.].

Software specializate de editare audio și video (Adobe Premiere, After effects, Movavi, DaVinci, Adobe audition, Audacity), 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 din sfera mediatic-comunicațională.

2.6 Calități personale necesare pentru muncă: abilități și caracteristici

Activitatea profesională a specialistului din domeniul *Jurnalismului și informării* cu studii superioare de master, nivel 7 CNC, presupune rigori de natură etică, ce prevăd calități personale, precum: responsabilitate, integritate, verticalitate, disciplină, corectitudine, cultură generală, dar și cunoașterea temeinică a domeniului de activitate.

Reieșind din activitatea profesională cotidiană și acțiunile întreprinse pe termen lung sau scurt, specialistul în domeniul *Jurnalismului și informării* va demonstra perseverență, autocontrol, reacție imediată, spontaneitate, capacitatea de asumare a deciziilor, transparență și gândire critică, originalitate și determinare în acțiunile care promovează adevărul și loialitatea.

Abilitățile de: concepere, elaborare, redactare și publicare/distribuire a materialelor specifice domeniului, precum și capacitățile de a organiza, de coordona, monitoriza și de a desfășura și implementa diferite activități, produse și campanii, precum și de a valorifica tehnici de producere jurnalistică.

Activitatea profesională a specialistului din domeniul *Jurnalismului și informării* presupune interacțiunea cu diverse categorii de surse și public de aceea ei trebuie să dispună de astfel de calități precum amabilitate, atenție la detalii, responsabilitate etică și profesională, abilități de comunicare verbale și nonverbale.

2.7 Formare profesională inițială și continuă

Formarea profesională continuă se realizează prin studiile la ciclul III, doctorat (nivel 8), cât și prin programe de formare profesională continuă.

Formarea continuă a profesionistului din domeniul *Jurnalism și informare*, în vederea accederii la o funcție de conducere, de îndrumare și de control, precum și recalificarea profesională sunt fundamentate pe standardele profesionale pentru oricare dintre funcții, standarde de calitate și competențe profesionale.

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)

Jurnaliști/Journalists/Журналисты

Crainici la radio, televiziune și alte mijloace de comunicare/Announcers on radio, television and other means of communication/Дикторы на радио, телевидении и других средствах связи

Brand manager personal/personal brand manager/персональный бренд-менеджер

Consultant/consultantă campanie electorală/electoral campaign consultant/консультант по избирательной кампании

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

Brand manager de produs/product brand manager/бренд-менеджер продукта

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. 64 din 23.04.2010 cu privire la libertatea de exprimare. Publicat : 09-07-2010 în Monitorul Oficial Nr. 117-118 art. 355. *Modificat*: LP95 din 14.05.15, MO139-143/05.06.15 art.261

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 *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. rul 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. 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>

Codul de etică și deontologie al funcționarului public

https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=102524&lang=ro

3. CERINȚE DE COMPETENȚE

3.1. COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)

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

Aria de competență (<i>etape, faze ale prestării serviciului/producere</i>)	Competența	Descriptori
I. Eficiență profesională și personală	CT1. Autocontrolul procesului de învățare și nevoilor de formare profesională	1.1. Manifestă atitudine activă, creativă și reflexivă față de domeniul de activitate și propriul traseu profesional; 1.2. Realizează instruirii sistematice în domeniul profesional, într-o formă autonomă; 1.3. Valorifică diverse oportunități și surse de dezvoltare personală și profesională; 1.4. Dezvoltă competența personală prin accesarea, procesarea și asimilarea de cunoștințe noi și cunoașterea practicilor profesionale avansate; 1.5. Identifică necesități de autoinstruire.
	CT2. Analiza reflexivă și critică a	2.1. Urmărește modificările curente și tendințele de dezvoltare de viitor din domeniul mediatico-comunicațional;

	propriei activități profesionale	<p>2.2. Monitorizează mediul profesional cu scopul creării unui habitat, bazat pe concurența constructivă;</p> <p>2.3. Evaluează necesități personale în vederea proiectării propriului traseu de dezvoltare profesională pe termen mediu și lung;</p> <p>2.4. Dovedește atitudine reflexivă, creativă și activă față de profesie și propria formare profesională;</p> <p>2.5. Dezvoltă propuneri de politici de formare profesională continuă;</p> <p>2.6. Manifestă deschidere față de schimbare și inovare.</p>
	CT3. Aplicarea normelor/principiilor de etică, deontologie și integritate profesională	<p>3.1. Realizează activități profesionale conform principiilor naționale și internaționale, a standardelor profesionale și a recomandărilor cu privire la domeniul de activitate;</p> <p>3.2. Dovedește implicare, integritate, obiectivitate și corectitudine în soluționarea adecvată a situațiilor ce implică încălcarea normelor și principiilor de etică;</p> <p>3.3. Exerțită responsabil, asumat și profesionist activitatea în domeniul mass-mediei, <i>realizând faptul că încrederea societății față de jurnaliști este o valoare supremă a profesiei;</i></p> <p>3.4. Soluționează la timp și în mod rațional situațiile ce implică încălcarea normelor și principiilor de etică, deontologie și integritate profesională.</p> <p>3.5. Promovează în mediul profesional și social norme, valori și principii deontologice specifice activității din domeniul mass-mediei.</p>
II. Interacțiune socială	CT4. Utilizarea eficientă a surselor diversificate de comunicare	<p>4.1. Comunică eficient și stabilește rețele și conexiuni cu reprezentanți ai altor domenii personale și/sau organizații, în mod profesionist, eficient, adecvat și creativ;</p> <p>4.2. Creează și coordonează celule și medii de comunicare profesionale prin utilizarea diversificată a instrumentelor de interacțiune tradiționale și new media;</p> <p>4.3. Aplică principii ale comunicării bidirecționale și multidirecționale, în timp real;</p> <p>4.4. Evaluează critic inovațiile în domeniul de activitate, în vederea valorificării ulterioare în domeniul profesional;</p> <p>4.5. Valorifică eficient instrumentele specifice domeniului IT în scopuri de muncă, de învățare continuă, de inserție în viața socio-profesională.</p>
	CT5. Executarea activităților specifice muncii în echipă cu asumarea de roluri și funcții	<p>5.1. Realizează atribuțiile de serviciu în conformitate cu <i>Fișa postului;</i></p> <p>5.2. Cooperează eficient cu medii profesionale inter și multidisciplinare;</p> <p>5.3. Coordonează activități și comunică eficient în regim multitasking;</p>

		<p>5.4. Diversifică formele de interacțiune profesională și împărtășește bune practici profesionale;</p> <p>5.5. Urmărește implementarea instrumentelor de siguranță și protecție a datelor cu caracter profesional, a principiilor activității profesionale cu referire la securitate și confidențialitate, ș.a.</p> <p>5.6. Respectă și contribuie la promovarea valorilor culturii organizaționale.</p>
	<p>CT 6. Planificarea strategică și aplicarea eficientă a metodelor specifice de lucru</p>	<p>6.1. Planifică strategic și etapizat munca în echipă, dar și cea individuală;</p> <p>6.2. Estimează adecvat situația/contextul în care își realizează activitatea profesională;</p> <p>6.3. Valorifică metode diversificate în activitatea profesională;</p> <p>6.4. Conștientizează situații și identifică metode eficiente, adecvate, potrivite contextului;</p> <p>6.5. Argumentează avantajele metodelor propuse pentru a fi aplicate;</p> <p>6.6. Evaluează riscurile în anumite situații de criză.</p>
<p>III. Competențe funcționale, tehnice și tehnologice</p>	<p>CT 7. Gestionarea activității profesionale în condiții de autonomie și independență profesională</p>	<p>7.1. Își asumă roluri de conducere și/ori execuție în domeniul de activitate profesională;</p> <p>7.2. Gestionează eficient procese și resurse umane și tehnice;</p> <p>7.3. Răspunde prompt la metamorfozele și tendințele din domeniu;</p> <p>7.4. Determină prioritățile strategice ale activității profesionale;</p> <p>7.5. Execută sarcini profesionale complexe, cu respectarea principiilor de autonomie și de independență profesională;</p> <p>7.6. Aplică principii de time management, gândire critică și creativă la locul de muncă;</p> <p>7.7. Evaluează și raportează asupra modului de executare a atribuțiilor de funcție și a sarcinilor;</p> <p>7.8. Elaborează strategii ce presupun soluționarea problemelor de dezvoltare a domeniului mediatico-comunicațional.</p>
	<p>CT8. Utilizarea instrumentelor TIC în activitățile profesionale</p>	<p>8.1. Dovedește deschidere pentru a diversifica continuu instrumentele de lucru și de a implementa inovații;</p> <p>8.2. Evaluează prioritățile procesului de transfigurare digitală a mass-mediei tradiționale;</p> <p>8.3. Operează eficient cu diverse instrumente tehnice și valorifică tehnologii în activitatea profesională;</p> <p>8.4. Utilizează conștient și responsabil tehnologiile digitale în contexte de muncă, de învățare continuă, de viață socială;</p> <p>8.5. Estimează impactul TIC asupra eficienței profesionale și interacțiunii umane, coeziunii de grup;</p> <p>8.6. Aplică instrumente diversificate de asigurare a siguranței</p>

		informațiilor/datelor și securitate cibernetică; 8.7.Gestionează eficient baze de date, informații cu conținut digital în activitatea profesională.
	CT9. Deținerea competențelor antreprenoriale și a abilităților creative	9.1.Realizează studii de piață pentru media promoting; 9.2.Evaluează tendințele în domeniu și identifică noi nișe și oportunități de dezvoltare profesională; 9.3.Promovează o cultură organizațională participativă; 9.4.Generează idei și proiectează acțiuni concrete; 9.5.Transpune idei/soluții inovative în activități profesionale practice; 9.6.Gestionează eficient resurse (umane, materiale, financiare, informaționale) în activitatea profesională cotidiană; 9.7.Diversifică forme de activitate și creează colectivități profesionale.

3.2. COMPETENȚE GENERALE (transsectoriale și sectoriale)

Aria de competență <i>(etape, faze ale prestării serviciului/producere)</i>	Competența	Descriptori
1. Analizarea și proiectarea activităților în domeniul mediatic-comunicațional	CG 1. Operarea cu date și informații specifice domeniului profesional	1.1. Evaluează critic datele și informațiile din domeniul jurnalismului și comunicării, pentru a înțelege procesele, tendințele și perspectivele din sfera profesională. 1.2. Realizează cercetări, studii și expertize în domeniul mediatic-comunicațional și derivatele acestuia cu scopul de a evalua profilul unei entități publice sau private și de a emite unele recomandări.
2. Elaborarea și gestionarea produselor mediatic și comunicaționale	CG 2. Elaborarea produselor mediatic și comunicaționale	2.1. Proiectează activități și elaborează produse din domeniul mediatic și cel comunicațional. 2.2. Aplică cadrul legislativ, normativ și deontologic în domeniu.
	CG 3. Gestionarea activităților de evaluarea a impactului și feedback-ului privind produsele specifice domeniului mediatic-comunicațional	3.1. Demonstrează abilități de expertiză în raportarea comparată sau evolutivă a unor fenomene mediatico-comunicaționale specifice. 3.2. Evaluează atitudinea publicului privind produsele jurnalistice și de comunicare, pentru a estima impactul și efectele asupra consumatorului.

3. Distribuirea și promovarea conținuturilor specifice domeniului	CG 4. Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor specifice domeniului	4.1. Utilizează programe de software specifice noilor media, cu scopul eficientizării procesului de lucru; 4.2. Monitorizează impactul și efectele conținuturilor în spațiul mediatic real și cel virtual.
--	--	---

3.3. COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)

Aria de competență <i>(etape, faze ale prestării serviciului/ producere)</i>	Competența	Indicatori/Descriptori
Arie ocupațională 1: GESTIONAREA INSTITUȚIILOR MEDIATICE ȘI PRODUCEREA CONȚINUTURILOR MEDIA INTEGRATE		
1. Analiza și proiectarea activităților în domeniul mediatic-comunicațional	CP 1. Evaluarea pieții informaționale	1.1. Examinează și evaluează piața informațională, cu scopul stabilirii potențialelor avantaje dar și a factorilor de risc; 2.1. Apreciază activitatea instituțiilor media tradiționale și a noilor media, prin prisma respectării cadrului legislativ și normativ în domeniu.
	CP 2. Gestionarea instituțiilor mediatice	2.1. Dezvoltă propriile strategii de gestionare a instituțiilor, subdiviziunilor media, aplicând practici internaționale; 2.2. Identifică propriile tehnici de promovare a unei instituții media, cu scopul asigurării vizibilității și obținerii încrederii publicului.
2. Elaborarea și gestionarea produselor mediatice și comunicaționale	CP 3. Documentarea detaliată în vederea producerii de conținuturilor media integrate	3.1. Colectează și examinează informații privind subiectele de interes public, utilizând bazele de date oficiale, care oferă informații structurate și triate; 3.2. Apreciază calitatea produsului media prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu, aprobate la nivel național și internațional.
	CP 4. Crearea conținuturilor media integrate și utilizarea programelor de software în vederea sporirii circuitului informațional	4.1. Întreprinde acțiunile necesare pentru crearea conținuturilor media integrate; 4.2. Identifică formatul potrivit mediului de informare, adaptând materialele la specificul canalelor multimedia; 4.3. Utilizează eficient instrumente digitale în procesul de distribuire a conținuturilor media integrate, aplicând softuri speciale cu scopul sporirii audienței.

3. Distribuirea și promovarea conținuturilor specifice domeniului	CP 5. Interpretarea evenimentelor și identificarea tehnicilor de explicare a fenomenelor media	5.1. Întreprinde acțiunile necesare, având drept scop interpretarea multiaspectuală a evenimentelor și generarea de soluții în situații de criză; 5.2. Stabilește tehnici interdisciplinare cu aplicabilitate înaltă în explicarea fenomenelor media; 5.3. Utilizează programe specifice în scopul redării grafice a unui conținut informațional complex.
Arie ocupațională 2: GESTIONAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE, PR ȘI PUBLICITATE		
1. Analiza și proiectarea activităților în domeniul mediatic-comunicațional	CP 6. Analiza și gestionarea direcțiilor strategice de comunicare și PR	1.1. Analizează procesul de comunicare, fluxurile și mediile de comunicare internă și externă; 1.2. Dezvoltă strategii de comunicare instituțională bazate pe expertiză și inovare; 1.3. Elaborează direcții de comunicare cu publicul, pentru a construi o relație solidă și sănătoasă cu mediul extern; 1.4. Identifică procedurile de interacțiune eficiente cu mass-media și alte entități.
	CP 7. Organizarea evenimentelor speciale destinate publicului	2.1. Realizează acțiuni și evenimente speciale în domeniul comunicării, cu scopul de a lansa sau promova anumite servicii, produse sau campanii; 2.2. Elaborează activități și produse de PR.
2. Elaborarea și gestionarea produselor mediatice și comunicaționale	CP 8. Dezvoltarea și implementarea planului de consultanță în domeniul comunicării	3.1. Evaluează situația actuală în domeniul de activitate, cercetând și diagnosticând probleme de comunicare; 3.2. Selectează strategia relevantă în vederea realizării procesului de consultanță; 3.3. Aplică tehnici de mediere în interiorul instituției și între instituție și entitățile din mediul extern.
	CP 9. Realizarea activităților publicitare și a campaniilor de branding	4.1. Realizează produse publicitare, pentru a promova anumite produse, servicii, instituții; 4.2. Proiectează, planifică și desfășoară campanii de publicitate și branding/rebranding, cu scopul de a crește notorietatea și recunoașterea brandului; 4.3. Elaborează expertize în baza datelor colectate și analizate, cu scopul de a identifica noile paradigme de construire a brandului.
3. Distribuirea și promovarea conținuturilor specifice domeniului	CP 10. Distribuirea și promovarea activităților de comunicare, PR și publicitate	5.1. Integrează activitățile comunicaționale și de publicitate în mixul comunicațional; 5.2. Distribuie și profilează recomandări în vederea îmbunătățirii activităților și produselor de comunicare, PR și publicitate.