

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Ministry of Education and Research of the Republic of Moldova
Министерство Образования и Исследований Республики Молдова

Universitatea Liberă Internațională din Moldova
Free International University of Moldova
Международный Независимый Университет Молдовы

APROBAT

La ședința Senatului
 Universității Libere Internaționale din Moldova
 proces-verbal nr. 9 din 14 martie 2025

Rector

L. Galben



Lian GALBEN

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
 pentru ciclul II, studii superioare de master

Nivelul calificării ISCED și CNC <i>Level of qualification</i> <i>Уровень квалификации ISCED и CNC</i>	Nivelul 7 ISCED / CNC <i>7 ISCED / CNC Level</i> <i>Уровень 7 ISCED / CNC</i>	
Domeniul general de studiu <i>General field of study</i> <i>Общая область обучения</i>	032 <i>032</i> <i>032</i>	Jurnalism și informare <i>Journalism and information</i> <i>Журналистика и информация</i>
Domeniul de formare profesională <i>Professional training field</i> <i>Область профессиональной подготовки</i>	0321 <i>0321</i> <i>0321</i>	Jurnalism și comunicare <i>Journalism and communication</i> <i>Журналистика и коммуникация</i>
Program de master <i>Master Program</i> <i>Магистерская программа</i>	Managementul Instituțiilor Media <i>Media Institutions Management</i> <i>Менеджмент медиаинститутов</i>	
Tipul programului de master <i>Type of master's program</i> <i>Тип магистерской программы</i>	Master profesional (MP) <i>Professional Master (PM)</i> <i>Профессиональная магистратура</i>	
Numărul total de credite de studiu <i>Number of study credits</i> <i>Общее количество учебных кредитов</i>	120 ECTS	
Titlul obținut la finele studiilor <i>Conferred Title</i> <i>Присваиваемое звание по завершении обучения</i>	Master în Științe ale comunicării <i>Master of Communication Science</i> <i>Магистр коммуникационных наук</i>	
Baza admiterii <i>Admission requirements</i> <i>Основание для поступления</i>	Diploma de studii superioare de licență sau alt act echivalent de studii <i>Higher education diploma or equivalent study diploma</i> <i>Диплом о высшем образовании (лиценциат) или другой эквивалентный документ об образовании</i>	
Limba de instruire <i>Language of learning</i> <i>Язык обучения</i>	Română/ /engleză /rusă <i>Romanian / English / Russian</i> <i>Румынский / Английский / Русский</i>	
Forma de organizare a învățământului <i>Form of Study</i> <i>Форма обучения</i>	Învățământ cu frecvență <i>Full-time learning</i> <i>Очная форма обучения</i>	

**CALENDARUL UNIVERSITAR
UNIVERSITY CALENDAR
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КАЛЕНДАРЬ**

<i>Anul de studiu Year of study Год обучения</i>	<i>Activități de instruire Study Activities Учебная деятельность</i>		<i>Sesiuni de examene Examination Sessions Экзаменационные сессии</i>		<i>Stagii de practică Internships Практика</i>	<i>Vacanțe Holidays Каникулы</i>		
	<i>Semestrul I Ist Semester Семестр I</i>	<i>Semestrul II IInd Semester Семестр II</i>	<i>Semestrul I Ist Semester Семестр I</i>	<i>Semestrul II IInd Semester Семестр II</i>		<i>Iarnă Winter Зима</i>	<i>Primăvară Spring Весна</i>	<i>Vară Summer Лето</i>
<i>Anul I Ist Year 1 курс</i>	<i>septembrie/ decembrie september/ december сентябрь/ декабрь</i>	<i>februarie/ mai february/ may февраль/ май</i>	<i>decembrie /ianuarie december/ january декабрь/ январь</i>	<i>mai/iunie may/june май/июнь</i>	<i>Sem. II IInd Semester Семестр II</i>	<i>ianuarie january январь</i>	<i>aprilie april апрель</i>	<i>iulie- august/ july- august июль- август</i>
<i>Anul II IInd Year 2 курс</i>	<i>septembrie/ decembrie september/ december сентябрь/ декабрь</i>	<i>februarie- mai / february/ may февраль / май</i>	<i>decembrie /ianuarie december/ january декабрь/ январь</i>	<i>mai/iunie (susținerea tezei de master) may/june (defense of the master's thesis) май/ июнь (защита магистерско й диссертации)</i>	<i>Sem. III IIIrd Semester Семестр III</i>	<i>ianuarie january январь</i>	<i>aprilie april апрель</i>	-

**PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE / ANI DE STUDII
PLAN OF THE PROCESS OF STUDY BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY
ПЛАН ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ГОДАМ И СЕМЕСТРАМ**

Cod, grad de obligativitate, nr./ord. <i>Code, degree of obligation, no./ord.</i> <i>Код, степень обязательности, №/п</i>	Denumirea unității de curs/moduleului <i>Title of the course/module</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Total ore <i>Total number of hours</i> <i>Общее количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Number of hours by types of activity</i> <i>Количество часов по видам занятий</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i> <i>Форма оценки</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i> <i>Количество кредитов</i>
		Total <i>Total</i> <i>Итого</i>	Contact direct <i>Direct contact</i> <i>Контактные часы</i>	Studiu individual <i>Individual study</i> <i>Самостоятельная работа</i>	C ¹	S	L/P		
ANUL I / F st YEAR / I КУРС									
SEMESTRUL I / F st SEMESTER/ I СЕМЕСТР									
F.O.01	Cultura media: teorii și practici comunicaționale <i>Media Culture: Communication Theory and Practice</i> <i>Медиа-культура: теории и коммуникативные практики</i>	180	60	120	30	30		Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6
F.O.02	Metodologia și etica cercetării în jurnalism și informare <i>Methodology and Ethics of Research in Journalism and Communication</i> <i>Методология и этика исследований в журналистике и коммуникациях</i>	180	60	120	30	30		Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6
F.O.03	Economia instituțiilor media <i>Media Institutions Economics</i> <i>Экономика медиаинститутов</i>	180	60	120	30	30		Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6
S1.O.04	Management strategic al instituțiilor media <i>Strategic Management of Media Institutions</i>	180	60	120	24	36		Examen <i>Exam</i>	6

¹ C – Curs / Course / Лекции

S – Seminar / Seminar / Семинары

L – Laborator / Laboratory / Лабораторные

P – Proiect / Project / Практическая работа

	<i>Стратегическое Менеджмент медиаинститутов</i>							Экзамен	
S2.O.05	Cadrul legislativ de reglementare mass-media <i>Legislative Framework for Media Regulation</i> Законодательная база регулирования средств массовой информации	180	60	120	24	36		Examen Ехат Экзамен	6
	Total semestrul I / Total Ist Semester / Всего I семестр	900	300	600	138	162		5	30
SEMESTRUL II / IInd SEMESTER / II СЕМЕСТР									
F.O.06	Managementul proiectelor media <i>Media Projects Management</i> Управление медиа-проектами	180	60	120	30	30		Examen Ехат Экзамен	6
F.O.07	Drepturile de autor și proprietatea intelectuală în media <i>Copyright and Intellectual Property in Media</i> Авторское право и интеллектуальная собственность в медиа	180	60	120	30	30		Examen Ехат Экзамен	6
S1.O.08	Managementul procesului de producție audiovizuală <i>Management of Audiovisual Production Process</i> Управление процессом аудиовизуального производства	180	60	120	24	36		Examen Ехат Экзамен	6
S2.O.09	Managementul platformelor media digitale <i>Digital Media Platform Management</i> Управление цифровыми медиа-платформами	180	60	120	24	36		Examen Ехат Экзамен	6
SP.O.10	Practica profesională I: integrarea în mediu profesional <i>Professional Internship I: Integration into the Professional Environment</i> Профессиональная практика I: интеграция в профессиональную среду	180	126	54			126	Examen Ехат Экзамен	6
	Total semestrul II / Total IInd Semester / Всего II семестр	900	366	534	114	126	126	5	30
	Total anul I / Total Ist Year / Всего I курс	1800	666	1134	264	276	126	10	60
ANUL II / IInd YEAR/ II КУРС									
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER/ III СЕМЕСТР									
S2.A.11	Marketing digital și promovare media <i>Digital Marketing and Media Promotion</i> Цифровой маркетинг и продвижение в медиа	180	60	120	24	36		Examen Ехат Экзамен	6
S2.A.12	Strategii de marketing pentru conținut cross- media <i>Marketing Strategies for Cross-Media Content</i> Маркетинговые стратегии для кросс- медийного контента								
S1.A.13	Inteligența artificială în producția de conținut digital <i>Artificial Intelligence in Digital Content Production</i> Искусственный интеллект в создании цифрового контента	180	60	120	24	36		Examen Ехат Экзамен	6
S1.A.14	Design și dezvoltare web pentru conținut media <i>Web Design and Development for Media Content</i> Веб-дизайн и разработка медиа-контента								
S2.A.15	Redactare și producție de conținut pentru New Media <i>Writing and Content Production for New Media</i> Копирайтинг и производство контента для новых медиа	180	60	120	24	36		Examen Ехат Экзамен	6
S2.A.16	Analiza discursului mediatic <i>Analyzing media discourses</i> Анализ медиадискурса								
SP.O.17	Practica profesională II: aplicarea competențelor avansate	360	252	108			252	Examen Ехат	12

	<i>Professional Internship II: Application of Advanced Skills</i> <i>Профессиональная практика II: применение углублённых компетенций</i>							Экзамен	
	Total semestrul III / Total IIIrd Semester / Всего III семестр	900	432	468	72	108	252	4	30
SEMESTRUL IV / IVth SEMESTER / IV СЕМЕСТР									
S1.A.18	Responsabilitate profesională și sustenabilitate în instituțiile media <i>Professional Responsibility and Sustainability in Media Institution</i> <i>Профессиональная ответственность и устойчивость в медиаинститутах</i>	180	60	120	24	36		Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6
S1.A.19	Documentarul de televiziune: scrierea scenariului și realizarea producției <i>Television Documentary: Scriptwriting and Production</i> <i>Телевизионный документальный фильм: написание сценария и производство</i>								
	Elaborarea și susținerea tezei de master <i>Master's Thesis Development and Defense</i> <i>Написание и защита магистерской диссертации</i>	720	480	240			480	Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	24
	Total semestrul IV / Total IVth Semester/ Bcero IV семестр	900	540	360	24	36	480	2	30
	Total anul II / Total IInd Year / Bcero II курс	1800	972	828	96	144	732	6	60
	Total	3600	1638	1962	360	420	858	14	120

STAGIILE DE PRACTICĂ / FIELD INTERNSHIPS/ ПРАКТИКА

Tipul stagiului de practică cod SP* <i>Type of Internship</i> <i>Тип практики, код СП</i>	Sem. <i>Sem</i> <i>Сем</i>	Durata Nr.săpt./ ore <i>Duration</i> <i>Nr.weeks / hours</i> <i>Продолжительность (число недель / часов)</i>	Perioada desfășurării <i>Period</i> <i>Период проведения</i>	Nr. de credite <i>Nr. of credits</i> <i>Количество кредитов</i>
Practica profesională I: integrarea în mediu profesional <i>Professional Internship I: Integration into the Professional Environment</i> <i>Профессиональная практика I: интеграция в профессиональную среду</i>	II	180 ore 3 săptămâni 180 hours 3 weeks 180 часов / 3 недели	semestrul II <i>semester II</i> <i>II семестр</i>	6
Practica profesională II: aplicarea competențelor avansate <i>Professional Internship II: Application of Advanced Skills</i> <i>Профессиональная практика II: применение углублённых компетенций</i>	III	360 ore 6 săptămâni 360 hours 6 weeks 360 часов / 6 недели	semestrul III <i>semester III</i> <i>III семестр</i>	12
Total Bcero	-	540 ore 9 săptămâni 540 hours 9 weeks 540 часов / 9 недель	-	18

**FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR / FINAL EVALUATION OF STUDIES / ФОРМА ИТОГОВОЙ
ОЦЕНКИ ОБУЧЕНИЯ**

Nr.	Forma de evaluare finală a studiilor / <i>Form of Final Evaluation of Studies</i> <i>Форма итоговой оценки обучения</i>	Termene de organizare / <i>Organization Dates</i> <i>Сроки проведения</i>	Nr. de credite <i>Nr. of credits</i> <i>Количество кредитов</i>
1.	Elaborarea și susținerea tezei de master <i>Master's Thesis Development and Defense</i> <i>Подготовка и защита магистерской диссертации</i>	mai-iunie <i>May-June</i> <i>май-июнь</i>	24

**MINIM CURRICULAR NECESAR PENTRU CONTINUAREA STUDIILOR SUPERIOARE LA CICLUL II²
MINIMUM CURRICULUM REQUIREMENTS FOR CONTINUING HIGHER EDUCATION AT THE CYCLE II
КУРРИКУЛЯРНЫЙ МИНИМУМ ДЛЯ ПРОДОЛЖЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВТОРОМ ЦИКЛЕ**

Cod Code Код	Denumirea unității de curs/modulului Title of the course / module Наименование учебной дисциплины / модуля	Număr de ore Number of hours Количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Nr. of hours by types of activity Количество часов по видам деятельности			Forma de evaluare Form of evaluation Форма оценки	Nr. ECTS Nr. of ECTS Количество ECTS-кредитов
		Total Total Всего	Contact direct Direct contact Контактные часы	Studiu individual Individual study Самостоятельная работа	Curs / Lecture / Лекция	Seminar / Seminar / Семинар	Practice / de laborator / Practical / Laboratory Work / Практические / Лабораторные работы		
ANUL I // 1 st YEAR / I КУРС									
SEMESTRUL I / 1 st SEMESTER / I СЕМЕСТР									
F.01.01	Introducere în științele comunicării Introduction to Communication Science Введение в науку коммуникации	180	90	90	40	50		Examen Exam Экзамен	6
F.01.02	Bazele teoriei și practicii jurnalismului Basis of Journalism: Theories and Practice Основы теории и практики журналистики	180	90	90	40	50		Examen Exam Экзамен	6
F.01.03	Sistemul mass media din Republica Moldova Mass Media System of the Republic of Moldova Система СМИ в Республике Молдова	180	60	120	30	30		Examen Exam Экзамен	6
F.01.04	Cultură și civilizație europeană European Culture and Civilization Европейская культура и цивилизация	180	60	120	30	30		Examen Exam Экзамен	6
F.02.05	Genurile presei scrise și audiovizuale The genres of written and audiovisual media Жанры печатной и аудиовизуальной прессы	180	90	90	40	50		Examen Exam Экзамен	6
	Total	900	390	510	180	210		5	30

² Sunt propuse absolvenților de la alte domenii de studii, care optează pentru programul de master Managementul Instituțiilor Media / Are proposed to the graduates from other fields of study that choose the master program in *Media Institutions Management*/ Предлагается выпускникам других специальностей, которые выбирают магистерскую программу по *Менежмент медиаинститутов*

PLANUL PENTRU MODULUL PSIHOPEDAGOGIC (SE SOLICITĂ SUPLIMENTAR)

PLAN FOR THE PSYCHOPEDAGOGIC MODULE (ADDITIONAL APPLICATION)

ПЛАН ПСИХОПЕДАГОГИЧЕСКОГО МОДУЛЯ (ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПО ЗАПРОСУ)

Cod Код	Denumirea unității de curs Наименование учебной дисциплины	Numărul de ore / Number of hours / Количество часов					Forma de evaluare Form of evaluation Форма оценки	Nr. credite Nr. of credits Количество во кредитов
		Total Всего	Contact direct Direct contact Контактные часы	Studiu individual Individual study Самостоятельная работа	Contact direct Direct contact Контактные часы			
					Teoretice Theoretical Теоретические	Cursuri practice /Practical / Практические занятия		
ANUL I // I st YEAR / I КУРС								
SEMESTRUL I / I st SEMESTER / I СЕМЕСТР								
F.O.01	Fundamentele psihologiei și psihologie educațională <i>Basics of Psychology and Educational Psychology</i> <i>Основы психологии и педагогической психологии</i>	90	30	60	20	10	Examen Exam Экзамен	3
F.O.02	Fundamentele pedagogiei. Andragogie <i>Basics of Pedagogy. Andragogy</i> <i>Основы педагогики. Андрагогика</i>	90	30	60	20	10	Examen Exam Экзамен	3
F.O.03	Etica profesională în pedagogie <i>Professional Ethics in Pedagogy</i> <i>Профессиональная этика в педагогике</i>	60	30	30	20	10	Examen Exam Экзамен	2
	Total semestrul I / Total Ist semester / Всего I семестр	240	90	150	60	30	3	8
SEMESTRUL II / II nd SEMESTER / II СЕМЕСТР								
S.A.04	Psihologia dezvoltării: copilăria și adolescența <i>Developmental Psychology: childhood and adolescence</i>	90	30	60	20	10	Examen	3
S.A.05	Психология развития: детство и подростковый возраст Psihologia personalității <i>Psychology of Personality</i> <i>Психология личности</i>							
S.A.06	Teoria și metodologia curriculumului și a activităților extracurriculare <i>Theory and Methodology of Curriculum and Extracurricular Activities</i>	120	60	60	30	30	Examen	4
S.A.07	Теория и методика учебного плана и внеучебной деятельности Managementul clasei de elevi <i>Classroom Management</i> <i>Управление школьным классом</i>							
	Practica pedagogică 1 – inițiere în specialitate <i>Pedagogical internship 1 - introduction to the specialty</i> <i>Педагогическая практика 1 – введение в специальность</i>	450		450			Examen	15
	Total semestrul II / Total IInd Semester / Всего II семестр	660	90	570	50	40	3	22
Total anul I / Total Ist Year / Всего I курс		900	180	720	110	70	6	30
ANUL II / II nd YEAR / II КУРС								
SEMESTRUL III / III rd SEMESTER / III СЕМЕСТР								
F.O.08	Educația incluzivă <i>Inclusive Education</i> <i>Инклюзивное образование</i>	90	30	60	20	10	Examen Exam	3

S.A.09	Metodologia și tehnologia instruirii și evaluării <i>Methodology and Technology of Teaching and Assessment</i>	90	30	60	20	10	Examen <i>Exam</i>	3
S.A.10	Методология и технологии обучения и оценивания Elemente de cercetare educațională <i>Elements of Educational Research</i> Основы педагогического исследования							
	Total semestrul III / Total IIIrd Semester / Всего III семестр	180	60	120	40	20	2	6
SEMESTRUL IV / IVth SEMESTER / IV СЕМЕСТР								
S.O.11	Didactică generală și particulară <i>General and Subject-Specific Didactics</i> Общая и предметная дидактика	180	90	90	46	44	Examen <i>Exam</i>	6
	Practica pedagogică 2 – activități curriculare și extracurriculare <i>Pedagogical internship 2 - curricular and extracurricular activities</i> Педагогическая практика 2 – учебные и внеучебные виды деятельности	450		450			Examen <i>Exam</i>	15
	Proiect de recalificare profesională <i>Professional Re-training project</i> Проект по профессиональной переподготовке	90		90			Examen <i>Exam</i>	3
	Total sem. 4 Total semestrul IV / Total IVth Semester/ Всего IV семестр	720	90	630	46	44	3	24
Total anul II / Total IInd Year / Всего II курс		900	150	750	86	64	5	30
Total / Всего		1800	330	1470	196	134	11	60

PONDEREA RECOMANDATĂ A UNITĂȚILOR DE CURS/MODULELOR
RECOMMENDED WEIGHT OF COURSE UNITS/MODULES
РЕКОМЕНДУЕМОЕ СООТНОШЕНИЕ УЧЕБНЫХ КУРСОВ / МОДУЛЕЙ

Gradul de obligativitate <i>Degree of obligation</i> Степень обязательности	Funcția în formarea profesională <i>Function in vocational training</i> Роль в профессиональной подготовке	Program de master <i>Master's program</i> Магистерская программа
		Master științific (MS) <i>Master of Science (MSc)</i> Научная магистратура
		Nr. credite <i>Nr. of credits</i> Количество кредитов
Obligativiu <i>Mandatory</i> Обязательные	Unități de curs/module fundamentale (F) <i>Fundamental course units/modules (F)</i> Базовые учебные дисциплины / модули (F)	30
Obligativiu și opțional <i>Mandatory and optional</i> Обязательные и факультативные	Unități de curs/module de specialitate (S) <i>Specialized course units/modules (S)</i> Профилирующие учебные дисциплины / модули (S)	48
Obligativiu <i>Mandatory</i> Обязательные	Stagii de practică (SP) <i>Internships (SP)</i> Практика (SP)	18
Obligativiu <i>Mandatory</i> Обязательные	Teza de Master <i>Master's Thesis</i> Магистерская диссертация	24

LISTA COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII AFERENTE PROGRAMULUI DE STUDII
LIST OF COMPETENCIES AND LEARNING OUTCOMES RELATED TO THE STUDY PROGRAM
ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТВЕТСТВУЮЩИХ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ

Competențe generale și profesionale specifice / <i>General and specific professional competencies</i> <i>Общие / Профессиональные компетенции</i>	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Level 7 CNC Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем 7 CNC</i>
	Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate / <i>The graduate/candidate for qualification can:</i> <i>Выпускник / кандидат на присвоение квалификации способен</i>
CG 1. Operarea eficientă cu date și informații specifice domeniului profesional <i>CG 1. Efficient operation with data and information specific to the professional field</i> <i>CG 1. Эффективная работа с данными и информацией, относящимися к профессиональной области</i>	1) evaluează critic datele și informațiile din domeniul jurnalismului și comunicării, pentru a înțelege procesele, tendințele și perspectivele din sfera profesională. <i>1) critically evaluate data and information in the field of journalism and communication, in order to understand processes, trends and perspectives in the professional sphere</i> 1) критически оценивает данные и информацию в области журналистики и коммуникации с целью понимания процессов, тенденций и перспектив в профессиональной сфере. 2) realizează cercetări, studii și expertize în domeniul mediaticomunicațional și derivatele acestuia cu scopul de a evalua profilul unei entități publice sau private și de a emite unele recomandări. <i>2) conducts research, studies and expertise in the media and communication field and its derivatives with the aim of evaluating the profile of a public or private entity and issuing some recommendations.</i> 2) проводит исследования, анализы и экспертизы в области медиа и коммуникаций и смежных направлениях с целью оценки профиля публичного или частного субъекта и выработки рекомендаций.
CG 2. Elaborarea produselor mediatice și comunicaționale <i>CG 2. Developing Media and Communication Products</i> <i>CG 2. Разработка медиа- и коммуникационных продуктов</i>	3) proiecta activități și elabora produse din domeniul mediatice și cel comunicațional. <i>3) design activities and develop products in the media and communication fields.</i> 3) проектирует деятельность и разрабатывает продукты в области медиа и коммуникации. 4) aplica cadrul legislativ, normativ și deontologic în domeniu <i>4) apply the legislative, normative and deontological framework in the field.</i> 4) применяет законодательную, нормативную и деонтологическую базу в данной области.
CG 3. Gestionarea activităților de evaluare a impactului și feedback-ului privind produsele specifice domeniului mediaticomunicațional <i>CG 3. Managing Impact Evaluation and Feedback Activities for Media and Communication Products</i> <i>CG 3. осуществляет управление деятельностью по оценке воздействия и сбору отзывов на медиа- и коммуникационные продукты.</i>	5) demonstra abilități de expertiză în raportarea comparată sau evolutivă a unor fenomene mediaticomunicaționale specifice. <i>5) demonstrate expertise in comparative or evolutionary reporting of specific media and communication phenomena.</i> 5) демонстрирует экспертные знания в сравнительном или эволюционном анализе специфических медиа- и коммуникационных явлений. 6) evalua atitudinea publicului privind produsele jurnalistice și comunicare, pentru a estima impactul și efectele asupra consumatorului. <i>6) evaluate the public's attitude towards journalistic and communication products, in order to estimate the impact and effects on the consumer.</i> 6) оценивает отношение аудитории к журналистским и коммуникационным продуктам с целью определения их воздействия и влияния на потребителя.
CG 4. Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuie a conținuturilor specifice domeniului <i>CG 4. Effective Application of Digital Tools in the Production and Distribution of Domain-Specific Content</i> <i>CG 4. Эффективно применяет цифровые инструменты при создании и распространении контента, специфичного для профессиональной области.</i>	7) utiliza eficient programe de software specifice noilor media, cu scopul eficientizării procesului de lucru. <i>7) effectively use software programs specific to new media, in order to streamline the work process.</i> 7. эффективно использует программное обеспечение, специфичное для новых медиа, с целью оптимизации рабочего процесса. 8) monitoriza impactul și efectele conținuturilor în spațiul mediaticomunicațional real și cel virtual. <i>8) monitor the impact and effects of content in the real and virtual media and communication space.</i> 8. осуществляет мониторинг воздействия и эффектов контента в реальном и виртуальном пространстве медиа и коммуникации.
Arie ocupațională 1: GESTIONAREA INSTITUȚIILOR MEDIATICE ȘI PRODUCEREA CONȚINUTURILOR MEDIA INTEGRATE <i>Occupational Area 1: MANAGEMENT OF MEDIA INSTITUTIONS AND CREATION OF INTEGRATED MEDIA CONTENT</i> <i>Профессиональная область 1: МЕНЕДЖМЕНТ МЕДИАИНСТИТУТОВ И СОЗДАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОГО МЕДИА-КОНТЕНТА</i>	
CP 1. Evaluarea pieței informaționale <i>CP 1. Evaluation of the information market</i> <i>CP 1. Оценка информационного рынка</i>	9) examina și evalua piața informațională, cu scopul stabilirii potențialelor avantaje dar și a factorilor de risc. <i>9) Examine and assess the information market in order to identify potential advantages as well as risk factors.</i> 9) исследует и оценивает информационный рынок с целью выявления потенциальных преимуществ, а также факторов риска. 10) aprecia activitatea instituțiilor media tradiționale și a noilor media, prin prisma respectării cadrului legislativ și normativ în domeniu <i>10) Evaluate the activity of traditional media institutions and new media from the perspective of compliance with the legislative and regulatory framework in the field.</i>

	10) оценивать деятельность традиционных и новых медиа с точки зрения соответствия законодательной и нормативной базе в данной сфере.
CP 2. Gestionarea instituțiilor mediatice CP 2. Management of media institutions CP2. Управление медиа-учреждениями	11) dezvolta propriile strategii de gestionare a instituțiilor, subdiviziunilor media, aplicând practici internaționale. 11) Develop personal strategies for managing media institutions and subdivisions, applying international practices. 11) разрабатывать индивидуальные стратегии управления медиаучреждениями и их подразделениями с применением международных практик. 12). identifica propriile tehnici de promovare a unei instituții media, cu scopul asigurării vizibilității și obținerii încrederii publicului 12) identify personal techniques for promoting a media institution to ensure visibility and gain public trust 12) определять персональные методы продвижения медиаучреждения для обеспечения его узнаваемости и завоевания доверия общественности.
CP 3. Documentarea detaliată în vederea producerii de conținuturi media integrate CP 3. Detailed documentation for the production of integrated media content CP 3. Подробная документация по производству интегрированного медиаконтента.	13) colecta și examina informații privind subiectele de interes public, utilizând bazele de date oficiale, care oferă informații structurate și triate. 13) collect and examine information on public interest topics using official databases that provide structured and filtered information. 13) собирает и анализирует информацию по темам, представляющим общественный интерес, используя официальные базы данных, предоставляющие структурированную и отфильтрованную информацию. 14) aprecia calitatea, produsului media prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu, aprobate la nivel național și internațional. 14) assess the quality of media products based on the legislative and regulatory framework in the field, approved at both national and international levels. 14) оценивает качество медиапродуктов на основе законодательной и нормативной базы в данной области, утверждённой как на национальном, так и на международном уровнях.
CP 4. Crearea conținuturilor media integrate și utilizarea programelor de software în vederea sporirii circuitului informațional CP 4. Creation of integrated media content and the use of software programs to enhance the information flow CP 4. Создание интегрированного медиаконтента и использование программного обеспечения для оптимизации информационного потока.	15) întreprinde acțiunile necesare pentru crearea conținuturilor media integrate. 15) take the necessary actions to create integrated media content. 15) предпринимает необходимые действия для создания интегрированного медиаконтента. 16) identifica formatul potrivit mediului de informare, adaptând materialele la specificul canalelor multimedia. 16) identify the appropriate format for the information environment, adapting materials to the specific characteristics of multimedia channels. 16) определяет подходящий формат для информационной среды, адаптируя материалы под особенности мультимедийных каналов. 17) utiliza eficient instrumente digitale în procesul de distribuire a conținuturilor media integrate, aplicând softuri speciale cu scopul sporirii audienței. 17) use digital tools efficiently in the process of distributing integrated media content, applying specialized software to increase the audience. 17) эффективно использует цифровые инструменты в процессе распространения интегрированного медиаконтента, применяя специализированное программное обеспечение для увеличения аудитории.
CP 5. Interpretarea evenimentelor și identificarea tehnicilor relevante de explicare a fenomenelor media CP 5. Interpretation of events and identification of relevant techniques for explaining media phenomena CP 5. Интерпретация событий и определение релевантных методов объяснения медийных явлений.	18) întreprinde acțiunile necesare, având drept scop interpretarea multiaspectuală a evenimentelor și generarea de soluții în situații de criză 18) take the necessary actions aimed at the multi-faceted interpretation of events and the generation of solutions in crisis situations 18) предпринимает необходимые действия, направленные на всестороннюю интерпретацию событий и выработку решений в кризисных ситуациях. 19) stabili tehnici interdisciplinare cu aplicabilitate înaltă în vederea explicării fenomenelor media 19) establish interdisciplinary techniques with high applicability for explaining media phenomena 19) разрабатывает междисциплинарные методы с высокой степенью применимости для объяснения медийных явлений. 20) utiliza programe specifice în scopul redării grafice a unui conținut informațional complex 20) use specific programs for the graphical representation of complex informational content 20) использует специализированные программы для графического представления сложного информационного контента.
Arie ocupațională 2: GESTIONAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE, PR ȘI PUBLICITATE Occupational Area 2: STRATEGIC MANAGEMENT OF COMMUNICATION, PR, AND ADVERTISING ACTIVITIES Профессиональная область 2: СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ, PR- И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ.	
CP 6. Analiza și gestionarea direcțiilor strategice de comunicare și PR CP 6. Analysis and management of strategic directions in communication and PR	21) analiza procesul de comunicare, fluxurile și mediile de comunicare internă și externă 21) analyze the communication process, flows, and media of internal and external communication 21) анализировать процесс коммуникации, потоки и средства внутренней и внешней коммуникации.

CP 6. Анализ и управление стратегическими направлениями в сфере коммуникации и PR.	22) dezvoltă strategii de comunicare instituțională bazate pe expertiză și inovare 22) <i>develop institutional communication strategies based on expertise and innovation</i> 22) <i>разрабатывает стратегии институциональной коммуникации на основе экспертизы и инноваций.</i> 23) elabora direcții de comunicare cu publicul, pentru a construi o relație solidă și sănătoasă cu mediul extern. 23) <i>formulate communication directions with the public to build a strong and healthy relationship with the external environment.</i> 23) <i>формулировать направления коммуникации с общественностью для построения прочных и здоровых взаимоотношений с внешней средой.</i> 24) identifica procedurile de interacțiune eficientă cu mass-media și alte entități 24) <i>identify procedures for effective interaction with the media and other entities.</i> 24) <i>определяет процедуры эффективного взаимодействия со средствами массовой информации и другими структурами.</i>
CP 7. Organizarea evenimentelor speciale destinate publicului CP 7. <i>Organizing special events for the public</i> CP 7. <i>Организация специальных мероприятий для широкой публики.</i>	25) realiza acțiuni și evenimente speciale în domeniul comunicării, cu scopul de a lansa sau promova anumite servicii, produse sau campanii 25) <i>organize actions and special events in the field of communication to launch or promote certain services, products, or campaigns.</i> 25) <i>осуществляет действия и организовывать специальные мероприятия в сфере коммуникации с целью запуска или продвижения определённых услуг, продуктов или кампаний.</i> 26) elabora activități și produse de PR. 26) <i>develop PR activities and products.</i> 26) <i>разрабатывать PR-мероприятия и продукты.</i>
CP 8. Dezvoltarea și implementarea planului de consultanță în domeniul comunicării CP 8. <i>Developing and implementing a communication consultancy plan</i> CP 8. <i>Разработка и реализация консультативного плана в сфере коммуникаций.</i>	27) evalua situația actuală în domeniul de activitate, cercetând și diagnosticând probleme de comunicare 27) <i>evaluate the current situation in the field of activity by researching and diagnosing communication issues</i> 27) <i>оценивает текущую ситуацию в сфере деятельности посредством исследования и диагностики коммуникационных проблем.</i> 28) selecta strategia relevantă în vederea realizării procesului de consultanță 28) <i>select the relevant strategy for carrying out the consultancy process</i> 28) <i>выбирает соответствующую стратегию для осуществления консультативного процесса.</i> 29) aplica tehnici de mediere în interiorul instituției și între instituție și entitățile din mediul extern 29) <i>apply mediation techniques within the institution and between the institution and external entities</i> 29) <i>применять методы медиации внутри учреждения и между учреждением и внешними структурами.</i>
CP 9. Realizarea activităților publicitare și a campaniilor de branding CP 9. <i>Executing advertising activities and branding campaigns</i> CP 9. <i>Осуществление рекламной деятельности и брендинговых кампаний.</i>	30) realiza produse publicitare, pentru a promova anumite produse, servicii, instituții 30) <i>create advertising products to promote certain products, services, or institutions.</i> 30) <i>создавать рекламные продукты для продвижения определённых товаров, услуг или учреждений.</i> 31) proiecta, planifica și desfășura campanii de publicitate și de branding/rebranding, cu scopul de a crește notorietatea și recunoașterea brandului 31) <i>design, plan, and carry out advertising and branding/rebranding campaigns to increase brand awareness and recognition</i> 32) <i>разрабатывать, планировать и реализовывать рекламные и брендинговые/ребрендинговые кампании для повышения узнаваемости и осведомлённости о бренде.</i> 32) elabora expertize în baza datelor colectate și analizate, cu scopul de a identifica noile paradigme de construire a brandului 32) <i>develop expertise based on collected and analyzed data to identify new paradigms for building a brand</i> 32) <i>развивать экспертные знания на основе собранных и проанализированных данных для выявления новых парадигм построения бренда.</i>
CP 10. Distribuirea și promovarea activităților de comunicare, PR și publicitate CP 10. <i>Distributing and promoting communication, PR, and advertising activities</i> CP 10. <i>Распространение и продвижение коммуникационной, PR- и рекламной деятельности.</i>	33) integra activitățile comunicaționale și de publicitate în mixul comunicațional 33) <i>integrate communication and advertising activities into the communication mix.</i> 33) <i>интегрировать коммуникационные и рекламные мероприятия в коммуникационный микс.</i> 34) distribui și profila recomandări în vederea îmbunătățirii activităților și produselor de comunicare, PR și publicitate. 34) <i>distribute and profile recommendations to improve communication, PR, and advertising activities and products</i> 34) <i>распространять и структурировать рекомендации по улучшению коммуникационной, PR- и рекламной деятельности и продуктов.</i>

МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРОГРАММЫ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНЫМ ДИСЦИПЛИНАМ[illegible]

Denumirea unității de curs <i>Title of the course</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Cod <i>Cod</i> <i>Код</i>	Nr. ECTS <i>Количество</i>	Rezultatele învățării <i>Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения</i>																																	
			Generale / <i>General</i> / Общие				Profesionale / <i>Professional</i> / Профессиональные																													
			GG1	GG2	GG3	GG4	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5		CP6		CP7	CP8	CP9		CP10																	
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Learning Outcomes According to CNC Level</i>																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
Management strategic al instituțiilor media <i>Strategic Management of Media Institutions</i> <i>Стратегическое Менеджмент медиаинститута в</i>	S1.O.04	6	1	1	1	1	1	1																												
Economia instituțiilor media <i>Media Institutions Economics</i> <i>Экономика медиаинститута в</i>	S2.O.05	6	1	1				1										1									1									
Managementul proiectelor media <i>Media Projects Management</i> <i>Управление медиа-проектами</i>	F.O.06	6			0.75	0.75	0.75	0.75				0.75	0.75	0.75	0.75																					
Drepturile de autor și proprietatea intelectuală în media <i>Copyright and Intellectual Property in Media</i> <i>Авторское право и интеллектуальная собственность в медиа</i>	F.O.07	6	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5						0,5	0,5					0,5	0,5	0,5														

Denumirea unității de curs <i>Title of the course</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Cod <i>Cod</i> <i>Код</i>	Nr. ECTS <i>Количество</i>	Rezultatele învățării <i>Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения</i>																																	
			Generale / <i>General</i> / <i>Общие</i>								Profesionale / <i>Professional</i> / <i>Профессиональные</i>																									
			GG1	GG2	GG3	GG4	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10																				
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Learning Outcomes According to CNC Level</i>																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
Managementul procesului de producție audiovizuală <i>Management of Audiovisual Production Process</i> <i>Управление процессом аудиовизуального производства</i>	S1.O.08	6											0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5						0,5	0,5							0,5	0,5	
Managementul platformelor media digitale <i>Digital Media Platform Management</i> <i>Управление цифровыми медиа-платформами</i>	S2.O.09	6	1	1			1	1	1	1																										

Denumirea unității de curs <i>Title of the course</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Cod <i>Cod</i> <i>Код</i>	Nr. ECTS Количество	Rezultatele învățării <i>Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения</i>																																	
			Generale / <i>General</i> / Общие				Profesionale / <i>Professional</i> / Профессиональные																													
			GG1	GG2	GG3	GG4	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10																				
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Learning Outcomes According to CNC Level</i>																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
Practica profesională I: integrarea în mediu profesional <i>Professional Internship I: Integration into the Professional Environment</i> <i>Профессиональная практика I: интеграция в профессиональную среду</i>	SP.O.10	6	0,3	0,3	0,3	0,3			0,3	0,3	0,3	0,3		0,8	0,7			0,3	0,3	0,3			0,3	0,3	0,3	0,3										
Marketing digital și promovare media <i>Digital Marketing and Media Promotion</i> <i>Цифровой маркетинг и продвижение в медиа</i>	S2.A.11	6																										0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75

Denumirea unității de curs <i>Title of the course</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Cod <i>Cod</i> <i>Код</i>	Nr. ECTS <i>Количество</i>	Rezultatele învățării <i>Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения</i>																																
			Generale / <i>General</i> / <i>Общие</i>								Profesionale / <i>Professional</i> / <i>Профессиональные</i>																								
			GG1	GG2	GG3	GG4	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5		CP6		CP7	CP8		CP9		CP10															
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Learning Outcomes According to CNC Level</i>																																
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
Strategii de marketing pentru conținut cross-media <i>Marketing Strategies for Cross-Media Content</i> <i>Маркетинговые стратегии для кросс-медийного контента</i>	S2.A.12	1																										0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
Inteligența artificială în producția de conținut digital <i>Artificial Intelligence in Digital Content Production</i> <i>Искусственный интеллект в создании цифрового контента</i>	S1.A.13	6					1	1	1	1				1	1																				
Design și dezvoltare web pentru conținut media <i>Web Design and Development for Media Content</i> <i>Веб-дизайн и разработка медиа-контента</i>	S1.A.14						1	1	1	1				1	1																				

Denumirea unității de curs <i>Title of the course</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Cod <i>Cod</i> <i>Код</i>	Nr. ECTS <i>Количество</i>	Rezultatele învățării <i>Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения</i>																																	
			Generale / <i>General</i> / <i>Общие</i>				Profesionale / <i>Professional</i> / <i>Профессиональные</i>																													
			GG1	GG2	GG3	GG4	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10																				
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Learning Outcomes According to CNC Level</i>																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
Redactare și producție de conținut pentru New Media <i>Writing and Content Production for New Media</i> <i>Копирайтинг и производство контента для новых медиа</i>	S2.A.15	6			0.75	0.75	0.75	0.75																												
	S2.A.16				0.75	0.75	0.75	0.75																												
Practica profesională II: aplicarea competențelor avansate <i>Professional Internship II: Application of Advanced Skills</i> <i>Профессиональная практика II: применение передовых навыков</i>	SP.O.17	12	0.7	0.7	0.7	0.7			0.7	0.7	0.7	0.7	0.75	0.75			0.7	0.7	0.7				0.7	0.7	0.7	0.7										

[illegible]

NOTĂ EXPLICATIVĂ
EXPLANATORY NOTE
ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Descrierea programului de studii

Programul de master *Managementul Instituțiilor media* este orientat spre o pregătire complexă a specialiștilor în domeniul general de studiu 032 Jurnalism și informare, oferind o posibilitate reală absolvenților facultăților cu profil social și umanistic să obțină o pregătire avansată într-un domeniu complex, care se intersectează cu industria comunicării, tehnologiei și managementului. Acesta vizează dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare pentru a naviga și a conduce organizații media în contextul unui peisaj digital și al unei economii bazate pe informație.

Scopul programului de studiu *Managementul Instituțiilor Media* este de a pregăti specialiști capabili să administreze și să conducă organizații media într-un peisaj dinamic și în continuă schimbare. Acest program își propune să ofere studenților atât cunoștințe teoretice, cât și abilități practice necesare pentru a gestiona eficient resursele și procesele din instituțiile media, având în vedere dinamica pieței. Totodată, deschide perspectiva să urmeze studiile la ciclul III Doctorat.

Programul de studiu *Managementul Instituțiilor Media* are drept scop formarea unor profesioniști capabili să conducă și să gestioneze organizații media într-un peisaj media dinamic și în continuă schimbare. Acest program se diferențiază prin mai multe caracteristici care sunt esențiale pentru succesul și adaptabilitatea studenților în industria media modernă: abordare multidisciplinară, formare teoretică și practică echilibrată, dezvoltarea abilităților de leadership, focalizare pe inovație și digitalizare, componentele de etică și responsabilitate socială, orientare către analiză și cercetare, flexibilitate și adaptabilitate, abilități de marketing și management financiar, pregătire pentru cariere internaționale, formare continuă și networking. *Managementul Instituțiilor Media* este un program complex și dinamic, care integrează multiple domenii de cunoaștere, având la bază un curriculum modern și orientat spre provocările și oportunitățile actuale ale industriei media. Studenții care finalizează acest program vor fi pregătiți să facă față cerințelor de management și lideri în organizațiile media.

Programul conține discipline obligatorii și opționale, oferă posibilitatea unei pregătiri generale în domeniu, dar și specializării în diverse arii practice ale jurnalismului, comunicării publice, managementului și marketingului media, precum și a comunicării în business. Competențele și abilitățile preconizate se referă, în egală măsură, la mediile de comunicare de factură tradițională (presă tipărită, radio/televiziune) și la noile media (new media), care constituie o marcă distinctă a societății informaționale actuale.

Misiunea programului de master *Managementul Instituțiilor Media* este de a forma profesioniști de înaltă calitate, capabili să conducă și să gestioneze eficient organizații media într-un mediu dinamic, influențat de transformările tehnologice, economice și sociale. Programul își propune să dezvolte abilități de leadership, strategii inovative și să pună un accent deosebit pe responsabilitatea etică și socială în cadrul industriei media. Să pregătească lideri care să aibă o viziune strategică, să știe cum să gestioneze echipe și să coordoneze procesele din instituțiile media, având în vedere schimbările rapide din tehnologie și comportamentele audienței. Programul urmărește să asigure o înțelegere aprofundată a modului în care instituțiile media interacționează cu piețele internaționale și cum pot profita de tendințele globale; să formeze studenților o bază solidă în managementul instituțiilor media, din perspectiva evoluției acestora într-un mediu globalizat și digitalizat.

Programul de master *Managementul Instituțiilor Media* se adresează absolvenților ciclului de licență în jurnalism și relații publice, dar și absolvenților din cadrul facultăților de științe sociale și umaniste, de studii economice (în special, de management și marketing), precum și din domenii aferente (arte, business, administrare și drept), care vor să profeseze ca specialiști în domeniul jurnalismului și al comunicării publice.

Pentru admiterea la programul de master a celorla de alte specialități, decât jurnalism, comunicare și relații publice, este necesară asimilarea în cadrul programului de licență a minimului curricular din arealul jurnalismului și informării, dar și de abilități sociale de comunicare, empatie, asertivitate etc. Absolvenții altor domenii sunt înscriși la master în condiția când au urmat suplimentar la planul de studii disciplinele de orientare către domeniul jurnalismului și informării, sau după parcurgerea semestrului compensator, planul căruia prevede acumularea a 30 de credite (planul respectiv este expus mai sus).

1. Program Description

The Master's program in Media Institutions Management is aimed at providing comprehensive training for specialists in the general field of study 032 Journalism and Information, offering a real opportunity for graduates of faculties with social and humanities profiles to obtain advanced training in a complex field that intersects with the communication, technology, and management industries. It focuses on developing the theoretical and practical competencies necessary to navigate and lead media organizations in the context of a digital landscape and an information-based economy.

The goal of the Media Institutions Management program is to prepare specialists capable of managing and leading media organizations in a dynamic and ever-changing environment. This program aims to offer students both theoretical knowledge and practical skills necessary for efficiently managing resources and processes in media institutions, considering market dynamics. At the same time, it opens the possibility for students to pursue PhD studies in the third cycle.

The Media Institutions Management program aims to train professionals capable of leading and managing media organizations in a dynamic and constantly changing media landscape. This program is distinguished by several features that are essential for the success and adaptability of students in the modern media industry: multidisciplinary approach, balanced theoretical and practical training, leadership skills development, focus on innovation and digitalization, components of ethics and social responsibility, orientation towards analysis and research, flexibility and adaptability, marketing and financial management skills, preparation for international careers, continuous training, and networking. Media Institutions Management is a complex and dynamic program that integrates multiple areas of knowledge, based on a modern curriculum focused on the challenges and opportunities of the current media industry. Students who complete this program will be prepared to meet management and leadership requirements in media organizations.

The program includes both compulsory and elective courses, offering the possibility of general training in the field as well as specialization in various practical areas of journalism, public communication, media management and marketing, as well as business communication. The competencies and skills targeted are equally relevant to traditional communication media (print press, radio/television) and new media, which represent a distinctive feature of the current information society.

The mission of the Master's program in Media Institutions Management is to train high-quality professionals capable of leading and managing media organizations effectively in a dynamic environment influenced by technological, economic, and social transformations. The program aims to develop leadership skills, innovative strategies, and place particular emphasis on ethical and social responsibility within the media industry. It seeks to prepare leaders who have a strategic vision, know how to manage teams, and coordinate processes in media institutions, considering rapid technological changes and audience behavior. The program also aims to provide a deep understanding of how media institutions interact with international markets and how they can leverage global trends; it seeks to build a solid foundation for students in media institutions management, considering their evolution in a globalized and digitalized environment.

The Master's program in Media Institutions Management is intended for graduates of bachelor's programs in journalism and public relations, as well as for graduates from faculties of social sciences and humanities, economic studies (particularly in management and

marketing), and related fields (arts, business, administration, and law), who wish to pursue careers as specialists in journalism and public communication.

For admission to the master's program of those from other fields, apart from journalism, communication, and public relations, it is necessary to have completed at least the minimum curriculum in the area of journalism and information during their bachelor's program, as well as possessing social communication skills such as empathy, assertiveness, etc. Graduates of other fields may be admitted to the master's program under the condition that they have followed additional courses in the curriculum oriented towards journalism and information, or after completing a compensatory semester, the plan of which involves accumulating 30 credits (the respective plan is outlined above).

1. Описание программы

Магистерская программа «Менеджмент медиаинститутов» направлена на всестороннюю подготовку специалистов в рамках общего направления 032 – Журналистика и информация, предоставляя реальную возможность выпускникам факультетов общественных и гуманитарных наук получить углубленную подготовку в комплексной области, находящейся на пересечении коммуникаций, технологий и управления. Программа фокусируется на развитии теоретических и практических компетенций, необходимых для эффективного функционирования и руководства медиаорганизациями в условиях цифровой среды и экономики, основанной на информации.

Цель магистерской программы — подготовка специалистов, способных управлять медиаорганизациями в динамичной и постоянно меняющейся среде. Программа предоставляет студентам как теоретические знания, так и практические навыки, необходимые для эффективного управления ресурсами и процессами в сфере медиа, с учетом рыночной динамики. Одновременно программа открывает возможность продолжения обучения в рамках третьего цикла (докторантуры).

Программа «Менеджмент медиаинститутов» готовит профессионалов, способных возглавлять и администрировать медиаорганизации в условиях стремительно изменяющегося медиаландшафта. Она отличается рядом характеристик, критически важных для успеха и адаптивности студентов в современной медиаиндустрии: мультидисциплинарный подход, сбалансированное сочетание теоретической и практической подготовки, развитие лидерских навыков, акцент на инновации и цифровизацию, компоненты этики и социальной ответственности, ориентация на аналитическую и исследовательскую работу, гибкость и адаптируемость, навыки в области маркетинга и финансового управления, подготовка к международной карьере, непрерывное обучение и профессиональное взаимодействие (networking).

Программа объединяет несколько направлений знаний. Она базируется на современной учебной программе, адаптированной к вызовам и возможностям современной медиаиндустрии. Выпускники будут подготовлены к выполнению управленческих и лидерских функций в рамках медиаорганизаций.

Программа включает как обязательные, так и факультативные дисциплины, обеспечивая как общую подготовку в области журналистики, так и специализацию в таких практических сферах, как публичная коммуникация, медиуправление, маркетинг и бизнес-коммуникации. Полученные компетенции и навыки актуальны как для традиционных медиа (печатная пресса, радио, телевидение), так и для новых медиа, которые являются отличительной чертой современной информационной среды.

Миссия магистерской программы — подготовка высококвалифицированных специалистов, способных эффективно руководить и развивать медиаинституции в условиях технологических, экономических и социальных трансформаций. Программа направлена на развитие лидерских качеств, стратегического мышления, инновационных подходов, а также акцентирует внимание на этических аспектах и социальной ответственности в сфере медиа.

Она нацелена на формирование лидеров с четким стратегическим видением, умеющих управлять командами и координировать процессы в условиях стремительных технологических изменений и трансформации аудитории. Также программа предоставляет глубокое понимание взаимодействия медиаорганизаций с международными рынками и использования глобальных трендов, создавая прочную основу для управления в глобализированной и цифровой среде.

Программа ориентирована на выпускников бакалавриата по специальности журналистика и PR, а также на выпускников факультетов социальных и гуманитарных наук, экономики (в особенности — управления и маркетинга), смежных дисциплин (искусство, бизнес, администрирование, право), которые стремятся развивать карьеру в области журналистики и публичной коммуникации.

Для поступающих из других областей, отличных от журналистики, коммуникации и PR, необходимым условием является прохождение хотя бы минимального учебного курса в области журналистики и информации в рамках бакалавриата, а также наличие коммуникативных способностей (эмпатия, ассертивность и др.). Выпускники других направлений могут быть допущены к обучению при условии прохождения дополнительных курсов по соответствующему учебному плану или после завершения компенсаторного семестра объемом 30 кредитов (соответствующий план прилагается выше).

2. Competențele generale și profesionale asigurate de programul de studii

Programul de master „Managementul Instituțiilor Media” reprezintă un traseu educațional avansat, orientat spre pregătirea temeinică a specialiștilor capabili să abordeze probleme complexe din domeniul organizațiilor media. Structura programului este concepută pentru a dezvolta competențe esențiale în menegmentul media, oferind o bază solidă de cunoștințe teoretice și abilități aplicative necesare diverselor domenii profesionale.

COMPETENȚE RELEVANTE CALIFICĂRII

COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)

- CT 1. Autocontrolul procesului de învățare și nevoilor de formare profesională
- CT 2. Analiza reflexivă și critică a propriei activități profesionale
- CT 3. Aplicarea normelor/principiilor de etică, deontologie și integritate profesională
- CT 4. Utilizarea eficientă a surselor diversificate de comunicare
- CT 5. Executarea activităților specifice muncii în echipă cu asumarea de roluri și funcții
- CT 6. Planificarea strategică și aplicarea eficientă a metodelor specifice de lucru
- CT 7. Gestionarea activității profesionale în condiții de autonomie și independență profesională
- CT 8. Utilizarea instrumentelor TIC în activitățile profesionale
- CT 9. Deținerea competențelor antreprenoriale și a abilităților creative

COMPETENȚE GENERALE (CG)

- CG 1. Operarea cu date și informații specifice domeniului profesional
- CG 2. Elaborarea produselor mediatice și comunicaționale

CG 3. Gestionarea activităților de evaluare a impactului și feedback-ului privind produsele specifice domeniului mediatic-comunicațional

CG 4. Aplicarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de producere și distribuire a conținuturilor specifice domeniului

COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)

Arie ocupațională 1: **GESTIONAREA INSTITUȚIILOR MEDIATICE ȘI PRODUCEREA CONȚINUTURILOR MEDIA INTEGRATE**

CP 1. Evaluarea pieței informaționale

CP 2. Gestionarea instituțiilor mediatice

CP 3. Documentarea detaliată în vederea producerii de conținuturi media integrate

CP 4. Crearea conținuturilor media integrate și utilizarea programelor de software în vederea sporirii circuitului informațional

CP 5. Interpretarea evenimentelor și identificarea tehnicilor relevante de explicare a fenomenelor media

Arie ocupațională 2: **GESTIONAREA STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚILOR DE COMUNICARE, PR ȘI PUBLICITATE**

CP 6. Analiza și gestionarea direcțiilor strategice de comunicare și PR

CP 7. Organizarea evenimentelor speciale destinate publicului

CP 8. Dezvoltarea și implementarea planului de consultanță în domeniul comunicării

CP 9. Realizarea activităților publicitare și a campaniilor de branding

CP 10. Distribuirea și promovarea activităților de comunicare, PR și publicitate

Din perspectivă profesională, absolventul de master în Jurnalism și comunicare se prezintă drept un specialist cu cunoștințe solide, care: - 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. 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.

2. General and professional competences provided by the study program

The Master's program in "Media Institutions Management" represents an advanced educational path, focused on thoroughly preparing specialists capable of addressing complex issues in the field of media organizations. The structure of the program is designed to develop essential competencies in media management, offering a solid foundation of theoretical knowledge and practical skills necessary for various professional domains.

RELEVANT COMPETENCIES OF THE QUALIFICATION

CROSS-CUTTING COMPETENCIES (CT)

CT 1. Self-control of the learning process and professional training needs

CT 2. Reflective and critical analysis of one's professional activity

CT 3. Application of ethical standards, deontology, and professional integrity

CT 4. Efficient use of diverse communication sources

CT 5. Execution of team-based activities, assuming roles and responsibilities

CT 6. Strategic planning and effective application of specific working methods

CT 7. Managing professional activities in conditions of autonomy and professional independence

CT 8. Using ICT tools in professional activities

CT 9. Possessing entrepreneurial competencies and creative skills

GENERAL COMPETENCIES (CG)

CG 1. Operating with data and information specific to the professional field

CG 2. Developing media and communication products

CG 3. Managing impact assessment activities and feedback regarding media-communication products

CG 4. Efficient application of digital tools in the process of producing and distributing specific content

PROFESSIONAL COMPETENCIES (CP)

Occupational Area 1: MANAGEMENT OF MEDIA INSTITUTIONS AND PRODUCTION OF INTEGRATED MEDIA CONTENT

CP 1. Assessing the information market

CP 2. Managing media institutions

CP 3. Detailed documentation for producing integrated media content

CP 4. Creating integrated media content and using software programs to enhance the information flow

CP 5. Interpreting events and identifying relevant techniques for explaining media phenomena

Occupational Area 2: STRATEGIC MANAGEMENT OF COMMUNICATION, PR, AND ADVERTISING ACTIVITIES

CP 6. Analyzing and managing strategic directions of communication and PR

CP 7. Organizing special events for the public

CP 8. Developing and implementing a consultancy plan in the field of communication

CP 9. Executing advertising activities and branding campaigns

CP 10. Distributing and promoting communication, PR, and advertising activities

From a professional perspective, the graduate of the Master's program in Journalism and Communication presents themselves as a specialist with solid knowledge who:

- possesses the necessary competencies to conceive, organize, and manage institutions and activities in the media-communication field;

- has managerial skills and can solve crisis situations in the field and implement new methods and practices to optimize and streamline internal and external communication processes;
- applies journalistic production techniques, methods for promoting journalistic messages, modern graphic design and audiovisual editing forms for optimal message delivery;
- develops professional activity projects and makes use of ways to implement new methods, technologies, and effective practices in the media and multimedia production sector;
- develops professional activity projects and utilizes ways to implement new methods, technologies, and effective practices in the public relations and advertising sectors.

According to the competencies, the graduate is involved in research activities, studying practical issues in the field; collecting, processing, analyzing, and systematizing scientific information; selecting methods and means for solving problems, transferring research results into practical environments, and monitoring the results obtained.

2. Общие и профессиональные компетенции, обеспечиваемые учебной программой

Магистерская программа «Менеджмент медиаинститутов» представляет собой углубленную образовательную траекторию, направленную на всестороннюю подготовку специалистов, способных решать комплексные задачи в сфере деятельности медиаорганизаций. Структура программы ориентирована на развитие ключевых управленческих компетенций в области медиа, предлагая прочную теоретическую базу и практические навыки, необходимые для работы в различных профессиональных сферах.

АКТУАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ КВАЛИФИКАЦИИ

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (СТ)

- СТ 1. Самостоятельное управление процессом обучения и выявление потребностей в профессиональной подготовке
- СТ 2. Рефлексивный и критический анализ собственной профессиональной деятельности
- СТ 3. Применение норм этики, деонтологии и профессиональной добропорядочности
- СТ 4. Эффективное использование различных источников коммуникации
- СТ 5. Выполнение командной работы с принятием ролей и ответственности
- СТ 6. Стратегическое планирование и результативное применение специфических рабочих методов
- СТ 7. Управление профессиональной деятельностью в условиях автономии и профессиональной независимости
- СТ 8. Использование ИКТ-инструментов в профессиональной деятельности
- СТ 9. Владение предпринимательскими компетенциями и креативными навыками

ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ (СГ)

- СГ 1. Оперирование данными и информацией, специфичными для профессиональной области
- СГ 2. Разработка продуктов в сфере медиа и коммуникации
- СГ 3. Управление деятельностью по оценке воздействия и сбору отзывов по медиа- и коммуникационным продуктам
- СГ 4. Эффективное применение цифровых инструментов в процессе создания и распространения специализированного контента

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (СР)

Профессиональная область 1: МЕНЕДЖМЕНТ МЕДИАИНСТИТУТОВ И ПРОИЗВОДСТВО ИНТЕГРИРОВАННОГО МЕДИАКОНТЕНТА

- СР 1. Оценка информационного рынка
 - СР 2. Менеджмент медиаинститутов
 - СР 3. Подробная документация для производства интегрированного медиаконтента
 - СР 4. Создание интегрированного медиаконтента и использование программного обеспечения для оптимизации информационного потока
 - СР 5. Интерпретация событий и определение релевантных методов объяснения медийных явлений
- ##### **Профессиональная область 2: СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЕЙ, PR И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**
- СР 6. Анализ и управление стратегическими направлениями в сфере коммуникации и PR
 - СР 7. Организация специальных мероприятий для широкой публики
 - СР 8. Разработка и реализация консультационных планов в области коммуникации
 - СР 9. Осуществление рекламной деятельности и брендинговых кампаний
 - СР 10. Продвижение и распространение коммуникационной, PR- и рекламной деятельности

С профессиональной точки зрения, выпускник магистратуры по направлению «Журналистика и коммуникация» позиционируется как специалист с прочными знаниями, который: обладает необходимыми компетенциями для разработки, организации и управления учреждениями и проектами в области медиа и коммуникации; имеет управленческие навыки, способен решать кризисные ситуации и внедрять новые методы и практики для оптимизации внутренних и внешних коммуникационных процессов; применяет технологии журналистского производства, методы продвижения медиасообщений, современные формы графического дизайна и аудиовизуального редактирования для эффективной передачи информации; разрабатывает проекты профессиональной деятельности и использует пути внедрения новых методов, технологий и эффективных практик в сфере медиа и мультимедийного производства; реализует проекты в сфере PR и рекламы, используя современные подходы и средства в коммуникационной индустрии.

В соответствии с компетенциями, выпускник участвует в исследовательской деятельности, изучает практические проблемы в данной области; осуществляет сбор, обработку, анализ и систематизацию научной информации; выбирает методы и средства решения задач, трансформирует результаты исследований в практическую деятельность и осуществляет мониторинг полученных результатов.

3. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității

Programul de master Managementul Instituțiilor Media la Universitatea Liberă Internațională din Moldova (ULIM) este structurat pentru a răspunde atât cerințelor pieței muncii, cât și misiunii educaționale a universității. Obiectivele acestui program sunt aliniate cu viziunea

și misiunea ULIM de a oferi educație de calitate, axată pe formarea de specialiști competenți, capabili să contribuie activ la dezvoltarea societății și să răspundă provocărilor globale.

Obiectivele programului de studii includ:

- formarea profesională a cadrelor specializate în managementul instituțiilor media, prin pregătirea de specialiști cu competențe avansate în managementul și conducerea instituțiilor media, adaptate la evoluțiile tehnologice și schimbările din peisajul media globalizat;
- dezvoltarea abilităților de leadership și luare a deciziilor în domeniul media, prin dobândirea abilităților esențiale de leadership, gestionare a echipelor și luare a deciziilor strategice, pentru a răspunde provocărilor complexe din mediul media, publicitar și al comunicării;
- promovarea unei viziuni etice și responsabile asupra jurnalismului și managementului media, prin punerea accentului pe educația în etica profesională și responsabilitatea socială, aspecte fundamentale pentru a contribui la dezvoltarea unui climat media caracterizat prin transparență, integritate și respect pentru drepturile omului;
- adaptarea la transformările digitale și utilizarea noilor tehnologii în instituțiile media, pentru a oferi absolvenților cunoștințele necesare pentru a gestiona și implementa transformările digitale în instituțiile media, asigurându-se că aceștia sunt pregătiți pentru provocările și oportunitățile create de noile platforme și tehnologii;
- formarea unei gândiri strategice și inovative în domeniul managementului media, prin cultivarea gândirii strategice și inovatoare a studenților, încurajându-i să dezvolte soluții creative și eficiente în gestionarea instituțiilor media, într-un context economic și social în continuă schimbare;
- încurajarea cooperării și colaborării între sectorul academic și instituțiile media, urmărindu-se crearea unor parteneriate între universitate și diverse instituții media publice și private, pentru a asigura o integrare optimă a absolvenților în piața muncii, precum și o adaptare continuă a programului la cerințele acestuia.

Coresponderea obiectivelor cu misiunea universității. are ca misiune promovarea excelenței în educație, cercetare și inovare, contribuind la formarea de profesioniști bine pregătiți, capabili să răspundă provocărilor societății moderne. Programul de master *Managementul Instituțiilor Media* se aliniază perfect cu această misiune, având ca scop formarea de specialiști capabili să gestioneze instituții media într-un mod inovativ și responsabil. Obiectivele programului sunt în concordanță cu misiunea ULIM, care pune accent pe *învățământul superior de calitate, dezvoltarea gândirii critice și promovarea valorilor etice și responsabilității sociale*. În acest sens, programul se asigură că absolvenții nu doar că dobândesc competențe tehnice, dar și abilități de leadership și de management etic, contribuind astfel la dezvoltarea unei societăți democratice și informatizate.

De asemenea, obiectivele de a integra tehnologii inovative și de a dezvolta parteneriate cu instituțiile media se aliniază cu angajamentul universității de a *promova colaborarea internațională și adaptarea la provocările globale*, asigurând pregătirea profesională într-un context dinamic și globalizat.

3. Objectives of the Study Program, including their Alignment with the University's Mission

The Master's Program in Media Institutions Management at the Free International University of Moldova (ULIM) is designed to meet both the demands of the labor market and the educational mission of the university. The objectives of this program are aligned with ULIM's vision and mission to provide high-quality education, focused on training competent specialists capable of contributing actively to societal development and addressing global challenges.

The objectives of the study program include:

1. *Professional training of specialized staff in media institutions management by preparing specialists with advanced competencies in managing and leading media institutions, adapted to technological developments and changes in the globalized media landscape.*
2. *Development of leadership and decision-making skills in the media field by acquiring essential leadership skills, team management, and strategic decision-making abilities to address complex challenges in the media, advertising, and communication environments.*
3. *Promotion of an ethical and responsible vision of journalism and media management by emphasizing education in professional ethics and social responsibility, fundamental aspects for contributing to the development of a media climate characterized by transparency, integrity, and respect for human rights.*
4. *Adaptation to digital transformations and the use of new technologies in media institutions by providing graduates with the necessary knowledge to manage and implement digital transformations in media institutions, ensuring they are prepared for the challenges and opportunities created by new platforms and technologies.*
5. *Development of strategic and innovative thinking in media management by fostering students' strategic and innovative thinking, encouraging them to develop creative and effective solutions in managing media institutions within a constantly changing economic and social context.*
6. *Encouragement of cooperation and collaboration between the academic sector and media institutions by fostering partnerships between the university and various public and private media institutions, ensuring optimal integration of graduates into the labor market and continuous adaptation of the program to its requirements.*

Alignment of the Program's Objectives with the University's Mission

The Free International University of Moldova has the mission to promote excellence in education, research, and innovation, contributing to the formation of well-prepared professionals capable of responding to the challenges of modern society. The Media Institutions Management program aligns perfectly with this mission, aiming to train specialists capable of managing media institutions in an innovative and responsible manner.

The program's objectives are in line with ULIM's mission, which emphasizes high-quality higher education, critical thinking development, and the promotion of ethical values and social responsibility. In this regard, the program ensures that graduates not only acquire technical competencies but also leadership and ethical management skills, thus contributing to the development of a democratic and information-driven society.

Furthermore, the program's objectives of integrating innovative technologies and developing partnerships with media institutions align with the university's commitment to promoting international collaboration and adapting to global challenges, ensuring professional training in a dynamic and globalized context.

3. Цели учебной программы и их соответствие миссии университета

Магистерская программа «Менеджмент медиаинститутов» в рамках Свободного международного университета Молдовы (ULIM) разработана с учетом как требований рынка труда, так и образовательной миссии университета. Цели программы согласуются с видением и миссией ULIM по обеспечению качественного образования, направленного на подготовку компетентных специалистов, способных активно способствовать развитию общества и решать глобальные вызовы.

Цели учебной программы:

1. *Профессиональная подготовка кадров, специализирующихся в управлении медиаинституциями — подготовка специалистов с продвинутыми компетенциями в области управления и руководства медиаорганизациями, адаптированных к технологическим изменениям и трансформациям глобального медиaprостранства.*
2. *Развитие лидерских и управленческих навыков — формирование у студентов ключевых навыков руководства, управления командами и стратегического принятия решений для преодоления сложных вызовов в медиа-, рекламной и коммуникационной сферах.*
3. *Продвижение этического и ответственного подхода к журналистике и управлению медиа — акцент на обучение профессиональной этике и социальной ответственности как основополагающим ценностям для формирования медиасреды, основанной на прозрачности, честности и уважении к правам человека.*
4. *Адаптация к цифровым трансформациям и внедрение новых технологий в деятельность медиаинституций — обеспечение студентов необходимыми знаниями и навыками для управления цифровыми преобразованиями, позволяющими эффективно использовать новые платформы и технологии.*
5. *Развитие стратегического и инновационного мышления в медиауправлении — стимулирование стратегического подхода и инновационного мышления у студентов для разработки креативных и эффективных решений в условиях постоянно меняющейся социально-экономической среды.*
6. *Поощрение сотрудничества между академической средой и медиаинституциями — развитие партнерств между университетом и государственными/частными структурами в сфере медиа с целью эффективной интеграции выпускников на рынок труда и постоянной адаптации программы под его требования.*

Соответствие целей программы миссии университета. Свободный международный университет Молдовы (ULIM) ставит своей миссией продвижение качества в образовании, научных исследованиях и инновациях, а также подготовку профессионалов, способных справляться с вызовами современного общества. Программа «Менеджмент медиаинститутов» полностью соответствует этой миссии, стремясь к подготовке специалистов, способных эффективно и ответственно руководить медиаорганизациями. Цели программы согласуются с акцентами миссии ULIM, в том числе:

- обеспечением качественного высшего образования,
- развитием критического мышления,
- продвижением этических норм и социальной ответственности.

Программа обеспечивает не только формирование технических знаний, но и развитие лидерских и управленческих компетенций, способствуя построению демократического, ориентированного на информацию общества.

Дополнительно, цели программы, связанные с интеграцией инновационных технологий и развитием сотрудничества с медиаинституциями, соответствуют стратегическому стремлению университета к международной интеграции, адаптации к глобальным вызовам и подготовке кадров в условиях глобализированной и динамичной среды.

4. Racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu

Programul de master *Managementul Instituțiilor Media* la Universitatea Liberă Internațională din Moldova (ULIM) este conceput pentru a răspunde nu doar cerințelor pieței muncii din Republica Moldova, dar și tendințelor internaționale emergente din domeniul media și comunicare. Adaptarea la aceste tendințe globale este esențială pentru a asigura relevanța programului și pregătirea adecvată a absolvenților. Programul de master este actualizat pentru a include cele mai recente inovații tehnologice și transformările digitale care afectează industria media la nivel mondial. Acesta include formarea competențelor în domenii precum gestionarea platformelor digitale și a noilor tehnologii. Studenții sunt pregătiți să utilizeze și să gestioneze noile platforme digitale de conținut, social media, și soluții de marketing digital. Programul include module de formare în crearea și gestionarea de conținut multimedia (video, audio, texte, grafice) care se aliniează cu standardele internaționale.

Într-o eră globalizată, industria media este interconectată la nivel mondial, iar acest program pune accent pe înțelegerea tendințelor internaționale și adaptarea strategiilor locale la un context globalizat. Printre domeniile abordate sunt strategii de management media la nivel global. Studenții învață să coordoneze și să administreze instituții media care operează în mai multe țări, având în vedere diversitatea culturală și reglementările internaționale. Programul include studii de caz și analize ale celor mai bune practici internaționale, astfel încât studenții să înțeleagă diferitele modele economice și de afaceri utilizate de marile instituții media. În concordanță cu tendințele internaționale în domeniul media, programul pune un accent semnificativ pe formarea abilităților de jurnalism etic și responsabilitate socială. Aspecte precum transparența și integritatea în jurnalism. Programul include cursuri care se concentrează pe etica jurnalistică, combaterea fake news-ului și importanța unui jurnalism responsabil. Protecția drepturilor fundamentale și pluralismul mass-media. Studenții sunt instruiți în privința importanței diversității și a respectării drepturilor fundamentale ale omului în procesul de producție media. Programul include module care permit studenților să dobândească abilități de leadership, adaptate la noile structuri ale organizațiilor media internaționale. Astfel, studenții vor învăța despre managementul echipelor media: cum să conducă echipe multidisciplinare într-un mediu media globalizat și digitalizat. Dezvoltarea unor abilități de gândire strategică care permit identificarea oportunităților de creștere și de inovare în instituțiile media. Într-un peisaj media în continuă schimbare, alfabetizarea media devine esențială. Programul include abordări inovative care formează profesioniști în educația digitală și media: Aceasta este o competență tot mai cerută în contextul în care publicul devine tot mai influențat de platformele digitale. Studenții sunt încurajați să dezvolte abilități de analiză critică a conținutului media, esențiale într-o eră digitală și globalizată. Programul promovează colaborarea cu instituții media internaționale și participarea studenților la proiecte și stagii de practică internaționale. Acest lucru permite studenților să dobândească experiență practică și să înțeleagă cum funcționează organizațiile media în diferite culturi și piețe. Prin integrarea acestor tendințe internaționale în structura programului și în conținutul acestuia, Universitatea Liberă Internațională din Moldova asigură formarea unui profil profesional adaptat cerințelor actuale ale industriei media, într-un context globalizat. Aceste abordări nu doar că sprijină pregătirea studenților pentru piața muncii, dar le și oferă o viziune globală asupra modului în care instituțiile media pot contribui la dezvoltarea unei societăți informatizate și democratice.

4. Alignment of the Study Program and Curriculum Content with International Trends in the Field

The Media Institutions Management study program at the Free International University of Moldova (ULIM) is designed to meet not only the labor market demands of the Republic of Moldova but also the emerging international trends in the media and communication field. Adapting to these global trends is essential to ensure the program's relevance and the proper preparation of graduates. The study program is continuously updated to incorporate the latest technological innovations and digital transformations affecting the global media industry. It includes the development of skills in areas such as managing digital platforms and new technologies. Students are trained to use and manage

new digital content platforms, social media, and digital marketing solutions. The program includes modules on creating and managing multimedia content (video, audio, text, graphics) that align with international standards.

In a globalized era, the media industry is interconnected worldwide, and this program emphasizes understanding international trends and adapting local strategies to a globalized context. The program addresses global media management strategies, teaching students how to coordinate and manage media institutions operating in multiple countries, considering cultural diversity and international regulations. It includes case studies and analyses of international best practices, enabling students to understand the different economic and business models used by major media institutions.

In line with international media trends, the program places significant emphasis on developing ethical journalism skills and social responsibility. Key aspects such as transparency and integrity in journalism are included. The program offers courses focusing on journalistic ethics, combating fake news, and the importance of responsible journalism. It also covers the protection of fundamental rights and media pluralism. Students are trained to understand the importance of diversity and respecting fundamental human rights in the media production process.

The program includes modules that allow students to acquire leadership skills adapted to the new structures of international media organizations. Students learn about media team management, including how to lead multidisciplinary teams in a globalized and digitalized media environment. The program also develops strategic thinking skills, enabling students to identify opportunities for growth and innovation in media institutions.

In an ever-changing media landscape, media literacy becomes essential. The program includes innovative approaches that develop professionals in digital and media education. This is a growing competency as the public becomes increasingly influenced by digital platforms. Students are encouraged to develop critical analysis skills regarding media content, which are essential in a digital and globalized era.

The program promotes collaboration with international media institutions and encourages students to participate in international projects and internships. This allows students to gain practical experience and understand how media organizations operate in different cultures and markets.

By integrating these international trends into the structure and content of the program, the Free International University of Moldova ensures the development of a professional profile adapted to the current demands of the media industry in a globalized context. These approaches not only support students' preparation for the labor market but also provide them with a global perspective on how media institutions can contribute to the development of an informed and democratic society.

4. Соответствие учебной программы и содержания курсов международным тенденциям в данной области

Программа обучения «Менеджмент медиаинститутов» в рамках Международного Независимого Университета Молдовы (ULIM) разработана с учётом не только потребностей рынка труда Республики Молдова, но и актуальных международных тенденций в области медиа и коммуникаций. Адаптация к этим глобальным тенденциям является важным условием актуальности программы и качественной подготовки выпускников. Учебная программа постоянно обновляется с целью включения новейших технологических инноваций и цифровых трансформаций, которые оказывают влияние на мировую медиаиндустрию. Программа предусматривает развитие навыков в таких сферах, как управление цифровыми платформами и новыми технологиями. Студенты обучаются использовать и администрировать цифровые платформы контента, социальные сети и инструменты цифрового маркетинга. Программа включает модули по созданию и управлению мультимедийным контентом (видео, аудио, текст, графика), соответствующим международным стандартам.

В условиях глобализации медиаиндустрия стала взаимосвязанной во всём мире, и данная программа делает акцент на понимании международных тенденций и адаптации локальных стратегий к глобальному контексту. Программа охватывает стратегии международного медиа-менеджмента, обучая студентов координации и управлению медиаинститутами, действующими в разных странах, с учётом культурного разнообразия и международных норм. Включены кейсы и анализ международной практики, позволяющие студентам понять различные экономические и бизнес-модели, применяемые ведущими медиаорганизациями.

В соответствии с международными тенденциями в сфере медиа программа уделяет особое внимание развитию этической журналистики и социальной ответственности. Важные аспекты, такие как прозрачность и честность в журналистике, являются частью учебного плана. Программа предлагает курсы по журналистской этике, борьбе с фейковыми новостями и значению ответственной журналистики. Также рассматриваются вопросы защиты фундаментальных прав и обеспечения плюрализма в СМИ. Студентов обучают пониманию важности разнообразия и уважения к правам человека в процессе производства медиаконтента.

Программа включает модули, позволяющие студентам приобрести лидерские навыки, адаптированные к новым структурам международных медиаорганизаций. Студенты осваивают управление медиакомандами, включая руководство междисциплинарными коллективами в условиях цифровой и глобализированной среды. Также развиваются навыки стратегического мышления, позволяющие выявлять возможности для роста и инноваций в медиаинститутах.

В условиях постоянно меняющейся медиасреды медиаграмотность становится крайне важной. Программа включает инновационные подходы, направленные на формирование профессионалов в области цифрового и медиаобразования. Это особенно актуально, поскольку общество всё больше подвержено влиянию цифровых платформ. Студентов поощряют к развитию навыков критического анализа медиаконтента, что крайне необходимо в цифровую и глобализованную эпоху.

Программа способствует сотрудничеству с международными медиаинститутами и поощряет участие студентов в международных проектах и стажировках. Это даёт им возможность приобрести практический опыт и понять, как функционируют медиаорганизации в различных культурах и рыночных условиях.

Интегрируя эти международные тенденции в структуру и содержание учебной программы, Университет свободной международной Молдовы обеспечивает формирование профессионального профиля, соответствующего актуальным требованиям глобализированной медиаиндустрии. Эти подходы не только способствуют трудоустройству студентов, но и формируют у них глобальное видение роли медиа в развитии информированного и демократического общества.

5. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Programul de master Managementul Instituțiilor Media este conceput pentru a răspunde nevoilor și așteptărilor atât ale sectorului economic, cât și ale celui social, în contextul cerințelor în continuă schimbare ale industriei media.

Din perspectiva sectorului economic, se așteaptă ca programul să formeze profesioniști cu competențe avansate în managementul instituțiilor media, capabili să răspundă provocărilor unui sector aflat într-o continuă transformare, marcat de avansul tehnologic rapid și schimbările în obiceiurile de consum al media. Absolvenții vor fi pregătiți pentru a gestiona eficient instituțiile media, să dezvolte strategii de creștere sustenabilă și să aplice inovații pentru a face față competiției din cadrul industriei.

Din perspectiva sectorului social, programul răspunde necesității unei jurnalistici etice și responsabile, care să sprijine dezvoltarea unui public bine informat și capabil să ia decizii fundamentate. De asemenea, se pune accent pe promovarea alfabetizării media și dezvoltarea gândirii critice în rândul audiențelor. Absolvenții vor avea un rol activ în modelarea accesului publicului la informație și în susținerea democrației, prin respectarea principiilor etice și responsabilității sociale în activitatea lor profesională.

Programul de master răspunde așteptărilor sectorului economic și social prin formarea unor profesioniști care vor contribui la:

- dezvoltarea abilităților avansate de management pentru a conduce instituțiile media într-o piață competitivă și aflată într-o continuă schimbare;
- expertiza în transformarea digitală, adaptând organizațiile media la noile tehnologii și platforme;
- conștientizarea etică și responsabilitatea socială, asigurându-se că practicile media contribuie pozitiv la societate și democrație;
- gândirea strategică și inovatoare, necesară pentru creșterea și sustenabilitatea instituțiilor media.

Aceste aspecte fac programul un element esențial în pregătirea profesioniștilor capabili să răspundă cerințelor industriei media și ale contextului social mai larg.

5. Evaluation of the Expectations of the Economic and Social Sectors

The Master's Program in Media Institutions Management is designed to meet the needs and expectations of both the economic and social sectors, in the context of the ever-changing demands of the media industry.

From the economic sector's perspective, the program is expected to train professionals with advanced management skills for media institutions, capable of responding to the challenges of a sector that is in constant transformation, marked by rapid technological advancements and changes in media consumption habits. Graduates will be prepared to efficiently manage media institutions, develop strategies for sustainable growth, and apply innovations to face industry competition.

From the social sector's perspective, the program addresses the need for ethical and responsible journalism, which supports the development of a well-informed public capable of making informed decisions. It also emphasizes the promotion of media literacy and the development of critical thinking among audiences. Graduates will play an active role in shaping the public's access to information and supporting democracy by adhering to ethical principles and social responsibility in their professional activities.

The Master's Program responds to the expectations of both the economic and social sectors by training professionals who will contribute to:

- *The development of advanced management skills to lead media institutions in a competitive and constantly changing market;*
- *Expertise in digital transformation, adapting media organizations to new technologies and platforms;*
- *Ethical awareness and social responsibility, ensuring that media practices contribute positively to society and democracy;*
- *Strategic and innovative thinking, necessary for the growth and sustainability of media institutions.*

These aspects make the program an essential element in preparing professionals who are capable of responding to the demands of the media industry and the broader social context.

5. Оценка ожиданий экономического и социального секторов

Магистерская программа «Менеджмент медиаинститутов» разработана с учётом потребностей и ожиданий как экономического, так и социального секторов в условиях постоянно изменяющихся требований медиаиндустрии. С точки зрения экономического сектора, от программы ожидается подготовка специалистов с продвинутыми управленческими навыками, способных: эффективно управлять медиаорганизациями в условиях постоянной трансформации отрасли; разрабатывать стратегии устойчивого роста; внедрять инновации для противостояния конкурентным вызовам, связанным с быстрым развитием технологий и изменениями в привычках потребления медиа. С точки зрения социального сектора, программа отвечает на потребность в: этической и ответственной журналистике, которая способствует формированию информированного общества, способного принимать осознанные решения; продвижению медиаграмотности и развитию критического мышления среди широкой аудитории; формированию специалистов, способных оказывать влияние на доступ общественности к качественной информации и содействовать укреплению демократии через соблюдение этических и социальных принципов в профессиональной деятельности.

Программа удовлетворяет ожидания обоих секторов, подготавливая специалистов, которые будут активно способствовать: развитию высокого уровня управленческих компетенций для эффективного руководства медиаинституциями в конкурентной и динамичной среде; овладению экспертизой в сфере цифровой трансформации, адаптации медиаорганизаций к новым технологиям и платформам; осознанию этической ответственности и социальной миссии медиа, обеспечивая позитивный вклад медиа в общество и демократические процессы; развитию стратегического и инновационного мышления, необходимого для устойчивого роста медиаинституций.

Эти аспекты делают магистерскую программу важным инструментом подготовки профессионалов, способных эффективно реагировать на вызовы медиаиндустрии и удовлетворять потребности широкого социального контекста.

6. Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii

Pentru a asigura relevanța și adaptarea programului de studii Managementul Instituțiilor Media la cerințele dinamice ale pieței muncii, procesul de elaborare a acestuia a inclus o consultare amplă și activă cu parteneri din diverse domenii. Acest demers colaborativ a fost esențial pentru fundamentarea unui program bine ancorat în realitățile profesionale și pentru îmbunătățirea continuă a conținuturilor curriculare.

Opiniile angajatorilor au fost colectate prin chestionare direcționate și aze formale, contribuind semnificativ la identificarea cerințelor specifice pieței muncii. Aceste interacțiuni s-au realizat în cadrul parteneriatelor existente și prin activități comune, cum ar fi seminarii, workshopuri și proiecte de consultanță. Recomandările angajatorilor au oferit informații valoroase despre competențele și abilitățile necesare pentru viitorii specialiști, ghidând astfel ajustarea obiectivelor programului la nevoile actuale ale organizațiilor din domeniul psihologiei clinice.

Cadrele didactice ale catedrei au jucat un rol central în procesul de elaborare a programului. Prin experiența lor directă în instruirea studenților și cunoștințele actualizate din domeniu, acestea au oferit propuneri și perspective relevante. Aceste contribuții au fost analizate în cadrul ședințelor echipei de lucru și al sesiunilor speciale dedicate evaluării curriculare, organizate împreună cu titularii de discipline. Acest proces colaborativ intern a permis definirea clară a conținuturilor, metodelor de predare și evaluare.

Opiniile studenților și absolvenților au fost obținute anual prin sondaje anonime, oferind o perspectivă valoroasă asupra punctelor forte ale programului și asupra elementelor care necesită îmbunătățire. Sugestiile lor au contribuit la actualizarea conținuturilor curriculare, reflectând

așteptările profesionale și nevoile emergente ale domeniului. De asemenea, aceste opinii au fost utilizate pentru a asigura o mai bună aliniere între pregătirea academică și cerințele reale ale pieței muncii.

Colaborarea constantă cu partenerii și beneficiarii programului a permis ajustarea periodică a conținutului și structurii curriculare, menținând programul actualizat și relevant. Acest dialog continuu cu angajatorii, cadrele didactice, studenții și absolvenții a garantat o pregătire academică solidă, orientată spre dezvoltarea profesională și succesul pe termen lung al absolvenților.

Prin integrarea acestor perspective și prin flexibilitatea în adaptarea programului la schimbările din domeniul industriei media, programul de master reușește să răspundă nevoilor complexe ale societății contemporane, contribuind la formarea unor specialiști pregătiți să își aducă aportul în diverse contexte profesionale.

6. Consultation with Partners in the Development of the Study Program

To ensure the relevance and adaptation of the Master's Program in Media Institutions Management to the dynamic demands of the labor market, its development process involved extensive and active consultation with partners from various fields. This collaborative approach was essential for grounding the program in professional realities and for continuously improving the curriculum content.

Employer feedback was collected through targeted surveys and formal reviews, contributing significantly to identifying specific labor market requirements. These interactions were conducted within existing partnerships and through joint activities such as seminars, workshops, and consulting projects. Employers' recommendations provided valuable insights into the skills and competencies required for future specialists, thus guiding the adjustment of the program's objectives to meet the current needs of organizations in the media industry.

The teaching staff of the department played a central role in the development process. Through their direct experience in training students and their up-to-date knowledge in the field, they offered relevant proposals and perspectives. These contributions were analyzed in working group meetings and special sessions dedicated to curriculum evaluation, organized together with course coordinators. This internal collaborative process allowed for the clear definition of content, teaching methods, and evaluation approaches.

Feedback from students and graduates was gathered annually through anonymous surveys, providing valuable insights into the program's strengths and areas for improvement. Their suggestions contributed to the updating of curriculum content, reflecting professional expectations and emerging needs in the field. Furthermore, this feedback was used to ensure a better alignment between academic preparation and the real demands of the labor market.

Ongoing collaboration with partners and program beneficiaries enabled periodic adjustments to the content and structure of the curriculum, keeping the program up-to-date and relevant. This continuous dialogue with employers, teaching staff, students, and graduates ensured a solid academic preparation, focused on professional development and the long-term success of graduates.

By integrating these perspectives and remaining flexible in adapting the program to changes in the media industry, the Master's Program successfully meets the complex needs of contemporary society, contributing to the formation of specialists ready to make valuable contributions in various professional contexts.

6. Консультации с партнёрами при разработке учебной программы

С целью обеспечения актуальности и адаптации магистерской программы «Менеджмент медиаинститутов» к динамичным требованиям рынка труда, процесс её разработки включал широкие и активные консультации с партнёрами из различных профессиональных сфер. Такой подход способствовал привязке программы к реальным условиям профессиональной деятельности и постоянному совершенствованию содержания куррикулума.

Отзывы работодателей были собраны посредством целевых опросов и формализованных обзоров, что сыграло значительную роль в выявлении конкретных требований рынка труда. Эти взаимодействия осуществлялись в рамках существующих партнёрств и через совместные мероприятия — семинары, тренинги, рабочие сессии и консультационные проекты. Рекомендации работодателей предоставили ценные сведения о необходимых навыках и компетенциях будущих специалистов, став ориентиром для корректировки целей программы с учетом текущих потребностей организаций медиаиндустрии.

Преподавательский состав факультета сыграл центральную роль в процессе разработки программы. Благодаря их опыту в обучении студентов и актуальным знаниям в сфере медиа, были предложены конструктивные идеи и подходы. Эти предложения анализировались в рамках рабочих групп и специальных сессий по оценке учебного плана, проводимых совместно с координаторами дисциплин. Внутреннее взаимодействие способствовало ясному определению содержания курсов, методов преподавания и подходов к оценке знаний.

Мнения студентов и выпускников собирались ежегодно через анонимные анкеты, что позволило выявить сильные стороны программы и области, требующие улучшения. Их предложения способствовали обновлению учебного содержания с учетом профессиональных ожиданий и новых тенденций в сфере. Кроме того, этот механизм обеспечивал согласованность академической подготовки с реальными требованиями работодателей.

Постоянное сотрудничество с партнёрами и заинтересованными сторонами позволило регулярно корректировать содержание и структуру куррикулума, поддерживая программу актуальной и востребованной. Этот непрерывный диалог с работодателями, преподавателями, студентами и выпускниками обеспечил качественную академическую подготовку, ориентированную на профессиональное развитие и долгосрочный успех выпускников.

Интеграция разнообразных точек зрения и гибкость в адаптации программы к изменениям в медиаиндустрии позволяют магистерской программе эффективно отвечать на комплексные вызовы современного общества и способствовать подготовке специалистов, готовых к профессиональной реализации в различных сферах.

7. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă

Programul de master **Managementul Instituțiilor Media** este conceput pentru a răspunde cerințelor tot mai crescute ale pieței forței de muncă, oferind o pregătire avansată și specializată pentru industria media complexă. Absolvenții programului sunt formați pentru a ocupa poziții diverse, recunoscute în Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova.

Absolvenții pot activa în câmpul muncii în calitate de:

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)

122205 Director/directoare relații publice
122206 Manager (șef/șefă) comunicare
122207 Manager (șef/șefă) publicitate (reclamă)
122208 Manager (șef/șefă) relații publice

Structura și conținuturile programului sunt gândite astfel încât să faciliteze integrarea absolvenților în diverse instituții media publice și private din Republica Moldova și din străinătate, precum:

1. Televiziuni naționale și regionale;
2. Posturi de radio publice și private;
3. Organizații nonguvernamentale de mediu ;
4. Site-uri de știri și platforme online;
5. Agenții de presă din Republica Moldova și internaționale;
6. Televiziuni și radiouri internaționale;
7. Publicații tipărite și online din străinătate;
8. Companii de PR și marketing din Republica Moldova și internaționale, care activează în domeniul comunicării media și publicitare;
9. Platforme de conținut digital și social media, cum ar fi YouTube, Instagram, TikTok, Twitter, LinkedIn, unde se pot dezvolta cariere în crearea de conținut original.

Aceste instituții din Republica Moldova și din afaceri media internaționale oferă oportunități excelente pentru integrarea absolvenților, permițându-le să-și pună în valoare abilitățile dobândite și să se dezvolte într-un mediu dinamic și diversificat.

7. Relevance of the Study Program for the Labor Market

The Master's program in Media Institutions Management is designed to meet the growing demands of the labor market, offering advanced and specialized training for the complex media industry. Graduates of the program are prepared to occupy various positions, recognized in the Occupational Classification of the Republic of Moldova.

Graduates can work in the following fields:

264202 Economic commentator
264203 Political commentator
264208 Special correspondent (domestic and international)
264221 Editorial consultant
264231 Editorial manager
122201 Advertising agency director
122205 Public relations director
122206 Communication manager
122207 Advertising manager
122208 Public relations manager

The structure and content of the program are designed to facilitate the integration of graduates into various public and private media institutions in the Republic of Moldova and abroad, such as:

1. National and regional television stations;
2. Public and private radio stations;
3. Environmental non-governmental organizations;
4. News websites and online platforms;
5. Domestic and international news agencies;
6. International television and radio stations;
7. Print and online publications abroad;
8. Public relations and marketing companies in the Republic of Moldova and internationally, active in the media and advertising communication fields;
9. Digital content and social media platforms, such as YouTube, Instagram, TikTok, Twitter, LinkedIn, where careers in creating original content can be developed.

These institutions, both in the Republic of Moldova and in international media businesses, offer excellent opportunities for graduates, allowing them to showcase the skills they have acquired and develop in a dynamic and diverse environment.

7. Актуальность учебной программы для рынка труда

Магистерская программа «Менеджмент медиаинститутов» разработана с учетом растущих потребностей рынка труда и предлагает углубленную и специализированную подготовку для работы в сложной и многогранной медиаиндустрии. Выпускники программы готовы занимать различные должности, признанные в Классификаторе профессий Республики Молдова. Выпускники могут работать по следующим направлениям:

- 264202 Экономический комментатор
- 264203 Политический комментатор
- 264208 Специальный корреспондент (внутренний и международный)
- 264221 Редакционный консультант
- 264231 Менеджер редакции
- 122201 Директор рекламного агентства
- 122205 Директор по связям с общественностью
- 122206 Менеджер по коммуникациям
- 122207 Менеджер по рекламе
- 122208 Менеджер по связям с общественностью

Структура и содержание программы направлены на облегчение интеграции выпускников в различные государственные и частные медиаинституты как в Республике Молдова, так и за её пределами, включая:

1. Национальные и региональные телеканалы;

2. Государственные и частные радиостанции;
3. Негосударственные организации в области охраны окружающей среды;
4. Новостные веб-сайты и онлайн-платформы;
5. Внутренние и международные информационные агентства;
6. Международные теле- и радиостанции;
7. Печатные и онлайн-издания за рубежом;
8. PR- и маркетинговые агентства в Молдове и за её пределами, работающие в сфере медиа и рекламной коммуникации;
9. Платформы цифрового контента и социальные сети, такие как YouTube, Instagram, TikTok, Twitter, LinkedIn, на которых можно строить карьеру в создании оригинального контента.

Эти учреждения, как в Республике Молдова, так и в международных медийных структурах, предоставляют отличные возможности трудоустройства для выпускников, позволяя им продемонстрировать приобретенные навыки и развиваться в динамичной и разнообразной профессиональной среде.

8. Posibilitățile de angajare a absolvenților

Angajabilitatea absolvenților programului de master *Managementul Instituțiilor Media* este una dintre prioritățile fundamentale ale acestui program, având în vedere pregătirea teoretică și practică aprofundată oferită studenților. Datorită diversității și complexității domeniului media, absolvenții sunt pregătiți să ocupe diverse funcții și roluri în organizații media, agenții de publicitate, companii de marketing digital, instituții guvernamentale sau organizații internaționale. Roluri de conducere și management în instituțiile media. Absolvenții pot ocupa poziții de management în organizații media (televiziuni, posturi de radio, agenții de știri, site-uri de știri, platforme de streaming). Aceștia sunt pregătiți să conducă echipe, să dezvolte strategii de conținut și să administreze resursele financiare și umane ale instituției; să dezvolte și să implementeze strategii de creștere și adaptare a instituțiilor media într-un peisaj digital în continuă schimbare; să coordoneze și gestioneze proiectele de producție media, marketing media sau campanii publicitare. Absolvenții pot ocupa roluri de specialist în marketing digital, gestionând campanii online pe rețele sociale, site-uri web sau platforme de streaming; pot dezvolta campanii publicitare, să creeze strategii de branding și să administreze campanii pe diverse platforme media, atât tradiționale, cât și digitale. Abilitățile de analiză a pieței și de comportament al publicului permit absolvenților să lucreze în departamentele de marketing ale agențiilor media sau în analize de date pentru a optimiza campaniile și strategiile media. Absolvenții pot lucra în consultanță, ajutând instituțiile media să se adapteze la schimbările din industrie, să implementeze noi tehnologii sau să dezvolte strategii de marketing; să realizeze studii de piață, analize ale comportamentului consumatorului media, evaluarea impactului publicității și a campaniilor media.

Absolvenții pot lucra în instituții guvernamentale sau organizații internaționale care reglementează și sprijină industria media, în funcții ce implică formularea de politici publice sau reglementări pentru sectorul media; dezvoltarea și implementarea strategiilor de comunicare ale instituțiilor guvernamentale, organizațiilor non-guvernamentale sau ale marilor corporații. Absolvenții pot dezvolta propria afacere în domeniul media, lansând noi platforme de conținut online, agenții de publicitate, agenții de producție video sau alte inițiative inovatoare. Au abilități de a crea și administra platforme sau aplicații media, având în vedere competențele dobândite în domeniul tehnologiilor digitale și al noilor media. Pot exercita funcția de manager în relații internaționale media, dezvoltând colaborarea între instituții media din diferite țări sau culturi. Acesta este un domeniu în care este necesară o înțelegere profundă a dinamicii piețelor media globale și a diversității audiențelor.

Cei care optează pentru acest program de master au posibilitatea să aleagă dintr-o gamă largă de profesii și să se afirme ca jurnaliști, specialiști în strategii promoționale și relații publice, creatori de imagine (imagemakeri), experți/consilieri de imagine, analiști media în cercetarea de piață, digital marketing manager, crainic sau spicher (DJ, broadcaster), fotoreporter sau cameraman, impresar, mediator, negociator, manageri ai instituțiilor media, manageri de proiecte, responsabili ai Agențiilor de RP și publicitate, realizatori de reclamă/publicitate offline și online, purtători de cuvânt în cadrul unor instituții publice și private etc.

8. Employment Opportunities for Graduates

The employability of graduates of the Master's program in Media Institutions Management is one of the fundamental priorities of this program, considering the in-depth theoretical and practical training provided to students. Due to the diversity and complexity of the media field, graduates are prepared to take on various positions and roles in media organizations, advertising agencies, digital marketing companies, government institutions, or international organizations, as well as leadership and management roles in media institutions.

Graduates can hold management positions in media organizations (television stations, radio stations, news agencies, news websites, streaming platforms). They are prepared to lead teams, develop content strategies, and manage the financial and human resources of the institution; to develop and implement growth and adaptation strategies for media institutions in an ever-changing digital landscape; and to coordinate and manage media production projects, media marketing, or advertising campaigns.

Graduates can work as specialists in digital marketing, managing online campaigns on social media, websites, or streaming platforms; they can develop advertising campaigns, create branding strategies, and manage campaigns across various media platforms, both traditional and digital. Their skills in market analysis and audience behavior allow graduates to work in marketing departments of media agencies or in data analysis to optimize media campaigns and strategies.

Graduates can work in consulting, helping media institutions adapt to industry changes, implement new technologies, or develop marketing strategies; they can conduct market studies, analyze media consumer behavior, and assess the impact of advertising and media campaigns.

Graduates can work in government institutions or international organizations that regulate and support the media industry, in positions that involve formulating public policies or regulations for the media sector; developing and implementing communication strategies for government institutions, non-governmental organizations, or large corporations. Graduates can also develop their own media business, launching new online content platforms, advertising agencies, video production agencies, or other innovative initiatives. They have the skills to create and manage media platforms or applications, considering the competencies acquired in the field of digital technologies and new media.

They can also hold the position of manager in international media relations, developing collaboration between media institutions from different countries or cultures. This is a field that requires a deep understanding of the dynamics of global media markets and audience diversity.

Those who choose this Master's program have the opportunity to select from a wide range of professions and establish themselves as journalists, specialists in promotional strategies and public relations, image creators (imagemakers), image experts/consultants, media analysts in market research, digital marketing managers, announcers or broadcasters (DJ, broadcaster), photojournalists or cameramen, impresarios, mediators, negotiators, media institution managers, project managers, PR and advertising agency managers, offline and online advertising creators, spokespersons within public and private institutions, etc.

8. Возможности трудоустройства для выпускников

Трудоустройство выпускников магистерской программы «Менеджмент медиаинститутов» является одной из ключевых приоритетных задач данной программы, учитывая глубокую теоретическую и практическую подготовку, предоставляемую студентам. Благодаря многообразию и сложности медиасферы, выпускники подготовлены к выполнению различных функций и ролей в медиаорганизациях, рекламных агентствах, компаниях цифрового маркетинга, государственных учреждениях, международных организациях, а также к занятию руководящих и управленческих должностей в медиаинституциях.

Выпускники могут занимать управленческие должности в медиаорганизациях (телеканалы, радиостанции, информационные агентства, новостные веб-сайты, стриминговые платформы). Они подготовлены к: управлению командами, разработке контент-стратегий, управлению финансовыми и человеческими ресурсами учреждения, разработке и внедрению стратегий роста и адаптации медиаорганизаций в условиях постоянно меняющейся цифровой среды, координации медиапроизводства, медиамаркетинга и рекламных кампаний.

Выпускники могут работать специалистами по цифровому маркетингу, управляя онлайн-кампаниями в социальных сетях, на сайтах или стриминговых платформах. Они могут разрабатывать рекламные кампании, создавать стратегии брендинга, управлять рекламными проектами как в традиционных, так и в новых медиа.

Благодаря навыкам анализа рынка и поведения аудитории, выпускники могут работать в маркетинговых отделах медиаагентств, в аналитике данных с целью оптимизации медиастратегий и рекламных кампаний.

Они также могут быть задействованы в консалтинговой деятельности, помогая медиаинституциям адаптироваться к изменениям отрасли, внедрять новые технологии или разрабатывать маркетинговые стратегии. Их деятельность может включать: проведение маркетинговых исследований, анализ поведения медиааудитории, оценку эффективности рекламы и медиакампаний.

Выпускники могут работать в государственных структурах или международных организациях, регулирующих и поддерживающих сферу медиа, в таких должностях, как: разработка государственной политики и нормативной базы в области медиа, реализация коммуникационных стратегий в органах власти, НПО или крупных корпорациях.

Также они могут открыть собственный медиа-бизнес, запустив онлайн-платформы, рекламные агентства, видеопродакшн-компании или другие инновационные инициативы. Благодаря приобретенным знаниям в области цифровых технологий и новых медиа, выпускники обладают компетенциями для: создания и управления медиа-платформами и приложениями.

Кроме того, выпускники могут работать менеджерами по международным медиаотношениям, развивая сотрудничество между медиаорганизациями из разных стран и культур. Это направление требует глубокого понимания динамики глобальных медиарынков и разнообразия аудиторий.

Обучающиеся по данной магистерской программе имеют возможность выбрать одну из множества профессий и реализовать себя как: журналисты, специалисты по PR и рекламным стратегиям, имиджмейкеры, консультанты по имиджу, медианалитики, менеджеры по цифровому маркетингу, телеведущие, радиоведущие, фотожурналисты, операторы, пресс-секретари, медиаторы, переговорщики, управляющие медиаинституциями, проектные менеджеры, руководители PR- и рекламных агентств, креаторы офлайн и онлайн-рекламы, спикеры в государственных и частных учреждениях и др.

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

Absolvenții programului de master Managementul Instituțiilor Media beneficiază de oportunități extinse pentru continuarea parcursului academic la nivel superior, având acces la studii din cadrul Ciclului III QF-EHEA / Nivelul 8 EQF, echivalent cu studiile de doctorat. Această posibilitate deschide perspective valoroase pentru aprofundarea cunoștințelor, dezvoltarea carierei academice și contribuția la avansarea științei comunicării.

Programul de master oferă o pregătire avansată, orientată spre:

- dobândirea cunoștințelor aprofundate atât din perspectiva teoretică, cât și practică a managementului media, regătindu-i pentru continuarea studiilor la un nivel superior, cum ar fi programele de doctorat sau cercetare avansată în domeniul comunicării și media;
- aprofundarea abilităților de leadership, planificare strategică și management al instituțiilor media;
- specializarea în domeniul media digitală, relații internaționale media sau etică media;
- actualizarea constantă a cunoștințelor, oferind posibilitatea de a rămâne în fața tendințelor emergente, de a îmbunătăți abilități în tehnologiile noi și de a se pregăti pentru provocările viitoare din industria media;
- dezvoltarea de noi practici în managementul media, strategii de comunicare și tehnologii inovative;
- cercetare, pentru a găsi soluții inovative pentru provocările cu care se confruntă sectorul media, de la digitalizare la schimbarea comportamentului publicului;
- avansarea în carieră, fiind mai bine pregătiți pentru a ocupa poziții de conducere în instituții media, consiliere de politici publice sau în mediul academic;
- operarea într-un mediu globalizat și interdisciplinar, iar continuarea studiilor permite absolvenților să-și extindă perspectiva și să înțeleagă mai bine tendințele media internaționale, comunicarea interculturală și piețele media globale;
- dezvoltarea competențelor de expertiză pentru a influența politici media, practici din industrie și curricula educațională din managementul instituțiilor media.

În sectorul media, învățarea pe tot parcursul vieții este esențială pentru a rămâne competitiv și eficient în carieră. Absolvenții programului de master sunt pregătiți pentru a urmări educația continuă pentru a răspunde necesităților în schimbare ale industriei, asigurându-se că își mențin relevanța pe termen lung.

9. Access to Studies for Holders of Diplomas Obtained After Completion of the Respective Study Program

Graduates of the Master's program in Media Institutions Management benefit from extensive opportunities to continue their academic journey at a higher level, with access to studies at Cycle III QF-EHEA / Level 8 EQF, equivalent to doctoral studies. This opportunity opens valuable prospects for deepening knowledge, developing an academic career, and contributing to the advancement of communication science.

The Master's program offers advanced training focused on:

- Acquiring in-depth knowledge both from the theoretical and practical perspectives of media management, preparing students for further studies at a higher level, such as doctoral programs or advanced research in the field of communication and media;
- Deepening leadership, strategic planning, and media institution management skills;
- Specialization in digital media, international media relations, or media ethics;

- Constantly updating knowledge, offering the possibility to stay ahead of emerging trends, enhance skills in new technologies, and prepare for future challenges in the media industry;
- Developing new practices in media management, communication strategies, and innovative technologies;
- Research, to find innovative solutions to challenges faced by the media sector, from digitalization to changes in audience behavior;
- Advancing in their careers, being better prepared to occupy leadership positions in media institutions, public policy advising, or in the academic environment;
- Operating in a globalized and interdisciplinary environment, with further studies enabling graduates to expand their perspective and better understand international media trends, intercultural communication, and global media markets;
- Developing expert competencies to influence media policies, industry practices, and educational curricula in media institution management.

In the media sector, lifelong learning is essential to remain competitive and efficient in one's career. Graduates of the Master's program are prepared to pursue continuous education to meet the changing needs of the industry, ensuring they maintain long-term relevance.

9. Доступ к обучению для обладателей дипломов, полученных после завершения соответствующей учебной программы

Выпускники магистерской программы «Менеджмент медиаинститутов» получают широкие возможности для продолжения академического пути на более высоком уровне — в рамках цикла III QF-EHEA / уровня 8 EQF, эквивалентного докторским исследованиям. Эта возможность открывает перспективы для углубления знаний, развития академической карьеры и вклада в развитие науки о коммуникации. Магистерская программа обеспечивает углубленную подготовку, направленную на:

- *получение фундаментальных и практических знаний в области управления медиа, необходимых для дальнейшего обучения на уровне докторантуры или проведения продвинутых исследований в области коммуникации и медиа;*
- *развитие навыков лидерства, стратегического планирования и управления медиаинституциями;*
- *специализацию в таких направлениях, как цифровые медиа, международные медиаотношения или медиаэтика;*
- *постоянное обновление знаний, что позволяет выпускникам быть в курсе новых тенденций, совершенствовать навыки владения технологиями и быть готовыми к вызовам будущего в медиасфере;*
- *разработку новых практик в управлении медиа, коммуникационных стратегий и внедрение инновационных технологий;*
- *участие в исследовательской деятельности с целью поиска инновационных решений проблем, стоящих перед медиасектором — от цифровизации до изменения поведения аудитории; карьерный рост и профессиональное продвижение, позволяющее выпускникам занимать руководящие должности в медиаорганизациях, работать в сфере консультаций по вопросам публичной политики или развивать академическую карьеру;*
- *успешную деятельность в глобализированной и междисциплинарной среде, благодаря которой последующее обучение способствует расширению профессионального кругозора, пониманию межкультурной коммуникации и глобальных медиа-трендов;*
- *развитие экспертных компетенций, позволяющих влиять на медиapolитику, индустриальные стандарты и образовательные программы в области управления медиаинституциями.*

В условиях стремительно развивающейся медиаиндустрии непрерывное обучение является ключевым фактором для поддержания конкурентоспособности и профессиональной эффективности. Выпускники магистратуры подготовлены к непрерывному образованию, что позволяет им адаптироваться к изменяющимся требованиям отрасли и сохранять свою актуальность в долгосрочной перспективе.