UNIVERSITATE DE STAT DIN MOLDOVA

FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

DEPARTAMENTUL COMUNICARE ȘI TEORIA INFORMĂRII

Nelly ȚURCAN **Andrei PERCIUN**

PROIECTE SEMESTRIALE, TEZE ȘI STAGII DE PRACTICĂ LA MASTERAT

GHID METODOLOGIC

Domeniul de formare profesională – 0321 Jurnalism și comunicare
Programul de master – Relații publice și publicitate
Ciclul II – studii superioare de masterat
Tipul programului de master – Master profesional (MP)

Aprobat de Consiliul Calității al USM
Proces-verbal nr. 2 din 27 noiembrie 2025

CHIȘINĂU, 2025
Editura USM

CZU 378:[070+659.3](076)
T 94

Recomandat de Departamentul Comunicare și Teoria Informării (proces-verbal nr. 3 din 23 octombrie 2025) și de Consiliul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării (proces-verbal nr. 2 din 12 noiembrie 2025)

Autori:

***Nelly ȚURCAN**, doctor habilitat în sociologie, profesor universitar*

***Andrei PERCIUN**, doctor în filosofie, lector universitar*

Recenzenți:

***Tatiana POTÎNG**, doctor în filologie, conferențiar universitar*

***Arina ANTOCI**, doctor în filosofie, conferențiar universitar*

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN REPUBLICA MOLDOVA

Ţurcan, Nelly.

Proiecte semestriale, teze şi stagii de practică la masterat : ghid metodologic / Nelly Ţurcan, Andrei Perciun ; Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Jurnalism şi Ştiinţe ale Comunicării, Departamentul Comunicare şi Teoria Informării. – Chişinău : Editura USM, 2025. – 153 p. : fig., tab.

Bibliogr.: p. 152 (8 tit.). – 20 ex.

ISBN 978-9975-62-966-9.

378:[070+659.3](076)
T 94

© N. Țurcan, A. Perciun, 2025
© Editura USM, 2025

ISBN 978-9975-62-966-9

CUPRINS

I. PRELIMINARII 6
1.1. Cadrul general 6
1.2. Misiunea academică și obiectivele programului 8
1.3. Competențele, rezultatele învățării și arhitectura curriculară 9
II. GLOSAR 14
III. PROIECTE SEMESTRIALE 17
3.1. Scopul și rolul proiectelor semestriale 17
3.2. Tipologia proiectelor semestriale 18
3.3. Alegerea temei și stabilirea obiectivelor în proiectul semestrial 20
3.4. Etapele elaborării unui proiect semestrial 22
3.5. Structura și conținutul proiectelor semestriale 24
3.6. Evaluarea proiectelor semestriale 26
3.7. Susținerea proiectelor semestriale 26
IV. TEZA DE MASTER 27
4.1. Scopul și obiectivele tezei de master 27
4.2. Drepturile și obligațiile masterandului privind elaborarea tezei 28
4.3. Atribuțiile și responsabilitățile conducătorului științific 29
4.4. Tipologia tezelor de master la programul *Relații publice și publicitate* 30
4.5. Etapele elaborării tezei de master 32
4.6. Structura tezei de master 40
4.7. Admiterea, susținerea finală și evaluarea tezei de master 54
V. REDACTAREA LUCRĂRILOR ACADEMICE (PROIECTE SEMESTRIALE ȘI TEZA DE MASTER) 59
5.1. Respectarea normelor de etică academică și originalitate 59
5.2. Cerințele tehnice de redactare și formatare a textului 61
5.3. Redactarea titlurilor și subtitlurilor 64
5.4. Inserarea tabelelor, figurilor și a graficelor 66
5.5. Stilul și limbajul de redactare 67
5.6. Citarea surselor și prezentarea referințelor bibliografice 71

VI. STAGIILE DE PRACTICĂ.....79
6.1. Scopul stagiilor de practică 79
6.2. Administrarea stagiilor de practică.....80
6.3. Practica de specialitate 81
6.4. Practica de cercetare.....92
ANEXE 94
Anexa 1. *Codul de Etică și Integritate Academică al USM*.....94
Anexa 2. *Regulamentul antiplagiat al USM* 103
Anexa 3. *Model de cerere pentru aprobarea temei tezei de master și a conducătorului științific* 106
Anexa 4. *Model de cerere cu privire la schimbarea temei tezei de master* 107
Anexa 5. *Calendarul activităților studenților în cadrul proiectului semestrial* 108
Anexa 6. *Etapele de realizare a tezei de master*.....109
Anexa 7. *Model de redactare a foii de titlu pentru proiectul profesional semestrial* 110
Anexa 8. *Model de redactare a foii de titlu pentru teza de master*.....111
Anexa 9. *Model de redactare a cuprinsului pentru proiectul semestrial* 112
Anexa 10. *Model de redactare a cuprinsului pentru teza de master* 113
Anexa 11. *Model de adnotare la teza de master*.....114
Anexa 12. *Model de prezentare a tabelelor*.....116
Anexa 13. *Model de prezentare a figurilor*.....117
Anexa 14. *Modele de redactare a referințelor bibliografice*.....118
Anexa 15. *Model de prezentare a anexelor* 128
Anexa 16. *Model pentru Declarația privind asumarea răspunderii* 129
Anexa 17. *Model de aviz al conducătorului științific* 130
Anexa 18. *Model de aviz al expertului* 131
Anexa 19. *Grila de evaluare a tezelor de master* 132
Anexa 20. *Criterii de evaluare a tezei de master în cadrul susținerii publice*.....133
Anexa 21. *Model al Convenției de parteneriat*.....134

Anexa 22. *Model de Contract privind stagiile de practică la ciclul II* 137
Anexa 23. *Model de redactare a foii de titlu pentru portofoliul practicii* 140
Anexa 24. *Modelul Planului individual al practicii de specialitate* 141
Anexa 25. *Evidența activităților în cadrul practicii de specialitate* 142
Anexa 26. *Cerințe de tehnoredactare a raportului narativ asupra stagiului de practică* 143
Anexa 27. *Evaluarea stagiilor de practică* 145
Anexa 28. *Evaluarea satisfacției masterandului privind stagiul de practică* 147
Anexa 29. *Structura raportului de evaluare a stagiului de practică* 149
Anexa 30. *Fișa de monitorizare a practicii de cercetare* 150
BIBLIOGRAFIE 152

I. PRELIMINARII

1.1. Cadrul general

1.1.1. Scopul și importanța ghidului

Acest Ghid metodologic a fost conceput pentru a oferi un sprijin solid și bine structurat studenților masteranzi din programul *Relații publice și publicitate*, derulat în cadrul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova. Scopul principal al acestui document este de a sprijini, într-un mod coerent și eficient, procesul de elaborare a proiectelor semestriale, de redactare a tezei de master și de efectuare a stagiilor de practică – etape esențiale în formarea academică și profesională a fiecărui masterand.

Valoarea acestui Ghid rezidă în capacitatea sa de a clarifica așteptările academice și profesionale, oferind repere clare și unitare pentru activitățile specifice parcursului de master. Prin parcurgerea materialului, masteranzii vor dobândi o înțelegere solidă a etapelor, metodologiilor și normelor de redactare asociate fiecărei componente, ceea ce le va permite să abordeze cu încredere și profesionalism provocările din mediul academic și practic. În acest fel, Ghidul contribuie activ la conturarea unui profil profesional competitiv, ancorat în bunele practici desfășurate în domeniul științelor comunicării.

1.1.2. Publicul-țintă

Prezentul Ghid se adresează unui spectru extins de actori implicați în procesul educațional al programului de master *Relații publice și publicitate*. În mod particular, acesta vizează următoarele categorii:

- **Masteranzii programului *Relații publice și publicitate*** – cărora le oferă un instrument util de orientare pe întreg parcursul formării academice și practice.
- **Cadrele științifico-didactice din cadrul Departamentului Comunicare și Teoria Informării** (evaluatori de proiecte semestriale, coordonatori de teză, mentori de practică) – în sprijinul unei abordări coerente a cerințelor și a criteriilor de evaluare.
- **Tutorii din instituțiile-gazdă ale stagiilor de practică** – pentru a facilita colaborarea și pentru a promova o înțelegere comună a obiectivelor formării prin practică.
- **Membrii comisiilor de evaluare a proiectelor semestriale și a tezelor de master** – cărora le oferă un cadru comun pentru aplicarea standardelor academice și profesionale.

1.1.3. Fundament normativ și instituțional

Acest Ghid este elaborat în conformitate cu reglementările în vigoare ale Universității de Stat din Moldova și cu Cadrul Național al Calificărilor. Sursele principale care fundamentează conținutul Ghidului includ următoarele documente oficiale:

Legislație națională:

- **Codul educației al Republicii Moldova**, aprobat prin Legea nr. 152 din 17.07.2014;
- **Regulamentul privind organizarea studiilor în învățământul superior în baza Sistemului Național de Credite de Studii**, aprobat prin Ordinul Ministrului Educației nr. 234 din 25.03.2016, cu modificările ulterioare (Ordinul MEC nr. 1004 din 07.08.2023);
- **Nomenclatorul domeniilor de studii și al specialităților în învățământul superior**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 412 din 12.06.2024;
- **Regulamentul cu privire la organizarea și desfășurarea studiilor superioare de master – ciclul II**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 80 din 16.02.2022;
- **Planul-cadru pentru studiile superioare de licență, master și studii integrate**, aprobat prin Ordinul MEC nr. 510 din 07.04.2025;
- **Regulamentul-cadru privind stagiile de practică în învățământul superior**, aprobat prin Ordinul Ministrului Educației nr. 203 din 19.03.2014;
- **Cadrul Național al Calificărilor (CNC)**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 330 din 31.05.2023;
- **Cadrul Național al Calificărilor – nivelul 7 CNC: Master în Științe ale comunicării**, aprobat de MEC la 28.03.2024.

Documente instituționale ale Universității de Stat din Moldova:

- **Codul de Etică și Integritate Academică al Universității de Stat din Moldova** (aprobat de Senatul USM la 6.11.2018, proces-verbal nr. 7);
- **Regulamentul de organizare și desfășurare a studiilor superioare de master, ciclul II** (aprobat de Senatul USM la 29.03.2022, proces-verbal nr. 10);
- **Regulamentul privind organizarea stagiilor de practică la ciclul I și II** (aprobat de Senatul USM la 13.09.2022, proces-verbal nr. 2);
- **Regulamentul antiplagiat al Universității de Stat din Moldova** (aprobat de Senatul USM la 31.03.2015, proces-verbal nr. 7);
- **Planul de învățământ 2025–2026** al programului *Relații publice și publicitate*.

Aceste documente reglementează în mod expres etapele, cerințele, responsabilitățile și standardele care guvernează activitățile analizate în prezentul ghid, oferind un cadru transparent și coerent pentru toți actorii implicați în procesul educațional.

1.2. Misiunea academică și obiectivele programului

1.2.1. Componentele curriculare și rolul lor în programul de master

Cele patru componente principale abordate în acest Ghid – proiectele semestriale, practica de specialitate, practica de cercetare și teza de master – constituie piloni esențiali în formarea masteranzilor ca specialiști în domeniul relațiilor publice și publicității. Fiecare dintre aceste componente îndeplinește un rol distinct, dar complementar, în dezvoltarea competențelor profesionale și în pregătirea pentru integrarea în câmpul muncii:

- **Proiectele semestriale** urmăresc aplicarea imediată a cunoștințelor teoretice dobândite în cadrul disciplinelor studiate, oferind contexte de simulare a provocărilor reale din industrie. Ele contribuie la formarea abilităților de creare de conținut și de elaborare a strategiilor de comunicare.
- **Practica de specialitate** presupune o imersiune directă în mediul profesional, oferind masteranzilor ocazia de a lucra sub îndrumarea unor specialiști din domeniu, de a-și consolida competențele practice și de a înțelege dinamica organizațională. Această componentă funcționează ca o punte de legătură între mediul academic și realitatea profesională.
- **Practica de cercetare** are drept obiectiv familiarizarea aprofundată a masteranzilor cu etapele și rigorile metodologice ale cercetării științifice în domeniul comunicării. În cadrul acestei activități ei își dezvoltă abilități de documentare, de colectare și analiză a datelor, pregătindu-se sistematic pentru redactarea tezei de master.
- **Teza de master** reprezintă momentul de vârf al studiilor, constând într-o cercetare originală care reflectă capacitatea de analiză critică, sinteză și contribuție științifică în domeniul relațiilor publice și publicității. Aceasta constituie, în esență, cartea de vizită academică și profesională a masterandului.

1.2.2. Obiectivele generale ale programului de master Relații publice și publicitate

Programul de master urmărește formarea unor specialiști cu competențe avansate în conceperea, implementarea și evaluarea strategiilor de comunicare strategică,

managementul reputației, publicitatea creativă și în relațiile cu publicul. Obiectivele generale ale programului includ:

- Formarea specialiștilor de înaltă calificare în domeniul relațiilor publice și publicității, capabili să elaboreze și să aplice strategii de comunicare complexe și eficiente în medii organizaționale variate (instituții publice, companii private, ONG-uri, agenții specializate);
- Dezvoltarea competențelor profesionale avansate necesare gestionării comunicării instituționale, organizării de evenimente speciale și proiectării campaniilor integrate de PR și publicitate, cu accent pe soluții inovatoare, adaptate realităților locale și regionale;
- Aprofundarea cunoștințelor teoretice și a abilităților practice în domenii precum managementul brandului, marketingul în mediile digitale și utilizarea tehnologiilor moderne de promovare, prin integrarea cercetărilor și practicilor actuale din domeniu;
- Cultivarea gândirii critice și a capacităților analitice, indispensabile evaluării riguroase a situațiilor de comunicare și elaborării unor soluții eficiente în contexte variate, inclusiv în situații de criză sau în medii multiculturale;
- Promovarea eticii profesionale și a responsabilității sociale în sfera comunicării publice și a publicității, prin familiarizarea cu standardele deontologice naționale și internaționale, precum și cu principiile comunicării sustenabile.

1.3. Competențele, rezultatele învățării și arhitectura curriculară

1.3.1. Competențele urmărite

Pe parcursul programului de masterat, prin intermediul disciplinelor studiate, al activităților practice și al realizării proiectelor și tezei de master, masteranzii vor dobândi și consolida o serie de competențe, în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor (CNC) pentru nivelul 7 – Master în Științe ale comunicării, adaptat specificului programului *Relații publice și publicitate*.

Competențe transversale (CT):

- CT 1. Autocontrolul procesului de învățare și al dezvoltării profesionale în domeniul comunicării publice și al publicității;
- CT 2. Analiza reflexivă și critică a propriilor practici profesionale, cu accent pe impactul mesajelor asupra diferitelor categorii de public;
- CT 3. Aplicarea normelor etice și a principiilor deontologice specifice comunicării strategice, relațiilor publice și publicității;

- CT 4. Utilizarea eficientă a canalelor și platformelor de comunicare digitală pentru colaborare profesională și învățare continuă;
- CT 5. Exercitarea rolurilor profesionale în contexte organizaționale diverse, asumând responsabilități în echipe multidisciplinare;
- CT 6. Planificarea strategică a activităților și aplicarea metodelor specifice lucrului în domeniul PR și publicității;
- CT 7. Gestionarea activității profesionale cu autonomie, inițiativă și responsabilitate etică;
- CT 8. Integrarea TIC în activitățile de comunicare și promovare a imaginii instituționale sau comerciale;
- CT 9. Dezvoltarea abilităților antreprenoriale și creative în conceperea de soluții de comunicare inovatoare.

Competențe generale (CG):

- CG 1. Colectarea, selectarea și interpretarea datelor relevante în contexte comunicaționale, pentru fundamentarea deciziilor strategice;
- CG 2. Conceperea și realizarea produselor de comunicare integrate (text, imagine, multimedia) în funcție de obiectivele instituționale sau comerciale;
- CG 3. Evaluarea impactului campaniilor de comunicare și interpretarea feedback-ului provenit din partea publicurilor-țintă;
- CG 4. Utilizarea eficientă a instrumentelor digitale în procesul de creare, diseminare și monitorizare a conținuturilor de PR și publicitate;
- CG 5. Gestionarea proceselor de comunicare în echipe interdisciplinare pentru atingerea obiectivelor de imagine și reputație;
- CG 6. Analiza tendințelor din domeniul media și comunicare în scopul adaptării strategiilor organizaționale;
- CG 7. Promovarea standardelor de etică profesională în toate formele de comunicare publică.

Competențe profesionale (CP):

- CP 1. Realizarea diagnozei de imagine și comunicare în organizații publice, private sau non-profit;
- CP 2. Elaborarea strategiilor de comunicare instituțională și a planurilor de relații publice;
- CP 3. Aplicarea metodelor de cercetare în relațiile publice pentru analiza percepțiilor publicurilor;
- CP 4. Conceperea și gestionarea programelor de comunicare internă și externă;
- CP 5. Identificarea riscurilor de imagine și formularea de soluții pentru comunicarea de criză;

- CP 6. Analiza pieței și a comportamentului consumatorului în vederea definirii publicurilor-țintă;
- CP 7. Crearea și coordonarea campaniilor de publicitate multicanal;
- CP 8. Dezvoltarea conținuturilor creative pentru branding și rebranding;
- CP 9. Promovarea produselor, serviciilor sau inițiativelor prin strategii persuasive adaptate canalelor media;
- CP 10. Monitorizarea impactului campaniilor de PR și publicitate și ajustarea mesajelor în funcție de rezultate.

1.3.2. Rezultatele scontate

Rezultatele scontate ale studierii în cadrul programului de master *Relații publice și publicitate* se referă la competențele pe care absolventul le va deține la finalizarea studiilor, fiind capabil să:

- evalueze critic datele și informațiile din domeniul jurnalismului și comunicării, pentru a înțelege procesele, tendințele și perspectivele din sfera profesională;
- realizeze cercetări, studii și expertize în domeniul mediatic-comunicațional și derivatele acestuia cu scopul de a evalua profilul unei entități publice sau private și de a emite unele recomandări;
- proiecteze activități și să elaboreze produse din domeniul mediatic și cel comunicațional;
- aplice cadrul legislativ, normativ și deontologic în domeniu;
- demonstreze abilități de expertiză în raportarea comparată sau evolutivă a unor fenomene mediatico-comunicaționale specifice;
- evalueze atitudinea publicului privind produsele jurnalistice și de comunicare publică, pentru a estima impactul și efectele asupra consumatorului;
- utilizeze eficient programe de software specifice noilor media, cu scopul eficientizării procesului de lucru;
- monitorizeze impactul și efectele conținuturilor în spațiul mediatic-comunicațional real și în cel virtual;
- examineze și să evalueze piața informațională, cu scopul de a stabili potențialele avantaje, dar și factorii de risc;
- aprecieze activitatea instituțiilor media tradiționale și a noilor media, prin prisma respectării cadrului legislativ și normativ în domeniu;
- dezvolte propriile strategii de gestionare a instituțiilor, subdiviziunilor media, aplicând practici internaționale;
- identifice propriile tehnici de promovare a unei instituții media, cu scopul de a asigura vizibilitatea și de a obține încrederea publicului;

- colecteze și să examineze informații privind subiectele de interes public, utilizând bazele de date oficiale care oferă informații structurate și triate;
- aprecieze calitatea produsului media prin prisma cadrului legislativ și normativ în domeniu, aprobate la nivel național și internațional;
- întreprindă acțiunile necesare pentru crearea conținuturilor media integrate;
- identifice formatul potrivit mediului de informare, adaptând materialele la specificul canalelor multimedia;
- utilizeze eficient instrumente digitale în procesul de distribuire a conținuturilor media integrate, aplicând softuri speciale cu scopul de a spori audiența;
- întreprindă acțiunile necesare, având drept scop interpretarea multiaspectuală a evenimentelor și generarea de soluții în situații de criză;
- stabilească tehnici interdisciplinare cu aplicabilitate înaltă în vederea explicării fenomenelor media;
- utilizeze programe specifice în scopul redării grafice a unui conținut informațional complex;
- analizeze procesul de comunicare, fluxurile și mediile de comunicare internă și externă;
- dezvolte strategii de comunicare instituțională bazate pe expertiză și inovare;
- elaboreze direcții de comunicare cu publicul, pentru a construi o relație solidă și sănătoasă cu mediul extern;
- identifice procedurile de interacțiune eficientă cu mass-media și cu alte entități;
- realizeze acțiuni și evenimente speciale în domeniul comunicării, cu scopul de a lansa sau promova anumite servicii, produse sau campanii;
- elaboreze activități și produse de PR;
- evalueze situația actuală în domeniul de activitate, cercetând și diagnosticând probleme de comunicare;
- selecteze strategia relevantă în vederea realizării procesului de consultanță;
- aplice tehnici de mediere în interiorul instituției și între instituție și entitățile din mediul extern;
- realizeze produse publicitare pentru a promova anumite produse, servicii, instituții;
- proiecteze, planifice și să desfășoare campanii de publicitate și de branding/rebranding, cu scopul de a crește notorietatea și recunoașterea brandului;
- elaboreze expertize în baza datelor colectate și analizate, cu scopul de a identifica noile paradigme de construire a brandului;
- integreze activitățile comunicaționale și de publicitate în mixul comunicațional;
- distribuie și să profileze recomandări în vederea îmbunătățirii activităților și produselor de comunicare, PR și publicitate.

1.3.3. Structura programului și credite ECTS

Programul de master *Relații publice și publicitate* are o durată de doi ani (patru semestre) în forma studii cu frecvență și de trei ani (cinci semestre) în forma studii la distanță, totalizând ***120 de credite ECTS***, distribuite conform planului de învățământ astfel:

- ***Discipline de studiu – 72 ECTS***, repartizate între cursuri obligatorii și opționale, care susțin formarea teoretică și dezvoltarea expertizei aplicative;
- ***Proiecte semestriale – 6 ECTS*** pentru fiecare proiect individual, contribuind la aplicarea cunoștințelor dobândite în cadrul disciplinelor și la dezvoltarea abilităților profesionale;
- ***Practica de specialitate – 12 ECTS***, reflectând importanța integrării în medii profesionale și aplicarea competențelor în contexte reale;
- ***Practica de cercetare – 6 ECTS***, dedicată formării competențelor de cercetare științifică necesare elaborării tezei;
- ***Teza de master – 24 ECTS***, alocate activității de cercetare, redactare și susținere a lucrării finale, cu accent pe profesionalizare și contribuție originală în domeniu.

II. GLOSAR

Glosarul de față definește conceptele esențiale utilizate în cadrul programului de master *Relații publice și publicitate,* în conformitate cu reglementările Universității de Stat din Moldova și cu uzanțele academice din domeniul comunicării.

Tabelul 1. Definirea conceptelor-cheie din ghidul metodologic

Termen	Definiție/Explicație
Abstract	Rezumat concis al unei lucrări, care include scopul, metodologia, rezultatele și concluziile, redactat în română și engleză.
Anexă	Material suport (grafic, vizual, statistic etc.) care sprijină argumentația unei lucrări academice.
Aptitudine	Capacitatea de a aplica cunoștințe și metode în rezolvarea sarcinilor sau problemelor, fie prin gândire, fie prin acțiune practică.
Bibliografie	Listă de surse utilizate și citate în lucrare, întocmită conform normelor academice de referințiere.
Cadrul Național al Calificărilor (CNC)	Sistem de clasificare a calificărilor din învățământul superior, bazat pe niveluri de învățare, competențe, cunoștințe și abilități.
Calificare	Rezultat al unui proces de evaluare care confirmă dobândirea unor competențe definite într-un standard.
Competențe	Combinarea demonstrabilă a cunoștințelor, abilităților și atitudinilor necesare îndeplinirii unor sarcini într-un domeniu specific.
Competențe generale	Abilități transferabile aplicabile în contexte largi profesionale și sociale.
Competențe profesionale	Capacități specifice domeniului relațiilor publice și publicității, care reflectă expertiza de specialitate.
Competențe transversale	Aptitudini valabile în diverse domenii și situații profesionale (ex.: gândire critică, autonomie, etică).
Conducător de practică	Persoană din cadrul universității desemnată să planifice, organizeze și să monitorizeze desfășurarea stagiului de practică.

Termen	Definiție/Explicație
Conducător științific	Cadru didactic desemnat să coordoneze activitatea de cercetare a masterandului în cadrul tezei sau al proiectelor.
Contract privind stagiile de practică	Document semnat între universitate, unitatea de practică și stagiar, care reglementează obligațiile părților.
Convenție-cadru de parteneriat	Acord de durată (1–5 ani) între universitate și unitatea-bază, stabilind colaborarea privind practica profesională.
Credit de studii	Unitate de măsură care exprimă volumul de studii, bazat pe rezultatele învățării definite, și volumul de muncă asociat acestora (30 de ore de activitate).
Credite ECTS	Sistem de credite conceput pentru a facilita transferul de credite academice între instituțiile de învățământ superior la nivel european, reflectând volumul de muncă al studentului.
Declarație privind asumarea răspunderii	Document prin care masterandul își asumă, prin semnătură, responsabilitatea pentru originalitatea tezei, garantând că aceasta este rezultatul propriei activități și nu conține plagiat sau preluări neautorizate.
Fișă de evaluare	Instrument standardizat pentru aprecierea performanței masterandului în activități precum practica sau susținerea lucrării.
Formare profesională	Proces educațional ce conduce la obținerea unei calificări certificate.
Mentor de practică	Reprezentant al instituției-gazdă, responsabil de supravegherea activității stagiarului și de atingerea competențelor planificate.
Organizatorul de practică	Universitatea, prin intermediul departamentului academic, responsabilă de organizarea generală a stagiilor.
Portofoliu de practică	Dosar individual ce conține documente justificative, reflecții și produse ale activității desfășurate în cadrul stagiului.
Practica de cercetare	Activitate curriculară axată pe dezvoltarea competențelor de cercetare științifică, ca etapă pregătitoare pentru teza de master.
Practica de specialitate	Activitate obligatorie, desfășurată în afara universității, care presupune aplicarea competențelor profesionale într-un mediu organizațional.

Termen	Definiție/Explicație
Proiect semestrial / Proiect profesional semestrial	Lucrare aplicativă realizată individual sau în echipă, corelată cu disciplinele studiate, având ca scop consolidarea cunoștințelor teoretice și aplicarea lor în contexte reale.
Redactare științifică	Proces de elaborare a unui text academic cu respectarea normelor de coerență, obiectivitate, stil formal și citare corectă.
Rezultate ale învățării	Declarații privind ceea ce o persoană cunoaște, înțelege și este capabilă să facă la finalul unei etape educaționale.
Stagiar	Masterand aflat în proces de formare prin activități practice desfășurate în cadrul unui stagiu.
Stagiu de practică	Parte integrantă a procesului de formare, prin care masterandul își aplică și testează cunoștințele teoretice în contexte profesionale.
Standard de competență	Document de referință care descrie competențele și activitățile asociate unei ocupații sau funcții.
Susținere publică	Prezentarea orală și evaluarea tezei de master în fața unei comisii academice.
Teză de master	Lucrare individuală de cercetare sau creație aplicativă, elaborată și susținută în ultimul semestru al programului, care reflectă capacitatea de analiză, sinteză și contribuție științifică.
Unitatea-bază de practică	Organizație (publică sau privată) cu care universitatea are încheiat un parteneriat pentru desfășurarea stagiilor.

III. PROIECTE SEMESTRIALE

Proiectele semestriale reprezintă o componentă obligatorie a programului de master, ciclul II, din cadrul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova. Acestea sunt concepute pentru a le oferi masteranzilor posibilitatea de a aplica cunoștințele și competențele dobândite în contexte practice – reale sau simulate – relevante pentru domeniul relațiilor publice și publicității.

Fiecare proiect este estimat cu 6 credite ECTS, conform planului de învățământ, și este integrat în cadrul disciplinelor de specialitate, precum *Campanie de PR (Proiect profesional/Creație I)* și *Campanie publicitară (Proiect profesional/Creație II)*.

Proiectele semestriale sunt tratate ca unități distincte în structura programului și sunt evaluate individual, cu o notă. Ele contribuie la dezvoltarea capacității de cercetare aplicată, la identificarea unor problematici relevante în domeniu și la formularea de soluții și propuneri adaptate practicii profesionale.

3.1. Scopul și rolul proiectelor semestriale

Scopul proiectelor semestriale este de a sprijini dezvoltarea capacității de cercetare și de a demonstra competențe aplicate în domeniul de specialitate. Aceste activități contribuie la consolidarea gândirii critice, a capacității de analiză și a abilităților de luare a deciziilor, oferind masteranzilor posibilitatea de a explora aspecte complexe din cadrul programului de studii. Tematicile abordate reflectă fenomene și tendințe actuale din comunicare, relații publice, publicitate, managementul brandului, produse media integrate, campanii sociale și advocacy.

3.1.1. Proiectul Campanie de PR (Proiect profesional / Creație I – Semestrul I)

Scopul acestui proiect profesional este de a oferi masterandului oportunitatea de a integra cunoștințele teoretice din domeniul relațiilor publice într-un demers aplicativ coerent, orientat spre elaborarea unei campanii de PR cu finalitate concretă. Proiectul urmărește dezvoltarea la studenți a competențelor de analiză strategică, planificare, formulare a obiectivelor, de concepere a mesajelor specifice comunicării instituționale, dar și lucrului în echipă.

Rolul proiectului este predominant formativ și orientat spre aplicabilitate profesională. Prin realizarea acestuia masterandul:

- își dezvoltă capacitatea de a identifica o problemă reală de comunicare în contexte instituționale, organizaționale sau comunitare;

- exersează abilitatea de a construi o campanie de PR fundamentată pe o diagnoză comunicațională riguroasă și pe obiective măsurabile (SMART);
- aplică concepte, modele și tehnici specifice relațiilor publice într-un mod contextualizat și eficient;
- își antrenează gândirea strategică, competențele de planificare și capacitatea de a produce conținut adaptat diverselor categorii de public;
- valorifică experiențele dobândite în cadrul stagiilor de practică sau al activităților de cercetare individuală.

3.1.2. Proiectul Campanie publicitară (Proiect profesional / Creație II – Semestrul II)

Proiectul profesional din semestrul al II-lea are ca scop evaluarea capacității masterandului de a concepe și justifica o campanie publicitară complexă, integrată într-un plan de comunicare coerent, adaptat unui brand, produs sau instituție. Lucrarea solicită o viziune creativă susținută de o structură strategică riguroasă, presupunând alegerea adecvată a canalelor media, elaborarea mesajelor și ajustarea acestora în funcție de profilul publicului-țintă.

Rolul proiectului este de natură aplicativ-creativă, vizând:

- Formarea unei gândiri strategice orientate spre soluții de comunicare persuasivă și eficientă;
- Exersarea abilităților de creație publicitară în format multiplatform (print, digital, audio-video etc.);
- Aprofundarea etapelor procesului publicitar – de la briefing și analiză de piață până la poziționare, formularea obiectivelor SMART, execuție și evaluare;
- Valorificarea competențelor dezvoltate în domenii conexe, precum branding, copywriting, design vizual, media planning, storytelling narativ și vizual;
- Simularea unui context profesional autentic de tip agenție/client, cu livrabile reale și argumentație strategică.

3.2. Tipologia proiectelor semestriale

Proiectele semestriale, integrate în structura programului de studii de masterat, se împart în două categorii principale. Fiecare categorie are obiective și abordări proprii, fiind concepută pentru a contribui la dezvoltarea unui set complementar de competențe profesionale și aplicative.

3.2.1. Lucrări de sinteză (Proiect de cercetare)

Acest tip de proiect semestrial integrează elemente de cercetare științifico-aplicativă și are ca scop principal demonstrarea cunoștințelor aprofundate în domeniul mediatic-comunicațional, precum și validarea competențelor de cercetare dezvoltate în cadrul programului de master. Lucrările de sinteză se bazează pe studii teoretice și investigații metodologice riguroase, vizând analiza unor fenomene, procese sau practici din sfera comunicării, inclusiv a produselor media sau a comportamentului publicului.

Caracteristici definitorii:

- Fundamentare teoretică – lucrarea se bazează pe o revizuire critică a literaturii de specialitate și pe utilizarea coerentă a conceptelor și modelelor teoretice;
- Investigație empirică – componenta aplicativă se sprijină pe date colectate din surse deschise sau prin metode proprii (interviuri, chestionare etc.), analizate cantitativ și/sau calitativ;
- Analiză și interpretare – accentul este pus pe procesul de analiză a datelor și interpretarea acestora în raport cu ipotezele sau întrebările de cercetare formulate;
- Contribuție la cunoaștere – proiectul urmărește validarea unor ipoteze, identificarea de tendințe sau formularea unor concluzii relevante pentru domeniul comunicării.

3.2.2. Lucrări de creație (Proiect profesional)

Acest tip de proiect semestrial integrează, de asemenea, elemente de cercetare științifico-aplicativă, având ca obiectiv demonstrarea cunoștințelor, competențelor și abilităților de concepție și producție în domeniul relațiilor publice și publicității. Masteranzii se concentrează pe descrierea, analiza și interpretarea proceselor de planificare și realizare a unor produse comunicaționale complexe, cu o componentă aplicativă pronunțată.

Caracteristici definitorii:

- Orientare practică – vizează dezvoltarea unui produs sau a unei soluții concrete (ex.: materiale promoționale, campanii publicitare, site-uri, podcasturi, emisiuni, produse multimedia etc.);
- Componentă creativă – presupune un proces de design și execuție, cu accent pe originalitate, adaptabilitate și pe expresivitate comunicațională;
- Justificare strategică – fiecare decizie de creație este argumentată prin analiza contextului, a obiectivelor și a publicului-țintă;
- Relevanță profesională – rezultatul final reflectă aplicabilitate directă, simulând situații reale de lucru, precum în cazul proiectului Campanie publicitară (Proiect profesional / Creație II).

Ambele categorii de proiecte semestriale contribuie la formarea unui profil profesional complex, pregătind masterandul atât pentru activități de cercetare, cât și pentru implicare directă în procese de creație și implementare în domeniul comunicării.

Proiectele profesionale realizate în semestrele I și II sunt fundamentate pe principii de rigoare academică și profesională și pot fi structurate în funcție de două abordări complementare, care le conferă relevanță în contextul științelor comunicării:

- Metodologii științifice de cercetare – proiecte construite pe baza unor metode riguroase de investigare, având ca scop analiza, diagnosticarea și formularea de soluții argumentate pentru fenomene comunicaționale relevante;
- Strategii și practici de creație profesională – proiecte axate pe aplicarea unor tehnici specifice producției media, publicității și comunicării vizuale. Acestea presupun elaborarea unor produse finale care reflectă stăpânirea etapelor de preproducție, producție și postproducție într-un cadru profesional autentic.

Această abordare dublă oferă masteranzilor oportunitatea de a-și dezvolta atât gândirea analitică, cât și competențele aplicative, pregătindu-i pentru o diversitate de roluri în industriile comunicării și media.

3.3. Alegerea temei și stabilirea obiectivelor în proiectul semestrial

3.3.1. Alegerea temei pentru proiectul semestrial

Alegerea temei reprezintă un moment decisiv în procesul de elaborare a proiectului semestrial, influențând structura, profunzimea și relevanța rezultatelor obținute. Tematica proiectelor este stabilită, de regulă, de titularul disciplinei aferente (ex.: *Campanie de PR, Campanie publicitară*) și este comunicată masteranzilor la începutul semestrului. Această abordare asigură coerența dintre temă, obiectivele curriculare ale programului *Relații publice și publicitate* și cerințele actuale ale pieței muncii.

Masterandul are responsabilitatea de a selecta o temă din lista propusă sau de a propune o temă proprie, cu acordul conducătorului științific și al titularului de curs. Tema aleasă trebuie să reflecte interesele academice sau profesionale ale studentului, nivelul de pregătire atins și relevanța pentru domeniul relațiilor publice și publicității.

Indiferent de modul de selecție, tema trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- să fie clar delimitată – să permită o abordare aprofundată, adecvată volumului și duratei unui proiect semestrial;
- să fie actuală și relevantă – să abordeze o problematică sau o oportunitate specifică din domeniul comunicării, PR sau publicității;

- să fie fezabilă – să poată fi realizată în termenul și cu resursele disponibile, în funcție de tipul de proiect (cercetare sau creație).

Consultarea cu conducătorul științific este obligatorie, pentru a asigura alinierea temei la cerințele academice și la potențialul de dezvoltare a acesteia într-un cadru coerent și aplicabil.

3.3.2. Stabilirea obiectivelor și a publicului-țintă

După alegerea temei, definirea clară a obiectivelor și a publicului-țintă reprezintă etape fundamentale în structurarea unui proiect semestrial, indiferent de natura sa (de cercetare sau de creație). Aceste elemente oferă direcție demersului academic și constituie repere esențiale în procesul de evaluare.

Stabilirea obiectivelor

Obiectivele trebuie formulate conform principiului ***SMART***, astfel încât să reflecte coerența, fezabilitatea și finalitatea proiectului:

- ***Specifice (S)*** – să definească în mod clar ceea ce se dorește a fi atins;
- ***Măsurabile (M)*** – să permită evaluarea progresului și a rezultatelor;
- ***Accesibile (A)*** – să fie realizabile în contextul resurselor și al timpului disponibil;
- ***Relevante (R)*** – să fie în acord cu tema, problema cercetată și cu scopul general al proiectului;
- ***Încadrate în timp (T)*** – să includă un orizont temporal clar pentru atingerea rezultatelor.

În funcție de tipologia proiectului, obiectivele pot fi diferențiate astfel:

- Pentru proiectele de cercetare – obiectivele vizează clarificarea unei probleme, explorarea unui fenomen, testarea unei ipoteze sau analiza unor date relevante.
    - *Exemple: identificarea factorilor determinanți ai X, analiza impactului Y, compararea strategiilor Z.*

- Pentru proiectele de creație – obiectivele se orientează către produse sau acțiuni concrete și urmăresc impactul lor practic.
    - *Exemple: creșterea notorietății brandului X cu un procent determinat, îmbunătățirea imaginii instituției Y, elaborarea unei campanii de comunicare Z.*

Definirea publicului-țintă

Identificarea și caracterizarea publicului-țintă este un demers esențial în proiectele de creație (campanii de PR, publicitate), dar și relevant în proiectele de cercetare care implică analiza percepțiilor, atitudinilor sau comportamentelor. Acest proces presupune:

- Segmentare – delimitarea categoriilor de public relevante în funcție de criterii demografice, psihografice sau comportamentale;
- Analiza caracteristicilor și nevoilor – înțelegerea profundă a profilului publicului pentru formularea unor mesaje și strategii adecvate;
- Justificare – argumentarea alegerii publicului-țintă în raport cu scopul și obiectivele proiectului.

O definire riguroasă a obiectivelor și a publicului-țintă asigură coerența proiectului, orientează activitățile de documentare, cercetare sau creație și contribuie la relevanța rezultatelor obținute.

3.4. Etapele elaborării unui proiect semestrial

Procesul de elaborare a proiectelor semestriale este organizat în trei etape distincte, fiecare cu un set specific de activități, menite să ghideze masterandul de la concepție până la finalizare și prezentarea publică a lucrării.

3.4.1. Proiectarea

Această etapă inițială, desfășurată la începutul semestrului, presupune o colaborare activă între masterand și conducătorul științific. Scopul este stabilirea cadrului general de lucru și a direcțiilor metodologice ale proiectului. Activitățile-cheie includ:

- Stabilirea programului general de desfășurare a proiectului;
- Definirea etapelor și acțiunilor specifice pe care masterandul urmează să le parcurgă;
- Planificarea detaliată a activităților necesare elaborării lucrării;
- Stabilirea orarului de consultații cu conducătorul științific;
- Elaborarea unui plan provizoriu al lucrării;
- Formularea obiectivelor de lucru;
- Structurarea preliminară a cercetării.

3.4.2. Elaborarea

Această etapă este divizată în trei subetape: documentarea științifică, realizarea propriu-zisă a lucrării și depunerea acesteia.

- Documentarea științifică – presupune acumularea și selecția informațiilor relevante pentru tema aleasă. Masterandul consultă surse actuale (cărți, articole, publicații, resurse online) și, împreună cu conducătorul științific, structurează baza teoretico-metodologică a lucrării.

- Realizarea conținutului – implică elaborarea propriu-zisă a proiectului, prin:

- Definirea aparatului categorial și a noțiunilor de lucru;
- Elaborarea metodologiei de cercetare;
- Redactarea părții teoretice (de regulă, primul capitol);
- Colectarea datelor empirice sau realizarea materialului aplicativ;
- Analiza, interpretarea și sintetizarea datelor;
- Elaborarea studiului de caz sau a produsului creativ;
- Redactarea părții aplicative (de regulă, ultimul capitol);
- Formularea concluziilor și propunerea recomandărilor;
- Revizuirea și redactarea finală a lucrării, conform cerințelor ghidului.

- Depunerea lucrării – Proiectul profesional este predat la Departamentul Comunicare și Teoria Informării cu cel puțin trei zile lucrătoare înainte de data susținerii publice. Se predă într-un singur exemplar, în format letric (spiralat). Evaluarea lucrării este realizată de conducătorul științific.

3.4.3. Susținerea publică

Susținerea publică are loc la finalul semestrelor I și II pentru studenții cu forma de studii cu frecvență, respectiv la finalul semestrelor II și III pentru cei cu forma de studii cu frecvență redusă. Evenimentul are loc în prezența colegilor de grupă și a altor cadre didactice din domeniu și se desfășoară în trei etape:

- Prezentarea proiectului – Masterandul are la dispoziție 10–15 minute pentru a expune tema, actualitatea acesteia, scopul și obiectivele, cadrul teoretic și metodologic, rezultatele obținute, contribuția personală și concluziile, menționând eventualele dificultăți întâmpinate și soluțiile aplicate.
- Sesiunea de întrebări și răspunsuri – Participanții, inclusiv profesorii și colegii, formulează întrebări, iar masterandul oferă răspunsuri argumentate, demonstrând stăpânirea temei și a metodologiei utilizate. Pot fi oferite și sugestii de îmbunătățire a lucrării.
- Anunțarea notei – Evaluarea finală se bazează pe calitatea lucrării, coerența prezentării și pe claritatea răspunsurilor oferite. Nota este comunicată public imediat după finalizarea susținerii.

Calendarul activităților masteranzilor în cadrul proiectelor semestriale este disponibil în Anexa 5.

3.5. Structura și conținutul proiectelor semestriale

Pentru a asigura un demers coerent, rigurozitate academică și lizibilitate, proiectele semestriale trebuie să respecte o structură standard care include elemente formale și conținut specifice. Această schemă oferă un ghid logic pentru organizarea ideilor și rezultatelor. Parametrii cantitativi orientativi pentru fiecare tip de proiect sunt specificați în Tabelul 2.

Tabelul 2. Parametrii cantitativi orientativi pentru proiectele profesionale semestriale

Nr. d/o	***Elemente constitutive***	***Volum orientativ***
Partea preliminară		
1.	Foaia de titlu	1 pagină
2.	Cuprins	1 pagină
3.	Lista abrevierilor (opțional)	1 pagină
4.	Lista figurilor și tabelelor (opțional)	1 pagină
Partea principală		
5.	Introducere	2-3 pagini
6.	Text de bază (2-3 paragrafe)	15-20 de pagini
7.	Concluzii și recomandări	2-3 pagini
Partea complementară		
8.	Bibliografie	15-20 de surse
9.	Anexe (opțional)	cel mult 1/3 din volumul textului
10.	Declarația privind asumarea răspunderii	1 pagină
	Total pagini	30-35 de pagini

Conform cerințelor curriculare și metodologice, un proiect de semestru include următoarele elemente structurale și de conținut:

1. Partea preliminară

- ***Foaia de titlu*** (coperta): pagina inițială în care sunt indicate denumirea instituției, facultății, programului de studii, titlul proiectului, numele masterandului și al conducătorului științific, precum și anul elaborării.
- ***Abrevieri*** (dacă este cazul): listă explicativă a acronimelor și prescurtărilor folosite, pentru claritate.
- ***Cuprins*** (Tabel de materii): structură detaliată a secțiunilor și subsecțiunilor, cu paginile aferente.

2. Partea principală

- ***Introducerea*** (2–3 pagini):
  - contextualizarea temei (relevanță, actualitate);
  - definirea problemei sau a nevoii abordate;
  - enunțarea scopului și a obiectivelor specifice;
  - prezentarea schematizată a structurii lucrării.
- ***Textul de bază*** (15–20 de pagini) – partea centrală, structurată în 2–3 capitole/secțiuni, în funcție de tipul proiectului:
  - Pentru proiecte de cercetare: conține fundamentare teoretică, descrierea metodologiei, prezentarea și analiza datelor, precum și interpretarea rezultatelor.
  - Pentru proiecte de creație (proiect profesional): include fundamentarea conceptuală și strategică, descrierea etapelor de creație, prezentarea produselor realizate (vizual/promoționale) și justificarea deciziilor creative și operaționale.
- ***Concluzii și recomandări*** (2–3 pagini):
  - rezumat succint al principalelor concluzii, direct legate de obiective;
  - recomandări practice, bine argumentate, care derivă din rezultatele proiectului și indică direcții viitoare.

3. Partea complementară

- ***Bibliografie*** (10–20 de surse): listă completă a materialelor utilizate – cărți, articole, rapoarte, resurse online etc. Se recomandă 15–20 de surse pentru semestrul I și 10–15 pentru semestrul II. Se organizează alfabetic și poate fi structurată după limbă.
- ***Anexe*** (dacă este cazul): materiale suport (instrumente de cercetare, transcrieri, imagini, materiale promoționale etc.) care nu sunt esențiale pentru înțelegerea textului principal. Volumul anexelor nu ar trebui să depășească 1/3 din textul principal.
- ***Declarația privind asumarea răspunderii***: document semnat de masterand, prin care se confirmă că lucrarea este originală și respectă normele de etică academică.

Respectarea acestei structuri asigură transparență, rigoare și conformitate cu standardele academice și cu cerințele programului de masterat. La dorință, pot converti această schemă într-un format tabelar sau într-un ghid ilustrativ gata de integrare.

Modelul foii de titlu pentru proiectul semestrial este disponibil în Anexa 7.

Modelul de redactare a cuprinsului pentru proiectul semestrial este disponibil în Anexa 9.

3.6. Evaluarea proiectelor semestriale

Evaluarea proiectelor semestriale are ca scop aprecierea capacității masteranzilor de a integra cunoștințele teoretice și abilitățile practice într-un produs profesional sau creativ relevant pentru domeniul relațiilor publice și publicității.

Proiectele pot avea formă de campanie publicitară, produs media, plan strategic sau cercetare aplicată, în funcție de tema propusă. Acestea sunt realizate în echipă sau individual, sub îndrumarea profesorilor coordonatori. Nota finală este rezultatul evaluărilor continue (atestări, feedback intermediar) și al aprecierii produsului final.

Criterii de evaluare:

- Claritatea și relevanța obiectivelor;
- Coerența și fundamentarea teoretică;
- Creativitatea soluțiilor propuse;
- Calitatea implementării (plan, execuție, vizual/tehnic);
- Capacitatea de analiză și reflecție critică;
- Respectarea cerințelor de formă și conținut.

3.7. Susținerea proiectelor semestriale

Susținerea proiectului semestrial este o etapă obligatorie în cadrul procesului de evaluare, organizată în sesiunea stabilită prin orarul academic.

Fiecare student sau echipă va prezenta produsul realizat în fața titularului unității de curs și/sau a comisiei de evaluare, utilizând suporturi vizuale (prezentări, video, machete etc.) și argumentând alegerile strategice și creative.

Se urmăresc:

- Coerența și structura discursului;
- Capacitatea de argumentare și răspuns la întrebări;
- Relevanța conținutului și corelarea cu cerințele tematice inițiale;
- Impresia generală asupra profesionalismului prezentării.

IV. TEZA DE MASTER

4.1. Scopul și obiectivele tezei de master

Teza de master reprezintă lucrarea finală de sinteză și validare a competențelor academice, metodologice și profesionale dobândite pe parcursul ciclului II de studii superioare. Aceasta reflectă nivelul de maturitate intelectuală, autonomia profesională și responsabilitatea academică a masterandului și reprezintă o condiție de absolvire pentru obținerea diplomei de master în *Științe ale comunicării*, la programul *Relații publice și publicitate.*

Demersul academic finalizează formarea desfășurată pe durata celor patru semestre de studii cu frecvență sau a celor cinci semestre în regim la distanță și poate servi, totodată, ca instrument de integrare profesională. Teza poate fi concepută ca un portofoliu de creație sau de cercetare aplicată, util în instituții, agenții, organizații non-guvernamentale sau proiecte antreprenoriale din domeniul științelor comunicării. Susținerea publică marchează finalizarea oficială a studiilor de masterat și oferă o ocazie de evaluare a competențelor dobândite – capacități de cercetare, strategie și producție de conținut.

Rolul tezei de master în parcursul academic și profesional:

Elaborarea tezei solicită masterandului să dovedească:

- Formularea problemei de cercetare – identificarea și conturarea unei problematici relevante referitoare la relațiile publice, publicitate, comunicare media sau strategie;
- Aplicarea cunoștințelor și metodelor – utilizarea adecvată a teoriilor, conceptelor și metodelor avansate în investigarea subiectului;
- Coerență și originalitate – redactarea unei lucrări bine argumentate, documentate, cu o abordare metodologică clară și cu un aport de originalitate.

Teza trebuie, de asemenea, să reflecte:

- un nivel ridicat de cunoștințe teoretice și o lectură critică a literaturii de specialitate;
- stăpânirea metodologiei de cercetare (calitativă, cantitativă sau mixtă);
- capacitatea de integrare a aplicațiilor practice și de transpunere a acestora într-un demers profesionist în domeniu.

Obiectivele tezei derivă din structurile generale ale Descriptorilor Dublin pentru nivelul II în Spațiul European al Învățământului Superior. Acestea sunt integrate în competențele generale și specifice ale programului *Relații publice și publicitate* al USM.

La finalul programului, teza permite evaluarea abilitaților masterandului de a demonstra:

- Cunoștințe aprofundate – înțelegerea critică a teoriilor și paradigmelor relevante;

- Aplicare în contexte noi – utilizarea cunoștințelor în medii interdisciplinare sau incerte, implicând sinteză, decizie și inițiativă;
- Gândire integrativă și etică – integrarea cunoștințelor și formularea judecăților în condiții de date incomplete, considerând implicațiile sociale și etice;
- Comunicare argumentată – claritate în prezentarea concluziilor, metodelor și raționamentelor, adaptate atât specialiștilor, cât și audienței generale;
- Autonomie și conducere – inițierea și coordonarea unui demers de cercetare sau aplicativ, cu angajament pentru dezvoltare continuă.

Din perspectiva formativă, elaborarea tezei urmărește:

- dezvoltarea gândirii analitice și reflexive asupra fenomenelor de comunicare contemporană;
- însușirea etapelor și rigorilor cercetării științifice sau a designului aplicativ în domeniul relațiilor publice și publicității;
- dobândirea abilității de susținere a unor argumentări complexe, organizare logică a lucrării și documentare etică a ideilor.

Totodată, teza oferă masterandului oportunitatea să valorifice interesele personale și experiențele practice, prin alegerea unui subiect care îl reprezintă profesional și intelectual, contribuind astfel la o specializare autentică.

4.2. Drepturile și obligațiile masterandului privind elaborarea tezei

Responsabilitățile masterandului în relația cu conducătorul științific sunt esențiale pentru buna desfășurare a procesului de elaborare a tezei și includ:

- ***Inițierea colaborării:*** exprimarea clară a intenției de a lucra sub îndrumarea profesorului ales și stabilirea primului contact.
- ***Asumarea planului de lucru:*** acceptarea și respectarea unui plan de lucru etapizat, agreat împreună cu conducătorul.
- ***Respectarea programului:*** participarea la consultații conform programului stabilit de comun acord.
- ***Prezentarea progresului:*** predarea periodică a rezultatelor intermediare și a secțiunilor redactate, în conformitate cu graficul convenit.
- ***Receptivitatea la feedback:*** analizarea critică și integrarea recomandărilor primite, acolo unde este relevant.
- ***Asumarea responsabilității:*** asumarea integrală a răspunderii academice, etice și intelectuale pentru conținutul tezei.

Masterandul trebuie să manifeste inițiativă, perseverență și responsabilitate profesională în colaborarea cu conducătorul științific, evitând întârzierile nejustificate, lipsa de comunicare sau o dependență pasivă de sugestii. Relația trebuie să fie construită pe respect reciproc, transparență și încredere, având ca scop finalizarea unei lucrări conforme cu standardele academice ale programului de master.

4.3. Atribuțiile și responsabilitățile conducătorului științific

Conducătorul de teză este cadru didactic titular sau asociat în cadrul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a USM, care deține titlul științific de doctor sau de doctor habilitat și/sau titlul științifico-didactic de conferențiar universitar ori de profesor universitar, având o competență recunoscută în domeniul temei propuse.

Atribuțiile principale ale conducătorului sunt:

- ***Consiliere inițială:*** consultarea masterandului în alegerea temei și definirea direcției generale de lucru;
- ***Ghidare metodologică:*** sprijin în stabilirea cadrului teoretic și a metodologiei pentru tezele de cercetare sau a designului aplicativ pentru cele de creație;
- ***Planificare și monitorizare:*** elaborarea, împreună cu studentul, a unui grafic de lucru cu termene și livrabile intermediare, plus urmărirea respectării acestuia și evaluarea calității etapelor de redactare;
- ***Feedback periodic:*** organizarea de consultații adaptate ritmului de lucru al masterandului și oferirea de observații constructive;
- ***Implicare în activități științifice:*** încurajarea participării la workshopuri, conferințe, publicații, în funcție de compatibilitatea tematică și de oportunități;
- ***Avizare:*** redactarea unui aviz scris indispensabil pentru admiterea tezei spre susținere publică;
- ***Alte responsabilități:*** îndeplinirea altor sarcini prevăzute de regulamentul instituțional privind supervizarea academică.

Este de precizat că rolul conducătorului constă în orientarea metodologică și profesională, fără a impune idei, soluții sau formulări. Studentul își asumă responsabilitatea completă pentru conținutul, argumentația și originalitatea lucrării, iar coordonatorul este menit să susțină autonomia și gândirea critică a acestuia.

Modelul de aviz al conducătorului științific este disponibil în Anexa 17.

4.4. Tipologia tezelor de master la programul *Relații publice și publicitate*

La acest program, tezele de master se împart în două tipuri principale, fiecare cu specific metodologic și formal propriu: teza de cercetare științifică și teza de creație profesională/aplicativă. Alegerea tipologiei se face împreună cu coordonatorul științific, ținându-se cont de interesele masterandului, expertiza sa și relevanța subiectului. Ambele tipuri permit ilustrarea competențelor academice și profesionale dezvoltate pe parcursul studiilor.

4.4.1. Teza de master de cercetare științifică

Aceasta presupune o investigație originală asupra unei problematici teoretice, metodologice sau empirice din comunicare, relații publice sau publicitate. Se urmărește formularea unei întrebări de cercetare clare, construirea unui cadru conceptual și aplicarea unei metodologii adecvate, pentru obținerea unor rezultate relevante și interpretate critic.

Caracteristici definitorii:

- Fundamentare teoretică și critică: revizuire aprofundată a literaturii, contextul problemei și identificarea lacunelor în cunoaștere;
- Formulare clară a cercetării: ipoteze și/sau întrebări precise care ghidează investigația;
- Metodologie riguroasă: aplicarea unor metode calitative (interviuri, focus-grupuri, studii de discurs, studii de caz), cantitative (sondaje, analize statistice, experimente) sau mixte;
- Analiza datelor: prezentare sistematică, interpretare critică și discuție în raport cu ipotezele și literatura de specialitate;
- Contribuție la cunoaștere: identificarea de perspective noi, tendințe sau relații relevante în domeniu;
- Structură recomandată: teorie, metodologie (design, eșantion, instrumente, proceduri), prezentare și comunicare a rezultatelor, discuții și concluzii.

Exemple de subiecte:

- *Impactul inteligenței artificiale asupra strategiilor de PR online în sectorul bancar*
- *Explorarea percepției publice asupra campaniilor de promovare, RSC sau advocacy*
- *Rolul influencerilor în construirea brandului personal: studiu de caz*
- *Eficacitatea comunicării de criză în social media*
- *Evaluarea eficienței canalelor digitale în relațiile publice și comunicarea organizațională*

- *Studierea relației dintre imaginea instituțională și încrederea publicului*
- *Explorarea impactului algoritmilor și platformelor sociale asupra vizibilității mesajelor publicitare*
- *Cercetarea dimensiunii etice a publicității și comunicării comerciale*
- *Cercetarea brandingului personal sau instituțional în spațiul online*
- *Analiza discursivă și semiotică a mesajelor vizuale din spațiul public sau mediatic*

4.4.2. Teza de master de creație profesională/aplicativă

Această lucrare pune accentul pe realizarea unui proiect de comunicare aplicat (strategic, artistic sau media), combinând documentarea teoretică cu producția originală a autorului. Este recomandată masteranzilor orientați spre roluri creative și operaționale în agenții, management de marketing sau media.

Caracteristici definitorii:

- Produs final concret: materiale precum campanii integrate, brandbook, identitate vizuală, spot video, platformă digitală, strategie de social media etc.;
- Structură: include fundamentarea teoretică, descrierea detaliată a procesului de creație, prezentarea produsului și argumentarea soluțiilor. Poate conține studiu de caz sau analiză context;
- Fundamentare analitică: analiza contextului (piață, concurență, public), segmentarea publicului, definirea obiectivelor și a strategiei de comunicare;
- Implementare și evaluare: documentarea pașilor de implementare (reală sau simulată) și prezentarea rezultatelor sau estimărilor, inclusiv evaluarea impactului;
- Soluții orientate spre inovare: aplicarea teoriilor în practică, dezvoltarea unor strategii creative.

Exemple de subiecte:

- *Campanie integrată de PR și publicitate pentru lansarea unui startup tech*
- *Manual de gestionare a crizei pentru instituție publică: studiu de caz și aplicație*
- *Strategie pe TikTok pentru o organizație culturală*
- *Campanie de brand personal pentru un lider de opinie*
- *Crearea unui produs media digital (revistă, podcast, vlog, miniserie etc.) pentru un public specific*
- *Proiectarea unei platforme de promovare pentru antreprenoriat local, industrii creative sau artă urbană*
- *Realizarea unui plan de comunicare internă pentru o organizație sau instituție în proces de transformare*
- *Dezvoltarea unui instrument digital de storytelling participativ, destinat educației media sau sociale*

- *Proiectarea unei campanii de rebranding sau actualizare identitară pentru un actor social (ONG, întreprindere, instituție)*
- *Realizarea unui produs multimedia (ex., minidocumentar) pe o temă de interes public*

Ambele tipuri de teze trebuie să includă un aport de originalitate, argumentație clară și structură logică, respectând aceleași criterii de redactare, etică academică și evaluare.

4.5. Etapele elaborării tezei de master

Procesul de elaborare a tezei de master este complex și structurat, fiind împărțit în mai multe etape succesive. Parcurgerea atentă a acestora contribuie la asigurarea calității, coerenței și originalității lucrării finale. Fiecare etapă presupune activități specifice, desfășurate sub îndrumarea constantă a conducătorului științific.

Etapele principale sunt următoarele:

1. Alegerea temei tezei de master
2. Documentarea teoretică și exploratorie
3. Definirea cadrului conceptual și metodologic
4. Colectarea și prelucrarea datelor (pentru tezele de cercetare)
5. Conceperea și elaborarea componentei aplicative (pentru tezele de creație profesională)
6. Redactarea propriu-zisă a lucrării
7. Revizuirea, predarea și avizarea tezei
8. Susținerea publică a tezei de master

Calendarul de parcurgere a etapelor de realizare a tezei de master este disponibil în Anexa 6.

4.5.1. Alegerea temei tezei de master

Selectarea temei de cercetare științifică sau de creație aplicativă constituie un moment decisiv în inițierea procesului de elaborare a tezei. Tema trebuie să reflecte atât interesele academice și profesionale ale masterandului, cât și specificul programului de studii, fiind relevantă pentru domeniile relațiilor publice, publicității, comunicării strategice și media.

Această alegere presupune o reflecție critică, o documentare riguroasă și o consultare activă cu un conducător științific a cărui expertiză este compatibilă cu subiectul propus. Decizia trebuie să ia în calcul potențialul de cercetare și aplicabilitate al temei, precum și resursele disponibile – informaționale, umane și logistice.

4.5.1.1. Stabilirea tematicii generale

Tematica generală a tezelor de master este stabilită anual de Departamentul Comunicare și Teoria Informării și aprobată de Consiliul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării. Lista temelor este adusă la cunoștința masteranzilor prin afișare la avizierul Departamentului CTI și publicare pe pagina web a Facultății JȘC. Propunerile reflectă domeniile de competență ale cadrelor didactice, direcțiile de cercetare instituțională și tendințele contemporane din sfera comunicării.

4.5.1.2. Selectarea temei individuale de către masterand

Fiecare masterand își selectează individual tema tezei de master la sfârșitul anului I de studii (semestrul II), iar această alegere trebuie finalizată în prima lună a semestrului III. Selecția se face din lista tematicilor aprobate de Departamentul Comunicare și Teoria Informării. Cu acordul prealabil al conducătorului științific, poate fi propusă o temă nouă, dacă este susținută printr-o argumentare coerentă privind relevanța și fezabilitatea sa.

Pentru validare, studentul are obligația de a depune la Departament o cerere scrisă (conform modelului din Anexa 3) ce include:

- titlul provizoriu al tezei;
- numele complet al conducătorului științific;
- motivare succintă a alegerii temei, evidențiind relevanța, interesul personal și aplicabilitatea acesteia.

Dosarele tematice sunt analizate în ședința Departamentului Comunicare și Teoria Informării, iar temele acceptate sunt ulterior supuse aprobării în Consiliul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării. După validare, lista finală a temelor este publicată oficial.

4.5.1.3. Criterii de eligibilitate și acceptare a temei

Pentru a fi aprobată, tema tezei de master trebuie să îndeplinească următoarele criterii legate de calitate academică, relevanță și fezabilitate:

- ***Încadrare tematică:*** sub domeniul științelor comunicării, cu aplicabilitate în relații publice, publicitate, jurnalism, comunicare organizațională, marketing social sau media digitală;
- ***Problematică clară și delimitată:*** tema trebuie să permită formularea unei problematici precise, bine delimitate temporal, spațial și conceptual;
- ***Metodologie adecvată:*** tema trebuie să permită aplicarea unei metode riguroase, adaptate nivelului masteral (calitativă, cantitativă sau mixtă);

- ***Realizabilitate:*** tema trebuie să poată fi finalizată în termenul academic stabilit, conform resurselor disponibile (acces la surse primare, instrumente de analiză, date empirice etc.);
- ***Originalitate și etică:*** tema nu trebuie să reproducă lucrări anterioare ale programului și trebuie să respecte normele de etică academică, fără plagiat;
- ***Aprobare formală:*** tema trebuie validată prin cerere oficială semnată de student și conducător, conform modelului anexat, și aprobată de Departament și de Consiliul facultății.

📌 **NOTĂ:** Este recomandat ca, înainte de alegerea finală, masterandul să efectueze o scurtă revizuire exploratorie a literaturii de specialitate. Această etapă preliminară ajută la evaluarea stadiului actual al cunoștințelor în domeniu și la definirea unui unghi de abordare personal, care să asigure originalitatea și relevanța cercetării.

4.5.1.4. Schimbarea temei de cercetare

Modificarea temei tezei este permisă o singură dată, doar în cazuri temeinic justificate și cu cel puțin trei luni înainte de termenul limită pentru susținere. Masterandul trebuie să depună o cerere scrisă și motivată către șeful Departamentului Comunicare și Teoria Informării (Anexa 4), în care să indice noul titlu, numele conducătorului științific și justificarea schimbării.

Cererea este analizată în Departament și este aprobată doar dacă nu implică:

- modificări de structură în programul de studii;
- perturbări semnificative ale calendarului academic;
- neconcordanțe tematice majore sau lipsa resurselor pentru subiectul propus.

Schimbările aprobate sunt consemnate prin completarea unui nou formular de aprobare, semnat de părți și arhivat în dosarul academic al studentului.

4.5.1.5. Conflicte și situații excepționale

Orice neînțelegeri apărute în cadrul procesului de alegere, validare sau modificare a temei vor fi rezolvate de structurile instituționale competente, conform regulilor Universității de Stat din Moldova. În caz de divergențe între masterand și conducător sau în cazul unui refuz motivat, studentul se poate adresa prodecanului responsabil de studiile masterale sau Consiliului facultății, pentru mediere și soluționare.

📎 *Modelele cererilor de alegere și modificare a temei tezei sunt disponibile în Anexele 3 și 4.*

📌 **NOTĂ:** Studenții își aleg tema tezei, de regulă, la sfârșitul semestrului II, dar nu mai târziu de prima lună a semestrului III.

4.5.2. Documentarea teoretică și exploratorie

Această etapă reprezintă fundamentul științific al tezei de master și urmărește înțelegerea aprofundată a stadiului cunoștințelor existente în domeniul ales. Documentarea presupune nu doar colectarea informațiilor, ci și o selecție critică și structurată a surselor relevante, pentru a construi un cadru conceptual propriu. Activitățile principale sunt:

- Revizuirea extinsă a literaturii de specialitate: analiza detaliată a surselor academice actuale, în limba română și cel puțin o limbă internațională (de preferință engleză sau franceză). Se recomandă consultarea bazelor de date precum Google Scholar, EBSCO, Scopus, DOAJ, ResearchGate etc. și accesul la resursele bibliotecilor universitare (electronice sau fizice).
- Identificarea reperelor teoretice: cartografierea principalilor autori, tradiții de cercetare, teorii și modele conceptuale relevante pentru tema abordată. Se caută o analiză critică a paradigmelor curente și a punctelor de convergență sau diferențiere.
- Analiza cercetărilor anterioare: examinarea studiilor aplicate (studii de caz, articole empirice, rapoarte de cercetare, teze publicate) legate de tema propusă, pentru a contura o abordare personalizată și a delimita contribuția originală.
- Definirea conceptelor operaționale: clarificarea conceptelor-cheie utilizate în teză (ex.: „imagine publică”, „branding personal”, „engagement digital”), prin referințe teoretice și adaptări la contextul specific al cercetării.

În această etapă, masterandul este încurajat să își construiască un fișier bibliografic organizat, cu notițe, citări și observații critice, care va servi drept suport solid pentru redactarea capitolului teoretic al lucrării.

📌 **RECOMANDAT:** Această etapă ar trebui să se finalizeze până la sfârșitul semestrului III.

4.5.3. Definirea cadrului conceptual și metodologic

Această etapă este fundamentală pentru construirea arhitecturii tezei de master, deoarece stabilește reperele teoretice și operaționale care vor ghida întreaga cercetare sau proiect aplicativ. Alegerea corectă a cadrului conceptual și metodologic asigură coerența, relevanța și validitatea rezultatelor. Etapa include următoarele activități:

- Formularea întrebărilor de cercetare / obiectivelor aplicative: Definirea clară și delimitată a întrebării centrale (și, după caz, a întrebărilor secundare sau a obiectivelor). Acestea trebuie să reflecte tema abordată și să coreleze direct cu selecția surselor, metodologia și interpretarea rezultatelor.
- Alegerea unei grile teoretice relevante – fie un model existent (ex.: teoria agendei setting, modelul celor două etape ale influenței comunicării, teoria relațiilor sociale, teoria autoeficacității, teoria acoperirii mediatice, spirala tăcerii, modelul

retoric al lui Aristotel etc.), fie o combinație coerentă între mai multe abordări. Este important ca sursele să fie actuale și validate academic, iar conceptele utilizate să fie definite clar, cu referințe bibliografice corespunzătoare.

- Selectarea metodelor de cercetare: Alegerea metodei sau a combinației de metode în funcție de specificul temei, obiectivele cercetării și tipul de date necesare:
    - Calitative – interviu semistructurat, observație, analiza discursului sau a conținutului media;
    - Cantitative – chestionare, sondaje, experimente sociale;
    - Mixte – combinarea complementară a abordărilor calitative și cantitative.
- Alegerea metodologiilor trebuie justificată din punct de vedere logic și epistemologic, demonstrând adecvarea lor la obiectivele lucrării.
- Delimitarea universului cercetării și a eșantionului: Definirea grupului-țintă, a contextului geografic și temporal și a criteriilor de selecție. Se precizează instrumentele de lucru (ghid de interviu, chestionar, grilă de codificare) și metodele de analiză (analiză tematică, descriptivă, comparativă, de rețea etc.). Aceste alegeri trebuie justificate în raport cu literatura de specialitate și domeniul PR și publicitate, evitându-se aplicarea mecanică a instrumentelor.

📌 **RECOMANDAT:** Validarea acestei etape printr-un plan de cercetare aprobat de conducătorul științific.

4.5.4. Colectarea și prelucrarea datelor (pentru tezele de cercetare)

După definirea cadrului metodologic și conceptual urmează etapa aplicativă, în care masterandul realizează efectiv culegerea, arhivarea și prelucrarea datelor. Aceasta necesită planificare logistică, rigurozitate în aplicarea metodelor și respectarea standardelor etice (consimțământ informat, anonimizarea participanților etc.).

- Aplicarea instrumentelor metodologice: Această activitate presupune desfășurarea efectivă a activităților de colectare a datelor, în funcție de metoda selectată. În cercetările calitative, aceasta poate însemna organizarea și înregistrarea interviurilor individuale sau de grup, desfășurarea observațiilor participative ori analiza sistematică a unor seturi de texte sau materiale media. În cazul cercetărilor cantitative, pot fi aplicate chestionare (în format tipărit sau online), monitorizate reacțiile publicului prin sondaje sau analizate date statistice deja existente. Este important ca instrumentele utilizate să fie adaptate caracteristicilor publicului-țintă.
- Arhivarea și organizarea datelor: Această activitate se realizează imediat după colectare. Datele calitative (precum înregistrările audio, transcrierile sau notele de teren) trebuie clasificate și stocate într-un format digital securizat. Datele cantitative

se introduc în tabele sau baze de date (de exemplu: Excel, CSV, SPSS). Ulterior are loc codificarea informațiilor, în funcție de metoda aleasă: etichetare tematică, clasificare numerică, agregare pe categorii etc. Etapa este esențială pentru desfășurarea ulterioară a analizei și pentru asigurarea validității concluziilor.

- Prelucrarea și analiza datelor: Această activitate presupune utilizarea unor instrumente informatice potrivite nivelului de cercetare și specificului metodologic adoptat. Pentru analiza cantitativă, masterandul poate utiliza programe precum Excel sau Google Sheets pentru efectuarea calculelor statistice de bază (medii, frecvențe, corelații) și pentru realizarea de reprezentări grafice. În cazul analizei calitative a datelor textuale (interviuri, conținut media, campanii, mesaje publicitare) se pot folosi aplicații specializate, precum QDA Miner Lite sau NVivo. Pentru proiectele cu o anvergură mai restrânsă sunt utile și funcțiile avansate din Microsoft Word (comentarii, evidențiere, codare în margine) aplicabile în analiza discursivă sau narativă.
- Redactarea secțiunii de rezultate și interpretări preliminare: Această activitate presupune sintetizarea constatărilor relevante într-un format logic, clar și coerent, însoțit, atunci când este cazul, de tabele, grafice, citate ilustrative sau extrase din materialul analizat. Interpretarea rezultatelor trebuie realizată în strânsă legătură cu întrebările de cercetare, ipotezele formulate și cadrul teoretic construit anterior, evitându-se concluziile premature sau generalizările care nu sunt susținute de datele obținute.

Această etapă trebuie să fie însoțită de consultări periodice cu conducătorul științific, care va oferi feedback asupra validității și coerenței rezultatelor obținute.

📌 **RECOMANDAT:** Această etapă este de preferat să fie parcursă în prima parte a semestrului IV al anului II.

4.5.5. Conceperea și elaborarea componentei aplicative (pentru tezele de creație profesională)

Pentru tezele cu format aplicativ sau creativ, specifice relațiilor publice, publicității, comunicării vizuale sau campaniilor media, componenta centrală constă într-un proiect profesional cu caracter inovator, de comunicare strategică sau intervenție publică. Lucrarea combină reflecția teoretică cu demersul practic, oferind justificare metodologică, logică și estetică pentru deciziile adoptate.

- Definirea scopului proiectului: Formularea clară a intenției de comunicare (ex.: îmbunătățirea imaginii unei instituții, promovarea unui produs, schimbarea unei percepții sociale, creșterea vizibilității unei cauze). Aceasta se corelează cu identificarea publicului-țintă și cu formularea obiectivelor SMART (specifice, măsurabile, realizabile, relevante, încadrate în timp).

- Fundamentarea creativă și documentară: Cercetarea contextului include: analiza de piață (tendințe, concurență), benchmarking (analiza bunelor practici), analiza SWOT (poziționare strategică), storytelling conceptual (fir narativ și registre expresive). Toate aceste elemente se integrează într-o viziune justificată, argumentată cu surse relevante.
- Proiectarea și realizarea livrabilelor: Partea aplicativă include produse concrete, cum ar fi:
    - campanii integrate (offline/online);
    - strategii de branding pentru entități reale sau fictive;
    - produse media (revistă, spot, podcast, vlog, platformă digitală);
    - identitate vizuală (logo, ghid de brand, machete);
    - intervenții sociale/civice bazate pe comunicare participativă.
- Proiectul trebuie să includă partea creativă și planificarea detaliată: cronologie, canale de difuzare, mesaje, buget estimativ, indicatori de performanță etc.
- Documentarea deciziilor creative: Fiecare decizie – cromatică, tonalitate, layout, canale, mascote – este justificată în funcție de strategia de comunicare, caracteristicile publicului și obiectivele proiectului. Justificările se susțin cu argumente teoretice, practici profesionale și coduri deontologice aplicabile.

La final, componenta aplicativă este însoțită de un raport profesional, care include analiza, metodologia, referințele bibliografice și o autoevaluare a proiectului, realizată conform formatului agreat cu conducătorul științific.

4.5.6. Redactarea propriu-zisă a lucrării

Redactarea tezei de master reprezintă etapa în care toate activitățile de cercetare, documentare sau creație profesională sunt reunite într-o formă finală, coerentă și clară. Nu se rezumă doar la transcrierea materialelor, ci este un demers de construcție argumentativă, exprimare concisă și structurare logică a ideilor, care evidențiază maturitatea academică a autorului. În cadrul acestei faze se realizează:

- Organizarea structurii: respectând normele facultății (introducere, cadru teoretic, metodologie, analiză, concluzii, anexe);
- Respectarea cerințelor de formatare: fonturi, margini, stil de citare etc., necesare pentru lizibilitate și prezentare profesionistă;
- Integrarea elementelor vizuale: includerea tabelelor, graficelor și ilustrațiilor cu titluri și surse clar indicate;
- Prevenirea plagiatului: asigurarea originalității și integrarea corectă a surselor bibliografice și empirice, conform normelor etice.

Versiunea preliminară a tezei trebuie finalizată și transmisă conducătorului științific în termenele stabilite de facultate și va face obiectul unei susțineri preliminare (în conformitate cu calendarul academic), în cadrul căreia pot fi semnalate ajustări de substanță, stil sau logică argumentativă.

📌 **NOTĂ:** În această fază, masterandul trebuie să manifeste autonomie, rigoare și responsabilitate, precum și disponibilitate pentru feedback din partea conducătorului sau altor evaluatori interni.

4.5.7. Revizuirea, predarea și avizarea tezei

După finalizarea conținutului, teza trebuie supusă unui proces riguros de revizuire stilistică, logică și tehnică. Aceasta presupune verificarea clarității exprimării, coerenței argumentării și respectării formatului academic.

În vederea depunerii tezei, masterandul are responsabilitatea de a obține două avize obligatorii:

- Avizul conducătorului științific, care confirmă în scris că teza este finalizată și pregătită pentru susținere. Depunerea lucrării fără acest aviz nu este permisă. Modelul avizului se regăsește în Anexa 17.
- Avizul unui expert extern, care nu este cadru didactic (titular sau asociat) al Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a USM, dar care este recunoscut ca specialist în domeniul relațiilor publice și publicității. Modelul de aviz al expertului extern este prezentat în Anexa 18.

Teza de master trebuie depusă în format letric și/sau digital, în conformitate cu reglementările anuale stabilite de Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării. Este obligatorie respectarea tuturor cerințelor legate de aspectul formal, numărul de exemplare, platforma de încărcare online și tipul fișierelor acceptate. În momentul predării, masterandul va semna declarația privind asumarea răspunderii, prin care atestă originalitatea conținutului. Este de menționat că această declarație se include în partea complementară a tezei.

📌 **NOTĂ:** Cel târziu cu o săptămână înainte de susținerea preliminară, masterandul este obligat să transmită versiunea electronică a lucrării către șeful de departament, în vederea verificării prin sistemul antiplagiat utilizat de USM. Sunt acceptate doar lucrările care înregistrează un procent de similitudine sub 10%. Rezultatul acestei evaluări constituie o condiție prealabilă pentru validarea finală a tezei și trebuie să însoțească dosarul de avizare.

📌 **NOTĂ:** Termenul-limită pentru predare este comunicat prin calendarul academic anual. Depășirea acestuia atrage imposibilitatea susținerii tezei în sesiunea respectivă.

4.5.8. Susținerea publică a tezei de master

Susținerea tezei se desfășoară în fața unei comisii specializate, în cadrul unei sesiuni publice organizate conform Regulamentului USM.

Masterandul prezintă oral, în 10–15 minute, esența lucrării: tema, obiectivele, metodologia, principalele rezultate sau realizări, concluziile și relevanța demersului. Se recomandă utilizarea unui suport vizual (de exemplu, PowerPoint sau Prezi) pentru a spori claritatea și eficiența prezentării.

După expunere, comisia adresează întrebări și formulează observații. Masterandul trebuie să demonstreze capacitate de argumentare, coerență și stăpânire a conținutului, răspunzând în mod pertinent și convingător. Evaluarea finală se realizează conform grilei aprobate de facultate, care include criterii precum calitatea științifică sau aplicativă, originalitatea contribuției, claritatea și unitatea structurii, precum și exprimarea și performanța orală.

📌 **NOTĂ:** Rezultatul susținerii se consemnează în procesul‑verbal oficial al comisiei și este comunicat public în conformitate cu procedura instituțională.

4.6. Structura tezei de master

Teza de master trebuie să reflecte coerența internă a demersului academic sau profesional și să respecte exigențele metodologice stabilite de Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării a USM. Indiferent că este vorba despre o lucrare de cercetare teoretico-empirică sau despre un proiect profesional aplicativ (de creație), organizarea conținutului trebuie să fie clară, logică și unitară, astfel încât cititorul să poată urmări cu ușurință traseul intelectual al autorului.

Volumul și structura tezei variază în funcție de tipul lucrării. Parametrii cantitativi orientativi pentru diferitele categorii de teze sunt prezentate în Tabelul 3. Structura trebuie să mențină un echilibru, evitându-se fragmentarea excesivă sau concentrarea nejustificată a conținutului în capitole supradimensionate. Se recomandă organizarea în 2–3 capitole principale, fiecare având un titlu specific, formulat de autor în conformitate cu tematica și metodologia abordată.

Tabelul 3. Parametrii cantitativi orientativi pentru tezele de master

Nr. d/o	*Elementele constitutive ale tezei*	*Volum orientativ*	
		Teze de cercetare	*Teze de creație*
Partea preliminară			
1.	Foaia de titlu	1 pagină	1 pagină
2.	Adnotare (rom., engl.)	2 pagini	2 pagini
3.	Cuprins	1–2 pagini	1–2 pagini
4.	Lista abrevierilor (opțional)	1 pagină	1 pagină
5.	Lista figurilor și tabelelor (opțional)	1–2 pagini	
Partea principală			
6.	Introducere	4–6 pagini	4–6 pagini
7.	Text de bază (2-3 capitole)	50-60 de pagini	30-40 de pagini
8.	Concluzii și recomandări	3–5 pagini	3–5 pagini
	Total pagini	60–70 de pagini	40-50 de pagini
Partea complementară			
9.	Bibliografie	50-80 de surse	30-50 de surse
10.	Anexe (opțional)	nu mai mult de 1/3 din conținut	
11.	Declarația privind asumarea răspunderii	1 pagină	1 pagină

Volumul total recomandat este cuprins între 60 și 70 de pagini pentru teze de cercetare și între 40 și 50 de pagini pentru teze de creație (format A4, font Times New Roman 12, spațiere 1,5), excluzând bibliografia, anexele și declarația privind asumarea răspunderii.

Compartimentele preliminare (foaia de titlu, adnotare, cuprins, lista abrevierilor, lista figurilor și tabelelor) nu sunt numerotate în paginile principale, dar sunt esențiale pentru orientare și validare formală a lucrării.

4.6.1. Foaia de titlu

Foaia de titlu este prima pagină și asigură identificarea instituțională a tezei. Ea indică apartenența academică și include informații oficiale despre autor, conducător, temă și instituție. Această pagină rămâne nenumerotată și este redactată conform modelului standard aprobat de facultate (Anexa 8).

Conținutul foii de titlu este așezat în pagină centrat, pe verticală și pe orizontală, în format A4, font Times New Roman 14–16, cu caractere aldine pentru elementele principale. Structura acestei pagini include următoarele componente:

- denumirea ministerului de resort;
- denumirea instituției de învățământ;
- denumirea facultății;
- denumirea departamentului de specialitate;
- titlul tezei de master;
- mențiunea „Teză de master”;
- denumirea programului de master;
- numele autorului;
- date despre conducătorul științific (nume, prenume, titlu științific și științifico-didactic);
- locul și anul susținerii lucrării.

4.6.2. Adnotarea

Adnotarea este o sinteză informativ-analitică a tezei de master, care rezumă principalele elemente ale lucrării. Este plasată imediat după foaia de titlu și se redactează obligatoriu în două limbi: română și engleză, fiecare pe o pagină. Pentru tezele în limba rusă, adnotarea se redactează în rusă, română și engleză.

Conținutul adnotării trebuie să includă:

- numele complet al autorului;
- titlul tezei, cu mențiunea „Teză de master”, programul de studii, instituția și anul susținerii;
- structura generală a lucrării prezentată sintetic (ex.: „Introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie – 90 de surse, 8 anexe, 70 de pagini text principal, 16 figuri, 10 tabele”);
- listă cu 6–8 cuvinte-cheie relevante tematicii, într-un rând separat;
- domeniul științific al cercetării;
- scopul și obiectivele tezei;
- noutatea științifică a demersului;
- semnificația teoretică a rezultatelor;
- valoarea aplicativă sau potențialul de utilizare practică a concluziilor;
- contribuția personală a autorului, precizându-se clar în ce constă aportul original.

Adnotarea nu se confundă cu introducerea și nu trebuie să depășească o pagină. Ea este utilizată frecvent în rezumatele instituționale, bazele de date și portofoliile academice, motiv pentru care redactarea ei trebuie să fie concisă, clară și obiectivă.

Modelul adnotării pentru teza de master este disponibil în Anexa 11.

4.6.3. Cuprinsul

Secțiunea „Cuprins” oferă o imagine de ansamblu asupra structurii lucrării și facilitează orientarea rapidă în conținutul tezei. Cuprinsul include o listă ordonată a tuturor secțiunilor principale și indicarea exactă a paginilor unde acestea încep.

Printre componentele menționate în Cuprins se numără:

- Introducerea;
- Titlurile capitolelor și ale subcapitolelor, redactate clar și numerotate logic;
- În cazul proiectelor profesionale/de creație, se vor menționa paragrafele tematice relevante, corespunzătoare structurii aplicative;
- Concluziile și recomandările finale;
- Bibliografia;
- Anexele, dacă există;
- Declarația de asumare a răspunderii.

Numerotarea paginilor din cuprins trebuie să coincidă exact cu cea din documentul final, inclusiv în varianta tipărită. Cuprinsul se redactează, ideal, după finalizarea tezei, pentru a reflecta fidel structura completă.

📌 **IMPORTANT:** Cuprinsul trebuie generat automat cu ajutorul instrumentelor specifice din editorul de text (ex.: Microsoft Word → References → Table of Contents), utilizând stilurile aplicate titlurilor (Heading 1, Heading 2 etc.). Acest mod de lucru asigură:

- coerență între conținut și cuprins;
- actualizare facilă în cazul modificărilor;
- conformitate cu standardele de formatare academică.

Cuprinsul se plasează după adnotare și nu este numerotat ca parte a textului principal. În funcție de complexitatea lucrării, poate ocupa una sau două pagini.

📎 *Modelul de redactare a cuprinsului pentru teza de master este disponibil în Anexa 10.*

4.6.4. Lista abrevierilor

Secțiunea „Lista abrevierilor” este opțională, dar utilă atunci când lucrarea conține un număr semnificativ de prescurtări, acronime sau simboluri tehnice. Aceasta se elaborează în scopul de a facilita înțelegerea rapidă a termenilor specializați și de a orienta cititorul încă de la început.

Lista trebuie plasată imediat după cuprins, pe o pagină separată, și va include:

- Acronime instituționale (ex.: OSCE, ONU, CNA, UNESCO etc.);
- Termeni prescurtați frecvent (ex.: PR pentru Relații publice, ROI pentru Return On Investment etc.);

- Abrevieri ale unor concepte teoretice, instrumente de cercetare, metode, instituții sau publicații.

Formatul este ordonat alfabetic, cu explicația completă în dreptul fiecărei abrevieri. De exemplu:

ARP	Agenția pentru Relații Publice
CRM	Customer Relationship Management (Managementul relațiilor cu clienții)
PR	Public Relations (relații publice)
RSC	Responsabilitate socială corporativă

📌 **IMPORTANT:** Abrevierile trebuie să fie utilizate consecvent în întreaga teză, iar lista să rămână actualizată până la versiunea finală.

4.6.5. Listele de figuri și tabele

Această secțiune este recomandată pentru lucrări ce conțin un număr semnificativ de elemente vizuale (figuri, tabele, grafice, hărți, diagrame, modele conceptuale etc.). De obicei, se plasează după lista abrevierilor și înaintea introducerii, fiecare pe pagină separată.

Se recomandă crearea a două liste distincte:

- ***Lista figurilor***
- ***Lista tabelelor***

Fiecare listă va include:

- numărul secvențial al elementului (ex.: Fig. 1.1, Tabelul 2.1);
- titlul exact așa cum apare în text;
- numărul paginii la care apare.

Exemplu de prezentare:

LISTA FIGURILOR

Fig. 1.1. Modelul clasic al comunicării media..... 27

Fig. 1.2. Etapele dezvoltării unei campanii PR integrate..... 39

LISTA TABELELOR

Tabelul 3.1. Structura eșantionului pe categorii de vârstă..... 66

Tabelul 3.2. Frecvența apariției mesajelor de criză în media 71

Aceste liste permit comisiei de evaluare și altor cititori localizarea rapidă a materialelor vizuale și îmbunătățesc claritatea lucrării.

📌 **IMPORTANT:** Listele trebuie generate automat cu ajutorul funcțiilor specifice din editorul de text (ex.: Microsoft Word → References → Insert Table of Figures). Titlurile trebuie create prin aplicarea stilurilor prestabilite (nu ca text simplu).

Avantajele acestui mod de lucru:

- corelare exactă cu paginile din document;
- actualizare automată la modificări;
- conformitate cu standardele academice și de formatare.

4.6.6. Introducerea

Introducerea reprezintă primul compartiment substanțial al tezei de master și are rolul de a poziționa tema în context, explicând motivația alegerii, metodologia utilizată și aportul teoretic și practic al lucrării. Această secțiune nu conține elemente retorice (precum motto-uri, întrebări retorice sau citate) și trebuie redactată într-un registru academic sobru, clar și coerent. Dimensiunea Introducerii trebuie să fie proporțională cu volumului întregii teze, fiind în general cuprinsă între 4 și 6 pagini.

Structura standard a Introducerii include următoarele componente:

- ***Actualitatea și importanța temei***

Această parte argumentează relevanța temei în contextul evoluțiilor recente din domeniul comunicării, al relațiilor publice și al publicității. Actualitatea este susținută prin referințe la tendințe emergente, schimbări paradigmatice, tehnologii noi, contexte sociopolitice sau mutații culturale care impun necesitatea studierii subiectului. Importanța se exprimă prin conexiuni cu realități concrete, fie la nivel național, fie internațional, evidențiind impactul potențial al cercetării în plan teoretic, aplicativ sau strategic.

În cazul tezelor de creație profesională, accentul cade pe inovație, relevanță practică și contribuția creativă adusă unui domeniu profesional concret (campanie, produs media, strategie vizuală etc.).

- ***Suportul teoretico-științific și metodologic al lucrării***

Această subsecțiune fundamentează lucrarea în cadrul academic relevant, prin menționarea principalilor autori, teorii, modele și paradigme care definesc domeniul cercetat. Sunt descrise direcțiile majore ale cercetării anterioare, precum și metodologiile utilizate în literatura de specialitate, oferind o bază solidă pentru încadrarea propriei cercetări sau intervenții creative.

În cazul tezelor de cercetare, acest compartiment este esențial pentru formularea cadrului conceptual și alegerea metodelor.

În cazul tezelor de creație, se va evidenția legătura dintre fundamentarea teoretică și soluțiile creative propuse (benchmarking, storytelling, branding etc.).

- ***Ipoteza de cercetare (pentru tezele de cercetare)***

Ipoteza este o afirmație sau presupunere logică, care urmează a fi testată și validată pe parcursul cercetării. Ea derivă din analiza literaturii de specialitate și reflectă o relație anticipată între fenomene, oferind un fir director pentru formularea obiectivelor și alegerea metodelor.

În cazul tezelor de creație profesională, ipoteza poate fi înlocuită cu o provocare creativă, o problemă aplicativă sau o nevoie concretă de comunicare, care justifică demersul proiectului.

- ***Scopul și obiectivele lucrării***

Scopul definește intenția generală a lucrării – ce anume dorește autorul să realizeze, demonstreze sau să propună. Obiectivele, în schimb, sunt declinări operaționale ale acestuia și trebuie formulate clar, în termeni măsurabili și adecvați contextului. Numărul obiectivelor trebuie să reflecte complexitatea lucrării și să corespundă logic structurii acesteia (de regulă, minim unul per subcapitol).

În tezele de creație, obiectivele includ și finalități de comunicare: schimbarea de atitudine, creșterea notorietății, poziționarea unui brand etc.

- ***Noutatea temei investigate***

Se evidențiază elementele de originalitate ale demersului: fie o temă puțin abordată în context local, fie o metodologie inovatoare, fie aplicarea unui model teoretic într-un caz nou. În tezele de creație, noutatea poate consta în originalitatea soluțiilor vizuale, strategice sau media, precum și în adaptarea la tendințe emergente (ex.: media digitală, branding social etc.).

- ***Importanța teoretico-aplicativă a lucrării***

Această secțiune justifică utilitatea practică și valoarea științifică a tezei: în ce mod contribuie aceasta la dezvoltarea domeniului, la rezolvarea unei probleme reale sau la perfecționarea practicilor profesionale. Se pot indica beneficiarii potențiali (instituții, ONG-uri, branduri, mass-media etc.) și posibile direcții de aplicare sau continuare.

- ***Sumarul compartimentelor tezei***

Se oferă o prezentare succintă a conținutului lucrării, capitol cu capitol, cu evidențierea ideii centrale a fiecărei secțiuni. Formularea trebuie să fie clară și condensată (3–5 fraze per capitol), fără a repeta titlurile integral, dar reflectând structura logică a tezei.

📌 **NOTĂ:** Introducerea trebuie redactată ultima, după finalizarea lucrării, pentru a reflecta fidel scopul, logica și rezultatele demersului.

4.6.7. Structura-tip a textului de bază al tezei de master

Textul de bază al tezei de master reprezintă corpul principal al lucrării și reflectă efortul științific sau aplicativ depus de autor în tratarea temei alese. Această parte este structurată în capitole și subcapitole, dispuse într-o ordine logică și coerentă, permițând trecerea de la contextul teoretic la analiza empirică sau implementarea practică.

Numărul de capitole este, de regulă, 2 sau 3, fiecare având 2–4 subcapitole. Împărțirea trebuie să fie rațională și relevantă pentru obiectivele propuse, evitându-se atât segmentarea excesivă, cât și concentrarea disproporționată într-un singur compartiment. Fiecare capitol tratează o problemă distinctă a temei, iar subcapitolele detaliază aspectele specifice ale acesteia.

Principii generale de redactare

La structurarea și redactarea compartimentelor se va ține cont de următoarele principii:

- expunerea ideilor trebuie să urmeze o progresie logică: de la general la particular, de la cunoscut la necunoscut;
- trebuie evitate digresiunile și detaliile nesemnificative care pot dilua coerența discursului;
- este recomandată o îmbinare a fundalului teoretic cu analiza practică – fie în cadrul fiecărui capitol, fie în secțiuni distincte, în funcție de specificul lucrării;
- fiecare compartiment trebuie să reflecte contribuția personală a autorului prin selecția surselor, interpretarea critică și formularea concluziilor.

Componenta teoretică

Partea teoretică urmărește să evalueze gradul de cercetare a temei și să definească fundamentele conceptuale, metodologice și terminologice ale lucrării. Aceasta include:

- analiza critică a literaturii de specialitate, cu accent pe lucrările relevante, actuale și reprezentative pentru subiect;
- sistematizarea surselor în funcție de școala teoretică, abordare, data publicarii sau tipologie (articole științifice, rapoarte, studii de piață, monografii etc.);
- clarificarea conceptelor, delimitarea terminologică, evidențierea modelelor teoretice aplicabile;
- justificarea metodei de cercetare, prin raportare la studii similare și la specificul temei.

Această parte a lucrării demonstrează nivelul de documentare, spiritul critic și capacitatea de selecție și sinteză a autorului.

📌 **IMPORTANT:** În cazul tezelor de creație profesională, fundamentarea teoretică include și o analiză de benchmarking, o cercetare a bunelor practici din domeniul profesional

(branding, storytelling, campanii media etc.) și contextualizarea soluțiilor propuse în raport cu tendințele actuale.

Componenta practică (empirică sau creativă)

Partea practică a tezei are ca scop aplicarea metodologiei stabilite și validarea ipotezei sau, în cazul tezelor de creație, dezvoltarea unui proiect profesional original. Aceasta poate include:

a) Studiul de caz de cercetare

Este centrat pe investigarea unei probleme comunicaționale prin metode științifice. Structura tipică include:

- formularea obiectului cercetării și a metodei de cercetare;
- prezentarea eșantionului și a instrumentelor de lucru (chestionar, grilă de analiză, ghid de interviu etc.);
- colectarea datelor și descrierea procesului de cercetare;
- analiza cantitativă și/sau calitativă a datelor, susținută prin grafice, tabele, diagrame;
- formularea concluziilor parțiale și generale.

Domeniile abordate pot include:

- analiza produselor media sau a mesajelor publicitare;
- studiul strategiilor de comunicare ale organizațiilor;
- cercetarea percepțiilor și comportamentelor publicului;
- istoria și practica unor instituții de comunicare.

b) Studiul de caz de creație profesională

Vizează descrierea, justificarea și evaluarea critică a unui demers de creație în domeniul relațiilor publice, publicității, comunicării sau multimedia. Structura poate include:

- definirea scopului și a publicului-țintă;
- descrierea etapelor de creație (preproducție, producție, postproducție);
- fundamentarea deciziilor creative prin raportare la modele teoretice sau la strategii de branding/comunicare;
- analiza eficienței și coerenței produsului final (vizual, textual, audiovizual etc.);
- prezentarea livrabilelor (campanie, identitate vizuală, platformă, serie de materiale etc.);
- concluzii privind procesul creativ și rezultatele obținute.

📌 **NOTĂ:** În unele cazuri, se pot realiza două studii de caz complementare – unul de cercetare și altul de creație – în funcție de tema și profilul lucrării.

Conținutul capitolelor reflectă următoarele aspecte:

- tratarea directă și critică a temei de cercetare;
- compararea opiniilor expuse în literatura de specialitate;
- formularea de probleme și ipoteze proprii;
- aplicarea riguroasă a unei metodologii;
- obținerea unor rezultate relevante și formulate într-un limbaj științific.

În final, fiecare capitol va fi încheiat cu concluzii parțiale care reflectă nivelul de realizare a obiectivelor propuse și contribuția autorului la înțelegerea sau soluționarea temei.

4.6.8. Concluzii și recomandări

Compartimentul „Concluzii și recomandări" încheie teza de master, sintetizând rezultatele obținute și formulând propuneri aplicative în raport cu tema abordată. Această secțiune reflectă măsura în care obiectivele din Introducere au fost atinse și evidențiază aportul autorului la înțelegerea și soluționarea problematicii investigate.

1. Rolul concluziilor în structura tezei

Concluziile trebuie să:

- exprime clar modul în care au fost atinse obiectivele lucrării;
- evidențieze rezultatele-cheie, cu accent pe cele care aduc un plus de cunoaștere teoretică sau soluții practice;
- scoată în evidență aspectele problematice sau limitările întâmpinate în procesul de cercetare;
- sugerează eventualele direcții viitoare de investigare sau dezvoltare profesională a temei.

Concluziile se formulează în mod clar, coerent și argumentat, preferabil sub formă enumerativă (numerotată), fără reluarea detaliată a conținutului capitolelor. Nu este admisă introducerea de informații noi sau formularea de concluzii care nu au fost susținute anterior în textul lucrării.

2. Recomandările

Recomandările sunt formulate pe baza concluziilor, având un caracter aplicativ, constructiv și orientat spre îmbunătățirea realității investigate. Acestea pot viza:

- îmbunătățirea strategiilor de comunicare ale instituțiilor;
- corectarea unor deficiențe identificate în practică;
- adoptarea unor soluții inovatoare inspirate din analiza efectuată;
- propuneri pentru dezvoltarea unor campanii, produse media, politici interne de comunicare etc.

Recomandările pot fi adresate unor actori concreți (organizații, instituții, profesioniști în domeniul relațiilor publice și publicității), fiind prezentate clar și contextualizat.

Particularități în funcție de tipul de teză

a) Pentru tezele de cercetare

Concluziile vor evidenția în ce măsură datele empirice confirmă sau infirmă ipoteza de cercetare, vor analiza impactul teoretic și metodologic al demersului științific și vor propune linii de dezvoltare în continuare a cercetării.

Recomandările vor viza îmbunătățirea practicilor profesionale, a strategiilor de comunicare, a politicilor instituționale sau a instrumentelor utilizate în contextul studiat.

b) Pentru tezele de creație profesională

Concluziile vor reflecta justificarea și eficiența soluțiilor creative propuse, modul în care acestea răspund obiectivelor stabilite și contribuția autorului la dezvoltarea practicii profesionale.

Recomandările pot include sugestii privind implementarea proiectului în spațiul real, îmbunătățirea unor aspecte tehnice, vizuale sau narative, precum și idei de extindere a campaniei ori de replicare a modelului în alte contexte.

📌 **NOTĂ:** Această secțiune nu trebuie privită ca o simplă încheiere formală, ci ca o dovadă de maturitate profesională și reflexivitate științifică a autorului, marcând valoarea adăugată a lucrării în contextul domeniului comunicării, relațiilor publice și publicității.

4.6.9. Bibliografie (Referințe bibliografice)

Bibliografia (Referințele bibliografice) reprezintă un element esențial al tezei de master, reflectând volumul, actualitatea și calitatea documentării teoretice și aplicative a autorului. Aceasta este amplasată la finalul lucrării, după compartimentul „Concluzii și recomandări”, și include toate sursele care au fost consultate și citate de către masterand la redactarea tezei.

1. Scopul și funcțiile Bibliografiei

Bibliografia (Referințele bibliografice):

- demonstrează nivelul de familiarizare a autorului cu literatura de specialitate din domeniul comunicării, relațiilor publice, publicității și al disciplinelor conexe;
- sprijină verificabilitatea afirmațiilor și referințelor din lucrare;
- asigură transparență academică și respectarea principiilor de integritate științifică;
- oferă cititorului o bază documentară relevantă pentru aprofundarea temei.

Este interzisă includerea în Bibliografie a titlurilor care nu au fost consultate sau nu sunt citate în textul lucrării. Respectiv, orice sursă citată în text trebuie să se regăsească în lista bibliografică.

2. Tipuri de surse bibliografice admise

Bibliografia poate include:

- monografii și lucrări științifice de sinteză;
- studii, rapoarte de cercetare, teze, referate ale tezelor de doctorat;
- articole din reviste științifice de specialitate;
- acte normative (legi, hotărâri, regulamente – relevante pentru domeniul cercetat);
- lucrări didactice și suporturi de curs;
- publicații electronice științifice și baze de date academice;
- site-uri oficiale ale instituțiilor, ONG-urilor, agențiilor etc. (cu relevanță tematică);
- publicații mass-media (doar dacă sunt obiect al analizei).

📌 **NOTĂ:** Nu se admit: surse necontrolate, informații neverificabile (de pe bloguri, forumuri, rețele sociale, site-uri publicitare ori tabloide), articole fără autor, conferințe de presă fără valoare documentară etc.

3. Volumul și calitatea Bibliografiei

Numărul de surse bibliografice variază în funcție de:

- complexitatea temei abordate;
- tipul tezei (cercetare sau creație profesională);
- gradul de acoperire a literaturii științifice.

Orientativ, teza de master trebuie să cuprindă:

- minimum 50–60 de surse pentru lucrările de creație profesională;
- minimum 70–90 de surse pentru lucrările de cercetare teoretico-empirică.

Este obligatorie includerea unor surse în limbi de circulație internațională (de regulă, engleză sau franceză), precum și prioritizarea lucrărilor publicate în ultimii 5 ani.

4. Organizarea și redactarea Bibliografiei (Referințelor bibliografice)

Bibliografia (Referințele bibliografice) se redactează pe o pagină separată, folosind un format clar și uniform. Ordinea este alfabetică (în funcție de primul element al referinței după numele autorilor sau titlurilor).

Documentele descrise cu caractere diferite (latine și chirilice) formează două rânduri alfabetice: cele cu caractere latine (românești și străine) un rând; cele cu caractere chirilice alt rând.

Fiecare sursă trebuie indicată în conformitate cu normele stilului de citare adoptat de facultate (APA, Chicago etc.), precizate în secțiunea 5.6.

Citarea surselor și prezentarea referințelor bibliografice.

📌 **NOTĂ:** Se recomandă folosirea unui soft de management bibliografic (Zotero, Mendeley, EndNote etc.), mai ales pentru lucrările cu volum mare de surse.

Particularități pentru diferite tipuri de teze

a) Pentru tezele de cercetare

Bibliografia trebuie să reflecte o bază solidă de literatură științifică din domeniul ales, inclusiv lucrări metodologice, tratate teoretice și articole recente. Se pune accent pe surse academice validate și pe studii relevante pentru contextul cercetat.

b) Pentru tezele de creație profesională

Lista bibliografică va include, pe lângă literatura teoretică de bază, și surse legate de practica profesională, cum ar fi exemple de campanii, studii de piață, ghiduri de branding, modele de storytelling, resurse despre design și comunicare vizuală etc. Sursele pot fi mai variate, dar trebuie să fie credibile, argumentate și relevante pentru proiectul aplicativ realizat.

4.6.10. Anexe

Anexele constituie o secțiune complementară a tezei de master, fiind utilizate în mod selectiv și justificat doar atunci când este necesară susținerea, ilustrarea sau completarea demersului teoretic și/sau practic prezentat în textul principal. Această secțiune este opțională, dar recomandată în cazul în care lucrarea conține un volum semnificativ de materiale auxiliare, greu de integrat direct în capitolele tezei.

1. Rolul și locul anexelor

Anexele sunt amplasate la finalul lucrării, imediat după compartimentul „Bibliografie” sau „Referințe bibliografice”. Fiecare anexă este numerotată corespunzător (ex.: *Anexa 1*, *Anexa 2*, etc.) și menționată explicit în textul de bază acolo unde este relevantă. Nu este admisă includerea de materiale în anexe fără trimitere clară în corpul tezei.

2. Tipuri de materiale care pot fi incluse

Anexele pot conține, după caz:

- tabele complexe, grafice, figuri, scheme ilustrative pentru analizele prezentate în text;
- imagini, fotografii, capturi vizuale utilizate în studii de caz sau în justificarea unor concepte;

- documente de lucru: chestionare aplicate, ghiduri de interviu, fișe de codificare, grile de evaluare sau monitorizare;
- documente instituționale sau reglatorii: regulamente, decizii oficiale, coduri de conduită, extrase relevante;
- materiale de creație profesională: machete de campanii, planuri de comunicare, storyboard-uri, scenarii, spoturi, comunicate, pagini web (sub formă de print screen sau link documentat);
- procese-verbale (ex.: de aplicare a chestionarelor, de desfășurare a activităților în cadrul tezei).

Anexele pot fi prezentate în format textual, grafic, vizual sau multimedia, în funcție de conținut și contextul cercetării.

3. Cerințe de redactare

- Fiecare anexă trebuie să aibă un titlu clar și concis, centrat pe pagină, urmat de conținutul propriu-zis.
- Materialele iconografice (tabele, grafice, imagini) trebuie să fie lizibile, numerotate și să conțină sursa (dacă este cazul).
- Anexele trebuie numerotate consecutiv și organizate în ordinea apariției referințelor în textul principal.
- Dacă este inclus un volum mare de date, se recomandă structurarea în subsecțiuni tematice (ex.: Anexe metodologice, Anexe vizuale, Anexe documentare).

Distincții în funcție de tipul tezei

a) Teze de cercetare

Anexele pot include: chestionare, ghiduri de interviu, tabele extinse cu date brute, scheme metodologice, grafice detaliate, codificări ale conținutului analizat, extrase din baze de date etc. Acestea susțin rigoarea și transparența procesului de cercetare.

b) Teze de creație profesională

Anexele sunt esențiale pentru a documenta partea practică a proiectului, conținând livrabilele campaniei (ex.: afișe, bannere, spoturi, texte promoționale), machete, design de identitate vizuală, planuri media, capturi de ecran ale platformei dezvoltate, scenarii etc. Acestea demonstrează valoarea aplicativă și creativă a lucrării.

📌 **NOTĂ:** În cazul lucrărilor în care sunt incluse suporturi digitale (ex.: fișiere audio, video, PDF-uri interactive, materiale multimedia), acestea trebuie arhivate corespunzător (pe CD, DVD, stick USB etc.) și însoțite de o listă descriptivă în cuprinsul anexelor.

📎 *Modelul de prezentare a anexelor este disponibil în Anexa 15.*

4.6.11. Declarația privind asumarea răspunderii

Această declarație este un document obligatoriu prin care autorul tezei de master își asumă responsabilitatea deplină pentru conținutul lucrării, asigurând că aceasta reprezintă un demers original, rezultat al propriei activități de cercetare sau de creație profesională.

Prin semnarea declarației masterandul confirmă că:

- a folosit doar sursele incluse în bibliografie și a respectat normele academice de citare;
- nu a recurs la plagiat, parafrazare neadecvată sau preluare neautorizată;
- informațiile, datele și materialele prezentate fie sunt citate corect, fie sunt rezultatul activității proprii;
- a respectat drepturile de autor și proprietatea intelectuală;
- confirmă originalitatea și autenticitatea lucrării.

📌 **NOTĂ:** Declarația se întocmește în conformitate cu modelul standard (Anexa 16) și se semnează olograf de către autor. De regulă, aceasta se include la finalul lucrării, în concordanță cu cerințele facultății.

Aceasta reprezintă un angajament formal în aplicarea prevederilor *Codului de Etică și Integritate Academică al USM* și ale *Regulamentului antiplagiat al USM*. Încălcarea acestora poate conduce la consecințe academice sau administrative, inclusiv respingerea tezei.

📎 *Textul Codului de Etică și Integritate Academică al USM este disponibil în Anexa 1.*

📎 *Textul Regulamentului antiplagiat al USM este disponibil în Anexa 2.*

4.7. Admiterea, susținerea finală și evaluarea tezei de master

4.7.1. Procedura de admitere la susținerea finală a tezei de master

În termenele stabilite de calendarul academic al USM și conform orarului elaborat de Departamentul Comunicare și Teoria Informării, masterandul prezintă teza de master, într-un stadiu de finalizare de aproximativ 90%, în cadrul susținerii prealabile organizate cu cel târziu 30 de zile înainte de susținerea publică.

Dacă proiectul prezentat respectă cerințele metodologice, științifice și profesionale, Departamentul recomandă admiterea la susținerea publică, ținând cont de observațiile membrilor comisiei. În caz contrar, dacă lucrarea nu întrunește standardele de calitate necesare, Departamentul poate decide neadmiterea acesteia la etapa finală.

Pentru asigurarea calității academice, toate facultățile USM sunt obligate să organizeze susțineri prealabile și să evalueze tezele prin intermediul sistemului antiplagiat. În acest sens, masterandul va transmite versiunea electronică a lucrării către șeful de Departament, înainte de susținerea prealabilă, pentru verificarea gradului de similitudine. Procedura vizează prevenirea plagiatului, autoplagiatului și a reutilizării neautorizate a unor teze anterioare.

Admiterea la susținerea publică se face pe baza calificativelor admis / respins acordate de conducătorul științific. Această decizie este esențială pentru promovarea sau nepromovarea tezei. În susținerea evaluării, conducătorul poate apela la Fișa de monitorizare a practicii de cercetare (Anexa 30).

Teza în forma finală, semnată de autor, va fi însoțită de avizul conducătorului științific (Anexa 17) și al unui expert în domeniul profesional (Anexa 18) și va fi depusă la Departament cu cel puțin două săptămâni înainte de data susținerii publice.

📌 **NOTĂ:** Departamentul poate decide organizarea unei sesiuni suplimentare de susținere prealabilă, în care studentul va prezenta teza într-un stadiu intermediar de elaborare, de minimum 50%.

4.7.2. Susținerea finală a tezei de master

La etapa finală de susținere publică a tezei de master sunt admiși studenții care au finalizat integral planul de învățământ, au acumulat creditele aferente tuturor disciplinelor obligatorii și opționale, precum și au trecut procedura de verificare antiplagiat.

Susținerile finale sunt programate, de regulă, în luna iunie, conform unui calendar afișat pe avizierul Departamentului Comunicare și Teoria Informării sau al Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării.

Lucrarea poate fi susținută și într-o limbă de circulație internațională, în conformitate cu prevederile programului de studii și în baza unei cereri prealabile din partea masterandului.

Susținerile se desfășoară public, în fața Comisiei pentru susținerea tezelor de master, desemnate prin ordinul Rectorului USM, alcătuită din minimum cinci membri, incluzând un președinte, un vicepreședinte, trei membri și un secretar (fără drept de vot). În comisie pot fi incluși și reprezentanți ai mediului profesional relevant.

Președintele comisiei este selectat dintre specialiștii de prestigiu din afara universității – profesori universitari, cercetători sau practicieni cu experiență recunoscută – și nu poate îndeplini această funcție mai mult de doi ani consecutiv.

La eveniment pot asista și alte persoane interesate – cadre didactice, conducători de teze, colegi, membri ai comunității academice sau profesionale, întrucât susținerea este, prin natura sa, deschisă publicului.

Întreaga prezentare a tezei de master nu trebuie să depășească durata unei ore academice (45 de minute).

Evenimentul se desfășoară în trei etape: prezentarea tezei, sesiunea de întrebări-răspunsuri și momentul de încheiere.

1. ***Prezentarea***

Masterandul are la dispoziție între 10 și 20 de minute pentru a expune conținutul tezei. Discursul include: titlul și contextul temei, gradul de cercetare a subiectului, autori relevanți în domeniu, metodologia utilizată, ipoteza de lucru, scopul și obiectivele cercetării, elementele de noutate științifică, structura tezei și concluziile esențiale.

Prezentarea poate fi însoțită de un material vizual elaborat în PowerPoint, Canva sau Prezi (10–15 slide-uri), elaborat împreună cu conducătorul științific. Slide-urile trebuie să fie concise (maxim 7 rânduri de text fiecare) și pot conține:

- titlul tezei, numele studentului și al îndrumătorului;
- sinteza metodologică și conceptuală;
- imagini, tabele, figuri sau alte elemente grafice relevante;
- concluzii și recomandări.

Comentariile orale ale masterandului trebuie să completeze, nu să repete, informația din slide-uri.

2. ***Sesiunea de întrebări-răspunsuri***

Membrii comisiei formulează întrebări privind tema, metodologia, studiul de caz și alte aspecte relevante. Răspunsurile masterandului trebuie să fie clare, argumentate și bine focalizate. Publicul prezent poate, de asemenea, adresa întrebări.

3. ***Încheierea***

Președintele sau vicepreședintele comisiei prezintă un scurt rezumat al evaluării formulate de conducătorul științific și de expertul (referentul) desemnat pentru analiza tezei, evidențiind principalele aprecieri și observații.

Ulterior, președintele comisiei oferă masterandului ocazia unui scurt cuvânt de final, în care acesta poate exprima reflecții personale sau mulțumiri.

4.7.3. Evaluarea tezei de master

Evaluarea tezelor de master este realizată de către comisia de susținere, imediat după încheierea ultimei prezentări programate. Aprecierea se bazează pe analiza calității lucrării scrise, a discursului susținut de masterand, precum și a capacității acestuia de a răspunde coerent și argumentat întrebărilor formulate de comisie.

Fiecare membru al comisiei (cu excepția secretarului) evaluează individual teza, luând în considerare următoarele criterii:

a) actualitatea și relevanța temei abordate;
b) claritatea formulării scopului și a obiectivelor cercetării;
c) soliditatea metodologiei aplicate;
d) rigoarea fundamentării teoretice;
e) aplicabilitatea practică a rezultatelor obținute;
f) calitatea și coerența prezentării orale și vizuale;
g) consistența concluziilor formulate;
h) contribuții suplimentare (publicații, participări la conferințe, proiecte originale etc.).

Aceste criterii sunt detaliate în Anexa 20 a prezentului Ghid. Fiecare criteriu are o pondere specifică în calculul notei finale, iar evaluarea se face și cu sprijinul descriptorilor de notare prezentați în Anexa 19. Acești descriptori permit aprecierea gradului de realizare a obiectivelor cercetării, oferind totodată transparență și coerență în interpretarea notelor acordate.

Nota finală se calculează ca medie aritmetică a punctajelor acordate de membrii comisiei. Aceasta este exprimată pe o scară de la 1 la 10, iar nota minimă pentru promovare este 5. Rezultatele se consemnează în borderoul de evaluare, în carnetul de note și în Suplimentul la diplomă.

În paralel, evaluarea este exprimată și conform sistemului european ECTS, pentru a asigura compatibilitatea internațională a calificării:

A: 9,01–10,00
B: 8,01–9,00
C: 7,01–8,00
D: 6,01–7,00
E: 5,00–6,00
FX: 3,01–4,99
F: 1,00–3,00

📌 **NOTĂ:** Această echivalare este inclusă în *Suplimentul la diplomă* și sprijină mobilitatea academică a absolvenților.

Rezultatele susținerii tezelor sunt comunicate în ziua în care au avut loc prezentările. Președintele comisiei oferă o scurtă sinteză a calității lucrărilor evaluate și anunță notele. Lucrările de calitate, în mod special cele care propun abordări originale sau utilizează surse mai puțin explorate, pot fi propuse pentru publicare, în măsura în care se remarcă prin consistența științifică și relevanța aplicativă.

- ***Contestațiile***

În cazul în care masterandul nu este de acord cu nota primită, are dreptul să depună o cerere de contestație în scris, la departamentul de specialitate, în termen de cel mult 24 de ore de la anunțarea rezultatelor. Contestațiile sunt analizate de comisia de susținere, în termen de maximum 48 de ore, în prezența unei comisii de supraveghere, desemnată prin ordinul rectorului. După reanalizarea lucrării, comisia poate menține, modifica în sens pozitiv sau negativ nota acordată. Decizia este finală şi nu poate fi atacată ulterior.

- ***Nereguli și abateri***

În situații de corupție, influențare nejustificată a comisiei sau comportamente contrare eticii academice, comisia are dreptul să excludă candidatul din procesul de susținere, pe baza unor probe clare.

- ***Neprezentarea***

Masterandul care nu se prezintă la susținere este considerat nepromovat. Acesta poate solicita susținerea ulterioară, de maximum două ori, în decurs de cinci ani de la absolvire, cu acoperirea cheltuielilor administrative. Pentru o a doua susținere, tema tezei trebuie reconfirmată, printr-o cerere depusă cu cel puțin șase luni înaintea sesiunii, aprobată de șeful Departamentului Comunicare şi Teoria Informării şi de decanul facultății.

V. REDACTAREA LUCRĂRILOR ACADEMICE (PROIECTE SEMESTRIALE ȘI TEZA DE MASTER)

Redactarea lucrărilor academice – fie că este vorba despre proiectele profesionale semestriale, fie despre teza de master – presupune respectarea unor rigori clare în ceea ce privește forma, stilul și conduita etică. Acestea nu sunt simple formalități, ci condiții necesare pentru a asigura coerența discursului, lizibilitatea, dar și respectul față de efortul academic. Respectarea acestor norme contribuie la recunoașterea demersului intelectual și facilitează evaluarea echitabilă din partea comunității universitare.

5.1. Respectarea normelor de etică academică și originalitate

Integritatea academică constituie un pilon de bază în elaborarea oricărei lucrări de cercetare. Proiectele semestriale și teza de master trebuie să reflecte efortul propriu al studentului, în deplin acord cu normele de etică universitară și cu cadrul legislativ în vigoare. Orice abatere de la aceste principii poate compromite nu doar lucrarea în sine, ci și credibilitatea autorului în mediul profesional.

5.1.1. Definirea și tipurile de plagiat

Plagiatul se referă la utilizarea totală sau parțială a unei lucrări ori a ideilor aparținând altui autor – fie prin copiere directă, fie prin reformulare, fără indicarea sursei. Această practică echivalează cu o fraudă intelectuală și este sancționată în funcție de gravitatea faptei. Orice masterand are obligația de a respecta prevederile *Legii privind dreptul de autor și drepturile conexe* nr. 230 din 28-07-2022.

Printre cele mai frecvente forme de plagiat regăsim:

- ***Copierea integrală:*** Reproducerea unor fragmente extinse (capitole, pagini întregi) din alte lucrări, prin tehnica „copy-paste”, inclusiv achiziționarea de lucrări sau preluarea acestora de la colegi, fără indicarea autorului original.
- ***Copierea parțială:*** Inserarea unor paragrafe sau pasaje scurte fără menționarea sursei și fără utilizarea semnelor de citare.
- ***Parafrazarea abuzivă:*** Reformularea ideilor, a exemplelor sau a structurii argumentative dintr-o lucrare existentă, fără atribuire explicită, în încercarea de a masca proveniența ideilor.
- ***Autoplagiatul:*** Reutilizarea unor pasaje consistente din propriile lucrări anterioare (inclusiv licența sau alte articole academice), fără citare corespunzătoare.

Situații care se încadrează în categoria plagiatului:

- Redarea unui text publicat, indiferent de sursa din care a fost preluat (carte, articol, site), fără ghilimele și referințe bibliografice.

- Prezentarea unui citat ca parafrază, fără semnalizarea clară a sursei.
- Preluarea de conținut cu modificări superficiale de exprimare sau de structură, fără menționarea autorului.
- Îmbinarea unor fragmente din surse diferite, fără trimitere bibliografică clară.
- Utilizarea disproporționată a materialului preluat față de contribuția personală.

5.1.2. Evitarea plagiatului: principii și practici

Prevenirea plagiatului – fie el intenționat sau nu – presupune asumarea unor principii clare și aplicarea consecventă a unor practici corecte în redactarea lucrărilor academice. Printre acestea se numără:

- ***Originalitatea contribuției:*** Autorul este încurajat să elaboreze o lucrare care reflectă propria capacitate de analiză, sinteză și interpretare, contribuind, chiar și modest, la extinderea cunoașterii în domeniul abordat.
- ***Identificarea clară a surselor:*** Orice lucrare trebuie să menționeze explicit sursele utilizate nu doar pentru a evita suspiciunea de plagiat, ci și pentru a oferi context și susținere argumentelor formulate.
- ***Citarea riguroasă:*** Este important ca orice material preluat – idei, citate, date – să fie însoțit de o trimitere bibliografică exactă, în conformitate cu sistemul de citare ales (autor, titlu, editură, an, pagină). Textul reprodus trebuie încadrat între ghilimele, iar contribuția originală a autorului trebuie delimitată clar.
- ***Precizia formulării:*** Expresii generale de tipul „se știe că” sau „unii cercetători afirmă” nu sunt suficiente într-un text științific. Se recomandă indicarea exactă a autorilor, lucrărilor și a contextului în care au fost exprimate ideile invocate.
- ***Parafrazarea responsabilă:*** Atunci când se reformulează ideile unui autor, trebuie păstrat sensul acestora, menționând în mod explicit sursa de inspirație. Nu este vorba doar despre schimbarea unor cuvinte, ci despre o înțelegere reală și exprimarea în termeni proprii a conținutului respectiv.
- ***Despre intenție și responsabilitate:*** Ideea că „nu am vrut să plagiez” nu constituie o apărare validă. Plagiatul nu este definit de intenție, ci de efectul produs: preluarea neautorizată a conținutului intelectual al altcuiva. Din acest motiv, fiecare student poartă răspunderea pentru forma finală a lucrării sale și pentru respectarea normelor de etică universitară.

5.1.3. Prezentarea datelor despre subiecții intervievați

Pentru proiecte semestriale sau teze de master ce includ cercetări calitative (în special interviuri) respectarea normelor etice devine o responsabilitate de prim ordin. Discreția în tratarea datelor personale nu este doar o opțiune, ci o obligație care reflectă respectul față de interlocutori și cadrul academic.

- ***Anonimatul participanților:*** Persoanele intervievate trebuie protejate împotriva oricărei identificări neintenționate, în special în cazurile în care eșantionul este restrâns sau subiecții dețin poziții vizibile în comunitate. Detaliile sensibile vor fi anonimizate sau reformulate, cu acordul expres al celor implicați.
- ***Consimțământ informat:*** Dacă analiza impune includerea unor elemente identificabile (precum funcția de conducere sau afilierea instituțională), este necesar ca persoana în cauză să fie informată în mod clar. Acordul acesteia, exprimat explicit, trebuie obținut înainte de includerea oricărui conținut în lucrare.

Sfaturi practice pentru menținerea eticii academice

Pentru a evita erorile de parcurs și neînțelegerile legate de conduita academică, se recomandă următoarele bune practici:

- *Consultați regulamentele de la început:* Familiarizați-vă cu regulamentul sau ghidul metodologic al instituției și cu normele referitoare la plagiat și conduită academică înainte de a începe documentarea propriu-zisă.
- *Organizați riguros sursele:* Încă din faza de cercetare, păstrați o evidență clară a surselor consultate. Puteți utiliza fișe de lectură sau aplicații specializate în gestionarea referințelor (precum Zotero, Mendeley, EndNote etc.).
- *Parafrazați cu discernământ:* Reformularea ideilor din alte lucrări trebuie să implice înțelegerea profundă a conținutului, nu doar modificarea superficială a textului. Nu omiteți referința, chiar dacă exprimarea este complet diferită.
- *Citați sursele vizuale:* Imaginile, graficele sau tabelele preluate trebuie însoțite de referințe bibliografice exacte. În anumite cazuri, este necesară și obținerea permisiunii explicite pentru reutilizare.
- *Evitați generalizările fără sursă:* Formulări precum „se știe că...” sunt riscante în scrierile academice. Dacă ideea are la bază o lucrare anume, menționați sursa chiar și în cazul unei opinii larg împărtășite.
- *Căutați validare din timp:* În situațiile ambigue, discutați deschis cu conducătorul științific. Un sfat oferit la momentul potrivit poate evita complicații ulterioare.

5.2. Cerințele tehnice de redactare și formatare a textului

Lucrările academice – fie că este vorba despre proiecte semestriale sau despre teze de master – vor fi redactate integral în format digital, utilizând aplicații de procesare a textului precum Microsoft Word sau alte editoare compatibile. Documentul final trebuie

pregătit pentru imprimare pe o singură față a foii, în format standard A4 (210 × 297 mm), cu o prezentare clară, lizibilă și uniformă din punct de vedere tipografic.

Setări tehnice recomandate pentru redactare:

- **Font:** Times New Roman
- **Dimensiune font:** 12 puncte pentru corpul textului
- **Spațiere între rânduri:** 1,5 linii
- **Aliniere text:** Justificată (aliniere completă la ambele margini)
- **Indentare paragraf:** 1,25 cm pentru prima linie a fiecărui paragraf
- **Margini pagină:**
    - Sus: 2,5 cm
    - Jos: 2,5 cm
    - Stânga: 3 cm
    - Dreapta: 1,5 cm
- **Numerotarea paginilor:** Paginile lucrării vor fi numerotate consecutiv, cu excepția paginii de titlu. Numerotarea începe cu pagina Adnotare (în cazul tezelor de master) sau Cuprins (în cazul proiectelor semestriale), care va purta numărul 2. Numerele de pagină se plasează central, în subsolul paginii (footer), folosind cifre arabe.

Recomandări utile pentru redactare și organizare:

- *Fișier unic de lucru:* Se recomandă redactarea întregii lucrări într-un singur fișier (.doc/.docx), pentru a evita pierderile de conținut și a facilita gestionarea structurii documentului.
- *Utilizarea stilurilor automate:* Aplicați stiluri predefinite pentru titluri și subtitluri (Heading 1, Heading 2 etc.) – această practică permite generarea automată a cuprinsului și a listelor de tabele/figuri, păstrând totodată unitatea vizuală a lucrării.
- *Verificări finale înainte de predare:* Este recomandat ca, înainte de tipărire sau transmitere electronică, masterandul să se asigure că toate elementele grafice, notele de subsol și formatarea apar corect în documentul final.

5.2.1. Utilizarea efectelor vizuale și a evidențierilor în text

Pentru păstrarea unui stil sobru și coerent, specific scrierilor academice, utilizarea elementelor vizuale în corpul textului trebuie să fie limitată și justificată prin scopuri funcționale clare. Nu se încurajează recurgerea la artificii grafice care pot distrage atenția de la conținutul propriu-zis.

- ***Linia de pauză:*** Este permisă în scopuri organizatorice, pentru delimitarea logică a unor idei sau subsecțiuni. Folosită cu măsură, contribuie la o structurare mai clară a textului.
- ***Alte efecte vizuale grafice:*** Nu se admit culori de text, umbre, chenare decorative, fundaluri colorate ori alte elemente de stil care nu sunt specifice redactării academice. Excepție fac elementele grafice inserate în capitole speciale (de ex., anexe, grafice, figuri), dar acestea trebuie însoțite de explicații și citări adecvate.
- ***Formatarea cu italic și bold:*** Se permite utilizarea caracterului italic pentru titluri de cărți, reviste, articole sau opere artistice, în conformitate cu standardele de citare adoptate. Textul bold poate fi folosit pentru titluri sau subtitluri din structurarea lucrării, dar nu este recomandat pentru accentuarea ideilor în textul narativ. Utilizarea acestor formate ar trebui să fie moderată, pentru a evita supraîncărcarea vizuală a documentului.
- ***Numerotarea și marcatorii tip bullet:*** Listele numerotate se utilizează pentru prezentarea unor etape, clasificări sau secvențe logice. Bullet points (•) sunt acceptate pentru listarea neierarhizată a unor elemente. Pe tot parcursul lucrării se va menține un format unitar: același tip de marcatori și același stil de numerotare (de exemplu, cifre arabe urmate de punct: „1.”, „2.”, etc.). Schimbarea stilului de listare în cadrul aceleiași lucrări trebuie evitată, deoarece afectează coerența vizuală și profesionalismul prezentării.

5.2.2. Utilizarea semnelor diacritice și a regulilor de punctuație

Respectarea normelor ortografice și de punctuație nu este o simplă formalitate, ci un semn clar de profesionalism și de rigoare academică. Acestea influențează direct lizibilitatea și percepția lucrării în ansamblu.

- ***Utilizarea semnelor diacritice:*** În lucrările redactate în limba română utilizarea caracterelor specifice limbii – ă, â, î, ș, ț – este obligatorie. Absența lor nu este doar un inconvenient tehnic, ci constituie o greșeală gramaticală care poate afecta evaluarea generală a lucrării.

Reguli de punctuație și spațiere:

- Înaintea semnelor de punctuație (virgulă, punct, punct și virgulă, două puncte, semnul exclamării, semnul întrebării, paranteze, ghilimele de închidere) nu se lasă spațiu.

  💡 *Exemplu corect:* cuvânt, propoziție.

  📌 *Exemplu incorect:* cuvânt , propoziție .

- După semnele de punctuație se lasă întotdeauna un spațiu.

💡 *Exemplu corect:* Propoziție completă. Urmează alta.

📌 *Exemplu incorect:* Propoziție completă.Urmează alta.

- Paranteze și ghilimele: Nu se lasă spații după deschiderea parantezelor sau ghilimelelor și nici înaintea închiderii acestora.

  💡 *Exemplu corect:* (text între paranteze), „text în ghilimele”.

  📌 *Exemplu incorect:* (text între paranteze), „ text în ghilimele ”.

Sfaturi utile pentru corectitudine lingvistică

💡 *Revedeți atent fiecare propoziție:* Diacriticele și semnele de punctuație corect plasate conferă textului o formă finală curată și ușor de parcurs. Sunt detalii care, deși par minore, pot face diferența în evaluare.

💡 *Lectura cu voce tare:* Uneori, citirea textului cu voce tare poate ajuta la identificarea punctuației greșite sau a frazelor care sună artificial. Este un exercițiu simplu, dar eficient.

5.3. Redactarea titlurilor și subtitlurilor

Titlurile, atât cele ale capitolelor, cât și ale subcapitolelor, trebuie formulate unitar, clar și logic, astfel încât să reflecte fidel conținutul fiecărui compartiment. O redactare coerentă a acestora contribuie la navigarea facilă în structură și susține coerența tematică a întregii lucrări.

Formatul titlurilor

- ***Capitole:*** Se scriu cu litere majuscule, folosind fontul Times New Roman, dimensiune 12 puncte, stil Bold, cu aliniere centrată. Nu se aplică sublinieri, culori sau alte efecte grafice.
- ***Subcapitole:*** Se redactează cu litere mici, exceptând inițiala fiecărui cuvânt semnificativ și numele proprii. Se utilizează același font (Times New Roman, 12 pct, Bold), cu aliniere la stânga.
- ***Subdiviziuni:*** Se scriu cu litere mici, aplicând majusculă doar pentru inițiala cuvintelor semnificative și a numelor proprii. Fontul recomandat este Times New Roman, 12 pct, cu format Bold Italic și aliniere la stânga. Acestea marchează un nivel inferior de organizare, care trebuie utilizat cu măsură, pentru a evita fragmentarea excesivă a textului.
- ***Fără punct final:*** Titlurile, indiferent de nivel, nu se încheie cu punct.

Numerotarea titlurilor

Se folosește numerotarea cu cifre arabe într-un sistem ierarhic, care indică structura internă a lucrării:

1. TITLUL CAPITOLULUI

1.1. Titlul Subcapitolului

1.1.1. Titlul Subdiviziunii (dacă este cazul; se recomandă evitarea fragmentării excesive pentru a nu îngreuna lectura)

Fiecare capitol principal va începe pe o pagină nouă. Subcapitolele și subdiviziunile continuă, în general, pe aceeași pagină, în funcție de spațiul disponibil.

Principii de formulare a titlurilor

Titlurile trebuie să fie concise și expresive, oferind o reprezentare fidelă a conținutului tratat. Ele nu ar trebui să exprime judecăți de valoare sau să includă formule generalizatoare.

- Pentru capitolele teoretice se recomandă formulări care reflectă latura conceptuală și metodologică, precum:
  - Fundamente teoretico-metodologice privind...
  - Abordări conceptuale asupra...
  - Modele teoretice în analiza...
- Pentru capitolele aplicative titlurile ar trebui să reflecte analiza contextualizată, demersul practic sau soluțiile dezvoltate:
  - Analiza comunicării digitale într-o campanie de interes public
  - Studiu aplicativ asupra brandingului instituțional
  - Evaluarea impactului unei campanii de responsabilitate socială

📌 **NOTĂ:** Evitați expresii precum „Importanța majoră...”, „Rolul determinant...”, „Impactul sporit...”, care pot induce o tentă subiectivă. De asemenea, formularea „Studiu de caz” nu va fi inclusă în titlul unui capitol, chiar dacă acesta conține o analiză practică.

📌 **PRECIZARE:** Secțiunile „Introducere” și „Concluzii” nu sunt numerotate și nu sunt tratate ca un capitol distinct. Totuși, titlurile lor vor respecta aceeași formatare ca în cazul capitolelor (font Times New Roman, 12 pct, Bold, centrat).

5.4. Inserarea tabelelor, figurilor și a graficelor

Elementele vizuale – tabele, grafice, figuri, diagrame, infografice sau imagini – contribuie semnificativ la prezentarea clară a ideilor și la susținerea argumentației, mai ales în lucrările care presupun analiza unor date complexe. Pentru a menține rigoarea științifică, inserarea acestora trebuie să respecte norme precise de numerotare, plasare și citare.

Numerotare și amplasare

- Toate elementele vizuale sunt numerotate consecutiv, conform structurii lucrării, indicând numărul capitolului și poziția elementului în cadrul acestuia.
- Exemple:
  - ***Tabelul 1.2.*** (al doilea tabel din Capitolul 1)
  - ***Figura 3.5.*** (a cincea figură din Capitolul 3)
- Numerotarea continuă în cadrul fiecărui capitol, iar fiecare element trebuie să apară imediat după prima sa menționare în text. Dacă dimensiunea depășește jumătate de pagină, se recomandă plasarea sa în Anexe.

Titluri de elemente vizuale și surse

- ***Tabelele:*** Titlul se plasează deasupra, aliniat la dreapta.
  - Sursa și numele autorului (dacă este cazul) se menționează imediat sub tabel, aliniat la dreapta.
- ***Figurile (inclusiv grafice, diagrame, infografice, imagini):*** Titlul sau legenda se plasează sub figură, centrat.
  - Sursa și numele autorului se indică sub legendă, aliniat la dreapta.

Tipuri de surse:

- Dacă elementul este preluat, se va cita sursa completă, conform stilului de citare utilizat.
- Dacă este elaborat de autor, se menționează: Sursa: Elaborat de autor. (Pentru un model, a se consulta Anexele 13 și 14)

Elemente vizuale în Anexe

- Tabelele și figurile plasate în anexe se numerotează în funcție de numărul anexei.
- Exemple:
  - ***Tabelul A 1.2.*** (al doilea tabel din Anexa 1)
  - ***Figura A 2.1.*** (prima figură din Anexa 2)

Recomandări pentru utilizare corectă

📌 **NOTĂ:** Fiecare element vizual trebuie comentat și analizat în corpul lucrării. Inserarea acestuia fără contextualizare este insuficientă și poate afecta coerența argumentației.

RECOMANDARE: Se recomandă utilizarea funcției „Insert Caption” (sau echivalentul din editorul utilizat) pentru titluri și numerotare. Aceasta facilitează actualizarea automată a listelor de figuri și tabele în Cuprins și reduce riscul erorilor de ordonare.

Modelele de prezentare a tabelelor și figurilor în textul proiectului semestrial și al tezei de master sunt disponibile în Anexa 12 și Anexa 13.

5.5. Stilul și limbajul de redactare

Calitatea unei lucrări academice nu este dată doar de conținutul său, ci și de modul în care acesta este exprimat. Stilul și limbajul adoptate în redactarea proiectelor semestriale și a tezelor de master joacă un rol esențial în asigurarea clarității, coerenței și credibilității științifice. Redactarea trebuie să respecte convențiile stilului academic: obiectivitate, precizie și rigoare formală.

5.5.1. Caracteristici generale ale stilului academic

Pentru ca o lucrare să fie percepută ca serioasă și convingătoare, aceasta trebuie redactată într-un limbaj adecvat contextului științific. Principalele trăsături ale stilului academic, menite să orienteze redactarea către claritate, obiectivitate și coerență, sunt următoarele:

a) Impersonalitate și obiectivitate:

Textul trebuie redactat într-un registru impersonal, evitând exprimările subiective sau formulele evaluative. Opiniile autorului trebuie susținute prin argumente științifice bine fundamentate. Se recomandă utilizarea diatezei pasive sau a persoanei I plural („considerăm că...”, „vom analiza...”), în locul persoanei I singular, pentru a păstra tonul neutru și a sugera o perspectivă colectivă asupra cercetării.

b) Claritate și concizie:

Propozițiile vor fi formulate clar și succint, evitându-se frazele lungi sau încărcate de subordonări. Fiecare paragraf ar trebui să trateze o singură idee centrală, preferabil introdusă printr-o propoziție-cheie. Redundanțele și exprimările ambigue trebuie evitate pentru a nu afecta fluența lecturii.

c) Precizie terminologică:

Este important să se utilizeze un vocabular adecvat domeniului, fără expresii vagi sau generalizări lipsite de sursă (de exemplu, „unele studii arată că...”, „se consideră că...”). Orice afirmație bazată pe opinii, teorii sau rezultate de cercetare trebuie însoțită de o citare exactă a sursei.

d) Acuratețe gramaticală și punctuațională:

Respectarea regulilor gramaticale ale limbii române este esențială: acorduri, timpurile verbale, punctuația, utilizarea corectă a ghilimelelor pentru citate. Erorile gramaticale –

de la omisiunea diacriticelor la folosirea greșită a adverbului „decât” sau apariția cacofoniilor – sunt considerate inadmisibile în context academic. Stilul îngrijit transmite nu doar profesionalism, ci și respect față de cititor.

5.5.2. Utilizarea vocabularului de specialitate

Redactarea unei lucrări academice în domeniul relațiilor publice și publicității presupune utilizarea unui limbaj de specialitate adecvat, care reflectă atât rigoarea științifică, cât și apartenența profesională la acest câmp de cunoaștere. Metalimbajul utilizat trebuie să fie coerent, echilibrat și adaptat tipului de conținut prezentat.

Vocabularul specific se poate grupa în trei registre complementare:

a) Lexicul de uz general:

Reprezintă baza discursului academic, asigurând coerența logică și fluiditatea exprimării. Include termeni și expresii utilizate frecvent în diverse contexte stilistice, care exprimă operații cognitive fundamentale, precum: *a analiza, a demonstra, adecvat, consecință, principiu, rezultat*.

b) Vocabularul științific general:

Acest strat terminologic cuprinde noțiuni recurente în limbajul științei, indiferent de disciplină. Termeni precum *analiză, efect, metodă, sistem, proces* sunt parte din fondul conceptual al discursului academic și, adesea, provin din lexicul internațional.

c) Terminologia de specialitate:

Specificul domeniului impune utilizarea corectă a termenilor tehnici proprii relațiilor publice, comunicării, publicității, jurnalismului și informării. Expresii precum *brand, target, stakeholder, media planning, copywriting, comunicare de criză* nu doar că definesc fenomene concrete, dar reflectă și nivelul de familiaritate a autorului cu practica profesională. Termenii mai puțin cunoscuți sau nou introduși în limbajul de specialitate vor fi explicați fie în notele de subsol, fie printr-un glosar anexat lucrării.

5.5.3. Aspectele gramaticale specifice stilului academic

Stilul academic presupune nu doar alegerea atentă a cuvintelor, ci și o serie de opțiuni gramaticale specifice care susțin obiectivitatea și claritatea exprimării. Dintre acestea, se remarcă următoarele trăsături:

a) Substantive abstracte și deverbale:

Se utilizează frecvent substantive care exprimă concepte generale sau procese (ex.: elaborare, studiere, atribuire), contribuind la tonul impersonal și la caracterul nominalizat al discursului științific.

b) Adjective:

Predomină adjectivele categoriale, care permit clasificarea sau delimitarea conceptuală (ex.: funcțional, metodologic, instituțional). Se evită folosirea superlativului absolut, întrucât acesta adaugă o tentă subiectivă neadecvată într-un context academic.

c) Pronume și forme verbale:

Pronume nepersonale: Se întâlnesc frecvent pronume demonstrative (acesta, aceasta), relative (care, ce) sau nehotărâte (unii, anumite), care sprijină formularea generală și obiectivă a ideilor.

Pronume personale: Utilizarea persoanei a doua (singular sau plural) este evitată. În schimb, persoana I plural („noi") este preferată în exprimarea concluziilor sau a intențiilor metodologice, marcând fie o asumare colectivă, fie modestia științifică.

Construcții impersonale: Se recurge frecvent la formulări neutre, precum *se observă*, *se concluzionează*, *se determină*, care evită indicarea explicită a agentului și întăresc tonul obiectiv.

d) Timpurile verbale:

Prezentul indicativ este cel mai des folosit, în special în forma sa atemporală, pentru formulări generale, definiții sau idei universal valabile. Este adecvat în Introducere, Concluzii și în interpretarea teoriilor.

Trecutul este utilizat în contexte care fac trimitere la cercetări anterioare, descrieri de metodologii aplicate sau rezultate obținute din investigații empirice.

e) Diateza pasivă și forma reflexivă impersonală:

Aceste construcții contribuie la menținerea unui ton neutru, lipsit de marcatori personali, și sunt frecvent utilizate în exprimarea concluziilor sau a acțiunilor procesuale. Exemple frecvente includ: *înregistrările au fost efectuate, se notează, se constată*.

5.5.4. Structura sintactică a frazei

Stilul academic se caracterizează printr-o construcție frazeologică atentă, menită să susțină claritatea ideilor și coerența argumentativă. Organizarea frazelor nu este întâmplătoare, ci reflectă o logică internă care facilitează înțelegerea și valorizarea conținutului științific. Printre trăsăturile sintactice frecvente se numără:

a) Propoziții regente dezvoltate:

Se remarcă o utilizare constantă a propozițiilor bogate în determinanți – atribute, complemente circumstanțiale – care permit explicarea detaliată a conceptelor și a relațiilor dintre ele.

b) Prepoziții și conjuncții:

Sunt preferate structurile introduse prin prepoziții și conjuncții subordonatoare, dar și prin locuțiuni prepoziționale și conjuncționale, precum *conform, datorită, în vederea, cu privire la, în conformitate cu*. Atunci când introduc complemente antepuse predicatului, acestea se pot separa prin virgulă.

c) Ordine logică a frazelor:

Succesiunea propozițiilor urmează o progresie logică, în care fiecare enunț dezvoltă sau clarifică ideea precedentă. Această coerență internă este esențială pentru fluiditatea textului și pentru construirea unei argumentații solide.

d) Construcții incidente:

Expresii ca *prin urmare, de exemplu, în concluzie, în general* sunt frecvent folosite pentru a introduce observații, explicații sau concluzii intermediare. Ele se izolează întotdeauna prin virgulă, indiferent de poziția în frază.

e) Fraze complexe:

Subordonatele explicative, cauzale, condiționale, concesive sau temporale sunt des întâlnite, întrucât permit formulări nuanțate și legături logice între idei. Regulile de punctuație trebuie respectate riguros în funcție de tipul și poziția acestora în frază.

f) Construcții redundante deliberate:

În anumite contexte, mai ales în definirea noțiunilor sau în explicarea termenilor tehnici, se admit structuri aparent redundante, menite să maximizeze claritatea.

- Exemplu: *„Un produs informațional este un produs program sau rezultatul executării acestuia pe calculator.”*

Recomandări și sugestii practice privind stilul și limbajul de redactare

📌 **Verificare lingvistică riguroasă:** Asigurați-vă că textul este lipsit de erori gramaticale, ortografice și de punctuație. Folosiți instrumente automate de verificare, dar apelați și la o lectură atentă, de preferință realizată de o persoană neutră.

💡 **Claritate înainte de complexitate:** Evitați frazele încărcate sau structurile gramaticale inutile. Chiar dacă stilul academic presupune un anumit nivel de formalitate, claritatea exprimării trebuie să rămână prioritară.

📌 **Consistență terminologică:** Odată ce un termen de specialitate este introdus, folosiți-l constant în toată lucrarea. Evitați sinonimele, cu excepția cazurilor în care diferențierea este justificată conceptual.

💡 **Exemple aplicate:** În proiectele cu caracter profesional, susțineți expunerea teoretică prin exemple și aplicații din domeniile comunicării, relațiilor publice sau publicității. Acestea consolidează relevanța și aplicabilitatea demersului.

📌 **Evitarea limbajului colocvial:** Evitați argoul, expresiile jurnalistice sau colocviale. Lucrarea trebuie redactată într-un registru formal, profesional.

💡 **Folosirea corectă a lui „decât” și „doar”:** Rețineți că *decât* se folosește doar în construcții negative *(„nu am decât...”*), iar *doar* este preferat în toate celelalte cazuri *(„am doar un exemplu”*).

5.6. Citarea surselor și prezentarea referințelor bibliografice

Orice lucrare științifică se întemeiază pe rezultatele și ideile cercetărilor anterioare. În acest sens, citarea surselor utilizate și prezentarea referințelor bibliografice nu constituie doar o cerință formală, ci reflectă respectul față de munca intelectuală a altora și asigură transparența procesului de cercetare. Includerea corectă a datelor bibliografice permite cititorului să evalueze veridicitatea informațiilor, să înțeleagă poziționarea autorului într-un context științific mai larg și să identifice apartenența teoretică a lucrării.

Omiterea sau prezentarea eronată a surselor poate duce la acuzații de plagiat, una dintre cele mai grave forme de încălcare a eticii academice.

Citarea îndeplinește mai multe funcții esențiale:

- Atribuie recunoaștere publică autorilor ale căror idei sau rezultate au fost utilizate.
- Oferă cititorilor acces la sursele originale, în vederea aprofundării.
- Sprijină credibilitatea lucrării și a poziției autorului.
- Contribuie la integrarea lucrării într-un cadru științific deja constituit.

Citările sunt necesare în următoarele situații:

- La redarea exactă a unor fragmente de text, formule, grafice sau tabele preluate.
- La utilizarea de idei, metode, principii sau interpretări ale altor autori.
- În analizele critice ale conținutului altor publicații.
- Atunci când se dorește orientarea cititorului către alte lucrări relevante.

Ce informații trebuie citate:

- Fragmente de text reproduse textual, încadrate de ghilimele.
- Idei parafrazate sau rezumate, indiferent de gradul de reformulare.
- Date statistice, reprezentări grafice, scheme, tabele.
- Surse electronice: pagini web, publicații digitale, postări în spațiul online arhivat.

📌 **NOTĂ:** Orice afirmație importantă dintr-o lucrare științifică ar trebui susținută printr-o referință clară, plasată în text conform metodei de citare stabilite în prezentul ghid.

Citarea reprezintă o practică indispensabilă în redactarea lucrărilor academice și presupune respectarea unor norme clare de acuratețe, coerență și rigoare documentară. Citarea în text are rolul de a indica succint sursa utilizată și trimite cititorul către referința completă, prezentată în lista bibliografică finală. Corelația dintre citare și referință trebuie să fie clară, consecventă și verificabilă.

5.6.1. Stilurile de citare

În Republica Moldova, standardul internațional ISO 690 a fost adoptat ca standard național sub denumirea *SM ISO 690:2022 — Informare și documentare. Reguli pentru prezentarea referințelor bibliografice și citarea resurselor de informare*. Acesta oferă un cadru unitar pentru redactarea referințelor bibliografice și aplicarea citărilor în toate domeniile științifice.

Deși în practica internațională există o varietate de stiluri de citare (APA, MLA, Chicago, IEEE etc.), standardul *SM ISO 690:2022* oferă opțiuni standardizate care permit o abordare coerentă și consecventă în cadrul unei lucrări științifice. Alegerea unui singur sistem și aplicarea sa uniformă pe parcursul întregii lucrări sunt condiții esențiale pentru asigurarea rigorii academice.

Pentru proiectele semestriale și tezele de master, se recomandă alegerea uneia dintre cele două metode prezentate mai jos: *sistemul nume-dată (Harvard)* sau *sistemul numeric*.

Ambele metode sunt conforme cu prevederile standardului SM ISO 690:2022 și sunt explicate în detaliu în Ghidul practic *Prezentarea referințelor bibliografice și citarea resurselor de informare* (Chișinău, 2023). Stilul de citare ales trebuie aplicat unitar, fără alternări între sisteme sau formate diferite.

5.6.2. Sistemele de citare: reguli pentru text și bibliografie

Pentru elaborarea proiectelor semestriale și a tezelor de master, masterandul va selecta, la începutul redactării, unul dintre cele două sisteme de citare descrise mai jos și îl va aplica consecvent în întreaga lucrare.

A. Sistemul nume–dată (Harvard)

Sistemul nume–dată, cunoscut și sub denumirea de sistemul Harvard, presupune menționarea autorului și a anului apariției sursei în text, între paranteze. Lista completă a referințelor se regăsește la finalul lucrării, ordonată alfabetic după numele autorilor.

Citarea în text (sistemul nume–dată):

- Dacă numele autorului este menționat în mod natural în text, anul apariției se trece imediat după acesta, între paranteze.

- *Exemplu:*

  Sociologul belgian Armand Mattelart (1997) afirma că după ce în sec. XVIII comunicarea a fost în avangarda schimbărilor naționale, în sec. XIX s-a produs în calitate de agent al civilizării.

- Dacă autorul nu este menționat în text, atât numele, cât și anul se scriu între paranteze rotunde.

  - *Exemplu:*

  Unii cercetători abordează acțiunea colectivă drept un set de procese comunicaționale ce implică ștergerea hotarelor dintre viața publică și privată (Bimber et al., 2005).

  Evaluarea pluralismului audiovizual extern în Republica Moldova indică un risc scăzut, cu un scor mediu de 1,98 puncte, ceea ce reflectă existența unui cadru normativ adecvat, aplicat însă neuniform (Bunduchi și Stati, 2025).

- Atunci când este necesară indicarea unei locații specifice din sursă (pagină, capitol etc.), aceasta se precizează după anul apariției.

  - *Exemplu:*

  Galaxia Gutenberg „nu a putut să exprime cultura erei informației" (Castells, 2002, p. 396).

- Dacă același autor are mai multe lucrări publicate în același an, acestea se diferențiază prin litere mici după an (ex.: 2020a, 2020b).

  - *Exemplu:*

  Globalizarea, proiectată în câmpul comunicării mediatice, este fructificată într-o multitudine de procese intercorelate care marchează (benefic sau malefic) securizarea spațiilor mediatice naționale (Marin, 2017a).

Lista de referințe în sistemul nume-dată:

Referințele sunt ordonate alfabetic după numele autorilor. Anul apariției urmează imediat numelui, între paranteze rotunde.

1. BIMBER, Bruce, FLANAGIN, Andrew, and STOHL, Cynthia. (2005). Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment. *Communication Theory*, vol. 15, no.4, pp. 365-388.
2. BUNDUCHI, Ion și STATI, Vasile. (2025). *Pluralismul audiovizual extern în Republica Moldova*. Online. Chișinău: APEL. Disponibil: https://apel.md/wp-content/uploads/2025/07/Studiu-privind-pluralismul-audiovizual-extern-in-Republica-Moldova.pdf [accesat 2025-06-24]

3. CASTELLS, Manuel. (2002). *La nascita della societa in rete*. Milano: EGEA.
4. MARIN, Constantin. (2017a). *Comunicarea internațională*. Chișinău: CEP USM.
5. MATTELART, Armand. (1997). *La comunicazione-mondo*. Milano: Il Saggiatore.

B. Sistemul numeric

Sistemul numeric presupune inserarea în text a unor cifre între paranteze pătrate, corespunzătoare surselor bibliografice numerotate în ordinea primei apariții. La fiecare nouă menționare a unei surse deja citate se utilizează același număr ca la prima menționare. Dacă se face trimitere la o porțiune specifică din sursă (pagină, capitol etc.), aceasta se precizează după număr.

Citarea în text (sistemul numeric):

- Sursele se marchează numeric, în ordinea cronologică a primei apariții în text.
- Numerele sunt plasate între paranteze pătrate [ ].
- În cazul citării unei părți specifice din sursă, se adaugă numărul paginii, de exemplu: [13, p. 556].
    - Exemple:

    Lucien Sfetz [4] consideră comunicarea instituțională ca parte integrantă a oricărei organizații, subliniind funcția sa de a reflecta și comunica legitimitatea, principiile, identitatea, obiectivele și performanțele instituției.

    James W. Carey își propune să redefinească scopul studiilor de comunicare, înlocuind căutarea legilor deterministe ale comportamentului cu o misiune mai simplă, dar mult mai provocatoare: „extinderea conversației umane prin înțelegerea a ceea ce spun ceilalți" [1, p. 9].

    Funcția comunicativă prevalează când este vorba de dezvoltarea „calităților integrative ale comunității" [5, p. 10], atingerea consensului, înlăturarea divergențelor etc., modelând în permanență societatea în devenire [1, p. 13], care ar putea fi anume ceea ce se numește „comunitate".

    Conform analizei realizate de Pythagoras N. Petratos și Alessio Faccia [3], termenii *fake news*, *misinformation* și *disinformation* desemnează forme diferite de informație eronată sau înșelătoare, cu trăsături conceptuale și implicații distincte.

    Așa cum a explicat Habermas, „acțiunea comunicativă poate fi înțeleasă ca un proces circular, în care actorul este atât inițiatorul ce controlează situațiile prin

acțiuni responsabile, cât și produsul tradițiilor în care stă, al grupurilor de care aparține și al proceselor de socializare în care crește" [2, p. 129].

Lista de referințe în sistemul numeric:

1. CAREY, James. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. 2nd Edition. Boston: Unwin Hyman, 2009.
2. HABERMAS, Jürghen. *Conștiința morală și acțiunea comunicativă*. București: All Educational, 2000.
3. PETRATOS, P. N., and FACCIA, A. Fake news, misinformation, disinformation and supply chain risks and disruptions: Risk management and resilience using blockchain. *Annals of Operations Research*. 2023, vol. 327, no. 2, pp. 735–762. https://doi.org/10.1007/s10479-023-05242-4
4. SFEZ, L. *O critică a comunicării*. București: Comunicare.Ro, 2002.
5. TOMASI, Luigi (ed.). *The local community. A sociological Interpretation of European Localism*. Milano: Franco Angeli, 1996.

5.6.3. Utilizarea citatelor directe: reguli, limite și formatare

În redactarea proiectelor semestriale și a tezelor de master, utilizarea citatelor directe reprezintă o practică permisă, dar care necesită rigoare și justificări clare pentru a asigura integritatea academică și originalitatea textului. Citatele directe ar trebui folosite cu moderație și doar atunci când formularea originală a unei surse este indispensabilă pentru argumentația proprie, demonstrând o înțelegere profundă a textului preluat.

Principii de utilizare a citatelor directe:

1. ***Scopul citării:*** Se recurge la citarea directă în special pentru:
   - redarea definițiilor exacte sau a unor formulări legislative/reglementare;
   - prezentarea unor afirmații-cheie, argumente fundamentale sau concepte specifice ale unui autor, a căror alterare ar denatura sensul original;
   - analiza detaliată a limbajului, stilului sau a anumitor fragmente textuale din sursa originală;
   - evitarea interpretărilor greșite ale unor idei complexe.
2. ***Diferențierea citatelor scurte și lungi:***
   - Citatele scurte: Fragmentele de text care nu depășesc, de regulă, 30-40 de cuvinte sau 3-4 rânduri se integrează în corpul paragrafului, se plasează între ghilimele („ ") și sunt urmate imediat de referința bibliografică conform stilului de citare adoptat.

- *Exemplu*

Unii autori susțin că, pentru a-și păstra libertatea și autonomia în afacerile publice și private, oamenii trebuie să continue să trăiască într-un univers „asemănător cu ceea ce-a fost reprezentat până astăzi de societatea civilă" (Marin, 2002, p. 5).

- Citatele lungi (blocuri de text sau "block quotes"): Fragmentele care depășesc lungimea specificată pentru citatele scurte, de regulă, de 40 de cuvinte sau mai mult, sau 5 rânduri ori mai mult, se formatează ca blocuri de text separate de corpul lucrării. Acestea se inserează pe un rând nou, se indentează de la marginea din stânga (de obicei cu 1.25 cm), nu se utilizează ghilimele (formatarea ca bloc semnalând citatul direct) și sunt urmate de referința bibliografică plasată la finalul blocului.

  - *Exemplu*

Constantin Marin analizează apariția și evoluția inițiativelor societății civile în țările postcomuniste, subliniind limitările acestora în absența unui suport adecvat:

Inițiativele remarcate, neîndoielnic semnificative, totuși nu pot fi supraestimate. Ele, în opinia noastră, trebuie catalogate mai curând ca o pledoarie în țările din această parte a lumii în favoarea edificării societății civile. Neavând suportul politic, economic, juridic și cultural adecvat, aceste inițiative au purtat un caracter sporadic sau au fost, în viziunea scriitorului maghiar Mikloș Haraszti, unul dintre liderii Alianței Liberilor Democrați, „izolate". Societatea civilă în adevăratul sens al cuvântului, observă el, ca un „efort colectiv de a reduce pretențiile și prerogativele statului autoritarist", se produce în stadiile posttotalitare și postcomuniste. (Marin, 2002, p. 6)

3. ***Prioritatea parafrazei și a rezumatului:*** În general, se încurajează parafrazarea și rezumarea ideilor preluate din alte surse. Această practică demonstrează capacitatea de înțelegere, sinteză și integrare a informației în propriul discurs științific. Prin parafrazare se reformulează ideile autorului în propriile cuvinte, menționând întotdeauna sursa originală.

   - *Exemplu*

Constantin Marin (2002) sugerează că, deși acțiunile inițiale ale societății civile în țările din Europa de Est au fost importante, ele nu ar trebui supraestimate. Acestea au reprezentat mai degrabă o încercare de a construi societatea civilă. Din cauza lipsei unui sprijin adecvat la nivel politic, economic, juridic și cultural, aceste eforturi au rămas sporadice sau izolate, așa cum a observat Mikloș Haraszti. Potrivit lui Marin, societatea civilă autentică, înțeleasă ca un demers colectiv de a limita puterea statului autoritar, s-a dezvoltat cu adevărat în perioadele de tranziție posttotalitară și postcomunistă (Marin, 2006, p. 6).

4. ***Limitele utilizării și originalitatea:*** Nu există un procentaj fix, universal valabil, pentru volumul maxim de citate directe dintr-o lucrare academică. Totuși, un procentaj excesiv de citate, chiar dacă sunt corect atribuite, poate fi interpretat ca o lipsă a contribuției originale și a analizei proprii. Softurile antiplagiat sunt utilizate pentru a detecta similaritatea textuală, iar un procentaj ridicat de text identic (chiar și din citate corect referențiate) poate indica necesitatea unei prelucrări mai aprofundate a surselor. Obiectivul este ca vocea și argumentația autorului tezei să prevaleze.
5. ***Contextualizarea citatelor:*** Fiecare citat direct trebuie să fie introdus corespunzător, analizat și interpretat în contextul argumentului propriu. Un citat nu trebuie să stea izolat, ci să contribuie la dezvoltarea ideilor din lucrare.

5.6.4. Redactarea listei bibliografice finale (Referințe bibliografice)

Lista bibliografică, intitulată ***Bibliografie*** sau ***Referințe bibliografice***, se include la finalul lucrării, imediat după Concluzii și înainte de Anexe. Aceasta cuprinde toate sursele efectiv citate în text, precum și, opțional, alte surse relevante care au contribuit la fundamentarea științifică a lucrării.

Reguli generale de redactare:

- ***Ordinea referințelor:*** Alfabetic, după numele primului autor (sau după titlu, în lipsa autorului).
- ***Completitudine:*** Fiecare referință trebuie să includă toate elementele necesare identificării sursei: autori, titlu, locul și anul publicării, editura, pagini, identificatori unici etc.
- ***Indentare:*** Se recomandă folosirea indentării de tip „hanging indent” (1,25 cm pentru rândurile secundare ale fiecărei referințe).
- ***Punctuație:*** Elementele referinței se separă clar prin semne de punctuație standard (punct, virgulă, două puncte, paranteze etc.). Fiecare referință se încheie cu punct.
- ***Formatarea titlurilor:*** Titlurile lucrărilor (cărți, reviste, rapoarte) se scriu cu caractere italice, respectând ortografia originală.
- ***Autori și editori:***
    - Numele de familie se scriu cu majuscule, în ordinea din lucrarea citată.
    - Ultimul autor este precedat de conjuncția „și” (sau echivalentul din limba sursei).

- Dacă sunt până la 5 autori, se indică toți. Dacă sunt mai mulți, se menționează primii 5, urmați de „și al.”, „et al.” sau „и др.”, în funcție de limba lucrării.
- În cazul resurselor instituționale, numele instituției se scrie integral cu majuscule și are rolul de autor.
- Editura necunoscută se notează cu „s.n.” (subiect neidentificat).
- Pentru lucrări colective (ex.: dicționare, anuare, enciclopedii) fără autori evidenți, referința începe cu titlul lucrării.

- ***Ediția:*** Se indică ediția dacă este alta decât prima.
- ***Surse dinamice (online):***
  - Se menționează data completă a accesării („Accesat la:…”).
  - Se utilizează fidel una dintre etichete, precum „Vizualizat”, „Accesat”, „Data citării”, adaptate limbii sursei.
- ***Număr de pagini:*** Se include pentru a cita locația exactă a părții componente (articol, capitol) din resursa de informare.
- ***Identificatori unici***: Se includ obligatoriu (ex.: ISBN, ISSN, DOI), dacă sunt disponibili.
- ***Eticheta „In”:*** Se folosește pentru identificarea articolelor din volume colective sau capitole din cărți. Nu se aplică pentru articole din reviste sau ziare.

Exemple de redactare a referințelor bibliografice pot fi consultate în Anexa 14.

VI. STAGIILE DE PRACTICĂ

6.1. Scopul stagiilor de practică

O componentă esențială a formării universitare la ciclul II (masterat) este antrenarea studenților în aplicarea concretă a cunoștințelor teoretice acumulate. Scopul fundamental al practicii este de a le permite acestora, prin implicare directă în activitatea profesională, să dezvolte deprinderile și abilitățile necesare pentru exercitarea calificată a profesiei.

Practica masteranzilor presupune aplicarea cunoștințelor teoretice în cadrul unor organizații și instituții relevante pentru domeniul relațiilor publice și publicității din Republica Moldova. Locațiile de practică pot include instituții mass-media, agenții de publicitate, organizații guvernamentale și non-guvernamentale, agenții de presă, centre de cercetare, edituri, biblioteci, centre de informare și documentare, precum și alte structuri compatibile cu profilul de formare oferit de Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova.

Practica de specialitate este obligatorie, fiind evaluată și creditată ca orice altă disciplină din planul de învățământ, cu o valoare de 12 credite (360 de ore). Aceasta se desfășoară în semestrul III pentru programul de master forma de studii cu frecvență și în semestrul IV pentru programul de master cu forma de studii la distanță.

Stagiul de practică din cadrul programului de master *Relații publice și publicitate* are un rol central în pregătirea profesională a studenților. Acesta nu este doar o etapă formală a programului de studii, ci reprezintă o oportunitate reală de integrare într-un mediu profesional autentic, în care studenții pot testa și perfecționa competențele dobândite în timpul anilor de formare.

Scopul acestui stagiu este de a facilita tranziția de la teorie la practică și de a stimula dezvoltarea competențelor operaționale în comunicare publică, branding, relații cu mass-media, planificare strategică sau campanii integrate. Prin contactul direct cu profesioniștii în acest domeniu masteranzii își consolidează abilitățile practice, învață să lucreze în echipă și se familiarizează cu cerințele reale ale pieței muncii.

Practica de cercetare este o altă componentă esențială a programului de master, destinată în special elaborării tezei de master. Aceasta are ca scop dezvoltarea competențelor analitice, metodologice și reflexive necesare pentru desfășurarea unei cercetări științifice riguroase.

Această practică se concentrează pe documentarea temeinică a temei alese, formularea ipotezelor, selectarea metodelor adecvate și pe colectarea datelor relevante. Totodată, sprijină aprofundarea relației dintre teorie și practică, încurajând gândirea critică și autonomia intelectuală a studentului.

Practica de cercetare este creditată cu 6 credite (180 de ore) și se desfășoară în semestrul IV atât pentru programul de master forma de învățământ cu frecvență, cât și pentru forma de învățământ la distanță.

6.2. Administrarea stagiilor de practică

Administrarea stagiilor de practică este organizată în conformitate cu *Planul de învățământ valabil pentru anul universitar 2025–2026* al programului de master *Relații publice și publicitate*. Structura, durata și cerințele pot suferi adaptări în funcție de planul de învățământ aplicabil fiecărei generații de studenți, precum și în funcție de forma de organizare a studiilor – cu frecvență sau la distanță.

Nr. d/o	Tipul stagiului de practică	Sem.	Durata				Perioada	Număr de credite
			Săptămâni	Ore total	Contact direct	Studiul individual		
Studii cu frecvență								
1.	Practica de specialitate	3	6	360	260	100	Noiembrie – Decembrie	12
2.	Practica de cercetare	4	6	180	-	180	Aprilie – Mai	6
	Total		**12**	**540**	**260**	**280**		**18**
Studii la distanță								
1.	Practica de specialitate	4	6	360	260	100	Aprilie – Mai	12
2.	Practica de cercetare	4	3	180	-	180	Mai	6
	Total		**9**	**540**	**260**	**280**		**18**

Responsabilitatea organizării și desfășurării practicii masteranzilor revine Departamentului Comunicare și Teoria Informării și fiecărui cadru didactic (conducător al tezei de master).

Responsabilii de practică pe programe de studii coordonează împreună cu conducătorul ştiinţific al tezei locul de desfăşurare a practicii de specialitate, misiunile practice şi evaluarea practicii.

Practica se desfăşoară în instituţii de comunicare, media, unităţi economice, centre de informare şi documentare, editoriale, structuri de cercetare care au domeniul principal de activitate relevant pentru programul de master. Practica se poate efectua şi în cadrul laboratoarelor de la facultăţile din reţeaua universitară acreditată, precum şi în biblioteci.

Masteranzii care sunt angajaţi pot efectua practica la locul de muncă, dacă sunt asigurate condiţiile pentru acumularea competenţelor prevăzute şi dacă instituţiile / organizaţiile angajatoare se încadrează în prevederile Regulamentului cu privire la organizarea stagiilor de proctică.

📌 **NOTĂ:** Administrarea stagiilor de practică corespunde informaţiilor din planurile de învăţământ ale programelor de master la Facultatea de Jurnalism şi Ştiinţe ale Comunicării a USM.

6.3. Practica de specialitate

6.3.1. Obiectivele generale ale practicii de specialitate

Prin îndeplinirea obiectivelor stagiul de practică îşi propune să ofere studenţilor o experienţă comprehensivă şi să contribuie la formarea lor ca specialişti în măsură să abordeze provocările din industria relaţiilor publice şi publicităţii.

Obiectivele principale ale stagiului de practică:

1. ***Aplicarea cunoştinţelor teoretice:*** Permite studenţilor să aplice conceptele, teoriile şi metodele învăţate în cadrul cursurilor academice într-un context real. Astfel, se consolidează înţelegerea şi relevanţa cunoştinţelor teoretice în practică.
2. ***Dezvoltarea abilităţilor profesionale:*** Oferă ocazia de a dezvolta abilităţi esenţiale pentru industrie, cum ar fi redactarea de materiale de comunicare, gestionarea campaniilor publicitare, interacţiunea cu mass-media şi gestionarea relaţiilor publice.
3. ***Pregătire pentru carieră:*** Stagiul de practică serveşte ca un pas important în tranziţia de la mediul academic la cel profesional. Acesta oferă studenţilor experienţa necesară pentru a fi pregătiţi să îşi înceapă cariera în domeniul relaţiilor publice şi publicităţii.
4. ***Experienţă în mediul profesional:*** Furnizează studenţilor oportunitatea de a experimenta şi înţelege mediul profesional specific domeniului lor de studiu, contribuind la adaptarea şi pregătirea pentru cerinţele pieţei muncii.

5. ***Construirea rețelei profesionale:*** Oferă șansa de a construi relații profesionale cu practicieni din industrie, colegi de muncă și cu potențiali angajatori. Aceste conexiuni pot fi valoroase pentru dezvoltarea unei cariere de succes.
6. ***Testarea interesului și potențialului profesional:*** Ajută studenții să-și testeze aptitudinile și să-și descopere interesele într-un mediu real de lucru, oferindu-le posibilitatea de a lua decizii informate cu privire la viitoarele direcții profesionale.
7. ***Integrarea eticii și responsabilității profesionale:*** Permite studenților să se confrunte cu dileme etice și să înțeleagă responsabilitățile profesionale în domeniul relațiilor publice și publicității.
8. ***Creșterea competitivității pe piața muncii:*** Stagiul de practică oferă absolvenților un avantaj competitiv pe piața muncii, adăugând experiență practică relevată în domeniu la CV-ul lor academic.
9. ***Feedback și evaluare personalizată:*** Furnizează studenților feedback și evaluări personalizate din partea profesioniștilor din domeniu, contribuind la dezvoltarea lor continuă și la identificarea punctelor forte și a domeniilor care necesită îmbunătățiri.
10. ***Contribuție la proiecte reale:*** Oferă ocazia de a contribui la proiecte reale din industrie, permițând studenților să își aducă contribuția la soluționarea problemelor și la atingerea obiectivelor organizaționale.
11. ***Înțelegerea mai profundă a industriei:*** Permite studenților să obțină o înțelegere mai profundă a modului în care funcționează industria relațiilor publice și publicității în practică, incluzând tendințe, tehnologii și strategii actuale.
12. ***Contribuție la educația continuă:*** Stagiul de practică oferă, de asemenea, oportunități de învățare continuă. Studenții pot identifica tendințe emergente, noi tehnologii și practici inovatoare în domeniul lor de specializare.

Practica de specialitate la nivelul studiilor de masterat este nemijlocit legată de realizarea părții aplicative a tezei de master. Obiectivele stagiului de practică rezultă din statutul tezei de master – teză de cercetare sau proiect profesional.

Evaluarea finală a studentului se realizează de conducătorul practicii din partea Departamentului în colaborare cu specialistul, îndrumătorul de practică din partea bazei de practică.

Practica de specialitate la nivelul studiilor de masterat este ajustată finalităților concrete ale programului de master.

6.3.2. Etapele organizării și desfășurării practicii de specialitate

1. Confirmarea locului de practică

Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării sprijină masteranzii în identificarea instituțiilor și organizațiilor de profil relevante pentru domeniul relațiilor publice și

publicității. Studenții își pot alege individual baza de practică, cu condiția ca domeniul de activitate al instituției să fie compatibil cu specializarea. Coordonatorul de practică poate oferi sprijin în caz de dificultăți.

Repartizarea oficială se realizează prin ordinul emis de prorectorul pentru activitatea didactică și studențească, în baza propunerii facultății. Acest document menționează instituția, perioada, tipul de practică și persoanele responsabile.

Modelul Convenției de parteneriat pentru desfășurarea stagiilor de practică este disponibil în Anexa 21.

Modelul Contractului privind stagiile de practică la ciclul II este disponibil în Anexa 22.

2. Informarea și pregătirea pentru practică

Înainte de începerea stagiului, se organizează o ședință informativă unde se discută:

- locația și responsabilul de practică din partea instituției;
- așteptările și responsabilitățile masteranzilor;
- modul de completare a portofoliului de practică;
- criteriile de evaluare;
- alte detalii relevante pentru buna desfășurare a stagiului.

Studenții pot formula obiective suplimentare, discutate cu coordonatorii de practică sau cu mentorii din instituții.

3. Inițierea în cadrul instituției de practică

În prima zi, mentorul desemnat va discuta cu masterandul despre:

- programul activităților;
- obiectivele urmărite;
- competențele ce urmează a fi dezvoltate.

Planificarea poate fi ajustată în funcție de evoluția stagiului și de nevoile profesionale.

4. Desfășurarea stagiului de practică

Masterandul va derula activități specifice domeniului comunicării, sub îndrumarea mentorului. Acestea pot include: redactarea comunicatelor, elaborarea de strategii de PR, monitorizarea media, participarea la evenimente de comunicare etc.

La final se organizează o discuție de bilanț privind realizările și recomandările pentru cariera profesională.

5. Monitorizarea stagiului de practică

Coordonatorul din partea Departamentului Comunicare și Teoria Informării monitorizează evoluția practicii, menținând legătura cu masteranzii și mentorii. În caz de dificultăți, se oferă sprijin pentru depășirea acestora.

Se elaborează un raport de monitorizare care este transmis șefului de Departament.

Facultatea poate aplica chestionare de evaluare a calității stagiului, rezultatele fiind analizate în vederea îmbunătățirii programului.

6. Evaluarea finală a stagiului de practică

La final, masterandul prezintă portofoliul de practică, care este evaluat de coordonatorul de practică, în colaborare cu șeful de Departament. Evaluarea reflectă nivelul de competențe dobândite, implicarea și calitatea activităților realizate.

Rezultatele sunt consemnate în fișa de evaluare și contribuie la nota finală la disciplina „Practica de specialitate”.

Modelul structurii raportului de evaluare a stagiului de practică este disponibil în Anexa 29.

6.3.3. Desfășurarea practicii de specialitate

Practica de specialitate se desfășoară pe baza curriculumului stagiului de practică, elaborat de responsabilul de practică pentru programul de studii de la Departamentul Comunicare și Teoria Informării.

Dat fiind faptul că conținutul practicii de specialitate la nivelul studiilor de masterat este individualizat, fiecare student poate primi însărcinări individuale de la conducătorul tezei de master, care sunt fixate în ***„Planul individual al practicii de specialitate”*** (Anexa 24).

Un stagiu de practică în cadrul programului de master *Relații publice și publicitate* ar trebui să ofere studenților oportunitatea de a aplica și dezvolta abilitățile specifice domeniului. În perioada desfășurării practicii de specialitate masterandul trebuie să realizeze **cinci sarcini**, inclusiv **trei** sarcini fiind **obligatorii**, iar **două** – **la alegere** din lista sarcinilor opționale. De asemenea, în cadrul stagiului de practică masteranzii vor avea sarcini legate de realizarea tezei de master.

Sarcini obligatorii:

1. ***Participarea la elaborarea sau implementarea unei campanii de comunicare sau publicitate:***
   - Participarea la elaborarea și implementarea unei campanii de comunicare sau publicitate.
   - Implicarea în planificarea strategiei de comunicare, identificarea publicului-țintă și a mesajelor-cheie.

2. ***Dezvoltarea de conținut creativ:***
   - Elaborarea comunicatelor de presă, articolelor și altor materiale de comunicare.
   - Experiență în redactarea adaptată diverselor medii, inclusiv online și offline.
   - Crearea de conținut vizual și scris creativ pentru diverse canale de comunicare.
   - Implicarea în procesul de brainstorming și dezvoltare a conceptelor creative.

3. ***Gestionarea platformelor de social media:***
   - Administrarea și actualizarea paginilor de social media (blog, wlog) ale organizației.
   - Crearea conținutului atractiv și analiza rezultatelor campaniilor pe social media.

📌 **NOTĂ:** În cazul în care masterandul nu poate realiza una dintre sarcinile obligatorii, acesta va efectua o sarcină adaptată specificului instituției de practică. Exemplele includ: elaborarea unei strategii de advocacy pentru o problemă socială, crearea unui plan de mobilizare socială, dezvoltarea unui plan de promovare online, plan de gestionare a unei crize de comunicare sau alte sarcini relevante planurilor curente ale instituției respective.

Sarcini la alegere (2 sarcini):

1. ***Participarea la organizarea evenimentelor și promovarea lor:***
   - Participarea la organizarea evenimentelor și lansări de produse.
   - Implicarea în activități de promovare pre- și post-eveniment.

2. ***Analiza și monitorizarea media:***
   - Monitorizarea acoperirii media a organizației sau a proiectelor.
   - Analiza rezultatelor și identificarea oportunităților de îmbunătățire.

3. ***Participarea la colaborarea cu media:***
   - Comunicarea eficientă cu partenerii mass-media.
   - Coordonarea interacțiunilor cu jurnaliștii și influencerii.

4. ***Participarea la comunicarea internă:***
   - Participarea la cel puțin o acțiune de comunicare internă.
   - Colaborarea cu echipa pentru a asigura coerența mesajelor interne.

5. ***Evaluarea reputației organizației și a feedback-ului publicului:***
   - Colectarea și analiza feedback-ului publicului.
   - Elaborarea de rapoarte pentru evaluarea reputației organizației.

Sarcini legate de realizarea tezei de master:

1. definitivarea planului tezei de master;
2. documentarea la tema tezei;
3. elaborarea unei liste de literatură necesară pentru scrierea tezei de master;
4. prelucrarea surselor documentare;
5. colectarea materialului factologic la tema tezei de master;
6. realizarea studiului empiric.

6.3.4. Coordonarea practicii de specialitate

Practica este coordonată de către coordonatorul de practică și șeful Departamentului Comunicare și Teoria Informării, desemnați prin ordin al prorectorului USM pentru activitatea didactică și studențească, având următoarele atribuții:

- Să orienteze și să îndrume studenții spre organizații/instituții relevante pentru domeniul relațiilor publice și publicității, compatibile cu obiectivele programului de master;
- Să faciliteze accesul masteranzilor în instituțiile partenere, inclusiv prin emiterea de scrisori de recomandare și intermedierea contactelor cu responsabilii din cadrul organizațiilor;
- Să asigure o comunicare continuă și eficientă cu studenții pe toată durata stagiului, oferind suport metodologic și soluționând eventualele dificultăți apărute în procesul de desfășurare a practicii;
- Să coordoneze procesul de elaborare și depunere a documentelor de practică (convenții, planuri de activitate, rapoarte etc.);
- Să evalueze rapoartele de practică prezentate de studenți, pe baza criteriilor de calitate, relevanță și coerență în raport cu obiectivele stagiului;
- Să verifice autenticitatea și originalitatea documentelor de practică, inclusiv prin confruntarea acestora cu activitățile derulate și cu informațiile furnizate de tutorele din organizația-gazdă;
- Să elaboreze și să centralizeze fișele de evaluare finală, în colaborare cu tutorele de practică din instituția-gazdă, și să propună notele finale pentru fiecare student;
- Să contribuie la monitorizarea generală a stagiului de practică, inclusiv prin vizite la organizațiile partenere sau prin instrumente digitale de raportare;
- Să participe la îmbunătățirea permanentă a programului de practică, prin colectarea feedback-ului de la studenți și instituții-gazdă și prin adaptarea obiectivelor și metodologiei stagiului la cerințele pieței muncii.

Coordonatorul practicii își rezervă dreptul de a invita masteranzii la un interviu referitor la stagiul de practică.

6.3.5. Responsabilitățile masteranzilor

Masteranzii au următoarele responsabilități:

- Să ridice în timp util adeverințele de practică și Ghidul de practică de la coordonatorul desemnat;
- Să informeze coordonatorul de practică în cazul în care nu au reușit să identifice o organizație/instituție relevantă pentru efectuarea stagiului, în termenii calendarului stabilit;
- Să comunice coordonatorului situațiile în care au fost refuzați de instituția/organizația aleasă și să solicite sprijin pentru identificarea unei alternative adecvate;
- Să manifeste inițiativă în stabilirea și menținerea contactului cu instituția-gazdă, respectând obligațiile asumate prin convenția de practică;
- Să desfășoare activitățile de practică în mod responsabil, etic și profesionist, conform cerințelor organizației-gazdă și în concordanță cu obiectivele programului de master;
- Să completeze în mod corect și complet toate documentele de practică (planul de activitate, jurnalul de practică, raportul final etc.);
- Să predea raportul de practică în termenul indicat de coordonator și în conformitate cu cerințele de redactare prevăzute în Ghid;
- Să se prezinte la interviul de evaluare, dacă sunt convocați de coordonatorul de practică sau de șeful de departament;
- Să păstreze o conduită adecvată pe întreaga durată a stagiului și să respecte regulamentele interne ale organizației/instituției în care își desfășoară practica;
- Să notifice orice dificultate sau incident semnificativ întâmpinat pe parcursul stagiului, pentru a primi sprijin din partea coordonatorului.

6.3.6. Portofoliul practicii de specialitate

Pe parcursul stagiului de practică fiecare masterand trebuie să elaboreze un portofoliu individual. Modelul acestuia, adaptat specificului programului *Relații publice și publicitate*, este elaborat de Departamentul Comunicare și Teoria Informării și aprobat în ședința de departament. Masteranzii îl primesc în cadrul seminarului de instructaj desfășurat înainte de începerea practicii.

Portofoliul reflectă întreaga activitate desfășurată în perioada stagiului, incluzând documente, produse media, fișe de activitate, rapoarte și alte materiale relevante. Acesta constituie produsul final obligatoriu, care va fi susținut în cadrul examenului de practică și în baza căruia va fi realizată evaluarea.

Portofoliul trebuie să conțină elemente relevante și informative, menite să reflecte în mod coerent experiența profesională acumulată și progresul realizat. Acesta poate include următoarele:

1. *Contractul privind organizarea și desfășurarea stagiului de practică al studenților ciclului II, studii superioare de masterat* (Anexa 22):
   - Copie a acordului oficial de practică încheiat între Universitatea de Stat din Moldova și organizația-gazdă – bază de realizare a practicii.
2. *Formularul tipizat* ***Evidența activităților realizate în cadrul practicii*** (Anexa 25).
   - Documentul se va completa periodic, în funcție de tipurile de activități programate și de consecutivitatea șirului de operațiuni executate de facto.
3. *Formularul tipizat* ***Evaluarea activității masterandului în perioada stagiului de practică*** (Anexa 27).
4. *Formularul tipizat* ***Chestionar de evaluare a satisfacției masterandului privind stagiul de practică*** (Anexa 28).
   - Documentul se va elabora în faza finală a stagiului.
   - Documentul urmează să fie completat și parafat de îndrumătorul de practică din cadrul instituției – baza de practică și se prezintă ca un profil profesional al studentului. De rând cu celelalte acte din portofoliu, formularul reprezintă o dovadă concludentă a efectuării stagiului în termenul stabilit și în volumul de activități preconizat, servind drept criteriu de evaluare a activității studentului stagiar.
5. *Raport narativ:*
   - Un raport detaliat care să ofere o analiză aprofundată a activităților desfășurate pe durata stagiului (vol. 4-6 pag.).
   - Reflectarea asupra obiectivelor atinse la realizarea sarcinilor obligatorii și a celor opționale, provocărilor întâmpinate.
   - Raportul va cuprinde, de asemenea, în mod obligatoriu, referințe la lecțiile învățate.
   - Sugestii pentru îmbunătățire și dezvoltare profesională viitoare.
6. *Exemple de lucrări realizate:*
   - Mostre de materiale pe care studentul le-a creat sau la care a contribuit în timpul practicii, cum ar fi comunicate de presă, rapoarte, materiale publicitare sau conținut pentru social media etc.
7. *Portofoliu de proiecte:*
   - Dacă este cazul, un portofoliu care să evidențieze proiectele majore la care studentul a lucrat în timpul stagiului.

8. *Raport privind analiza activității de cercetare la tema tezei de master:*
   - Planul tezei de master.
   - Lista de literatură la tema tezei de master (perfectată conform normelor de prezentare a referințelor bibliografice).
   - Subcapitolul unu la tema tezei de master (varianta 0.1).

Precizări privind redactarea materialelor din portofoliul de practică

Portofoliul de practică reprezintă dovada formală a activităților desfășurate de masterand pe parcursul stagiului, reflectând nivelul de implicare, gradul de aplicare a cunoștințelor și calitatea experienței profesionale acumulate. Acesta trebuie să fie redactat într-un stil clar, coerent și profesional, respectând cerințele specifice prevăzute în Ghidul de practică.

- Eventualele acte care au servit întocmirii referatului vor fi anexate în copie și nu vor fi incluse în referat.
- Raportul va fi tipărit (Word, Times New Roman 12 la un rând și jumătate) și va cuprinde 4-6 pagini. În raport se va specifica denumirea exactă a instituției unde s-a efectuat practica, numele și prenumele studentului, anul de studii și perioada în care s-a efectuat practica.

Modelul foii de titlu pentru proiectul portofoliului de practică este disponibil în Anexa 23.

Informații suplimentare cu privire la tehnoredactarea raportului narativ sunt expuse în Anexa 26.

Condiții de depunere și de prezentare a portofoliilor de practică

Portofoliile stagiarilor, ștampilate și semnate de către conducătorii instituției în care a fost realizat stagiul de practică, vor fi depuse la Departamentul Comunicare și Teoria Informării cu 10 zile până la data susținerii stagiului de practică.

6.3.7. Evaluarea practicii de specialitate

Evaluarea stagiului de practică se realizează pe baza portofoliului prezentat și prin susținerea publică în cadrul examenului. Nota finală la practică se calculează ca medie aritmetică a celor două componente: portofoliul și susținerea acestuia.

Criterii și indicatori de evaluare a portofoliului

Pentru evaluarea portofoliului de practică, în cadrul programului de master *Relații publice și publicitate*, se utilizează criterii specifice menite să reflecte contribuția și progresul înregistrat de masterand pe durata stagiului.

Tabelul 4. Grilă de evaluare a portofoliului de practică

Nr. crt.	***Criteriu de evaluare***	***Excelent (9–10)***	***Bun (7–8)***	***Satisfăcător (6–5)***
1.	***Conformitate a activităților cu obiectivele stagiului***	Dosarul evidențiază o contribuție notabilă și corespunderea în totalitate obiectivelor stabilite în planul de practică.	Activitățile sunt relevante, dar pot exista unele aspecte care necesită clarificare sau îmbunătățiri.	Legătura dintre activități și obiectivele stagiului este slabă sau neclară.
2.	***Calitatea lucrărilor și a proiectelor realizate***	Lucrări și proiecte de înaltă calitate, demonstrând abilități creative, analitice și strategice.	Lucrări bune, dar necesită unele îmbunătățiri sau detalieri.	Lucrări sub așteptări sau insuficient detaliate.
3.	***Abilități de comunicare și colaborare***	Excelente abilități de comunicare scrisă și orală, colaborare eficientă cu echipa.	Abilități bune, dar pot necesita îmbunătățiri.	Comunicare deficitară, dificultăți în colaborare.
4.	***Inițiativa și creativitatea***	Inițiativă proactivă și contribuții creative notabile.	Inițiativă prezentă, dar creativitatea poate fi sporită.	Lipsă de inițiativă și creativitate.
5.	***Abilități de gestionare a timpului***	Gestionare eficientă a timpului și respectarea termenelor.	Gestionare adecvată, dar necesită prioritizare mai bună.	Gestionare slabă, întârzieri frecvente.
6.	***Reflecție critică și raport narativ***	Raport profund, coerent, cu reflecții relevante și bine argumentate.	Raport clar, dar cu reflecții generale sau incomplete.	Raport superficial sau fără reflecție critică.
7.	***Calitatea redactării și organizării portofoliului***	Portofoliu complet, bine structurat, respectă cerințele de tehnoredactare.	Portofoliu parțial structurat, unele cerințe respectate.	Portofoliu dezorganizat, cu multiple abateri de la cerințe.

Susținerea publică a stagiului de practică reprezintă un moment esențial de validare a experienței acumulate de masterand. Evaluarea se realizează în fața unei comisii de specialitate, în baza unei prezentări concise și argumentate a activităților și concluziilor rezultate în urma practicii profesionale.

Tabelul 5. Grilă de evaluare a susținerii publice a practicii de specialitate

Nr. crt.	***Criterii de evaluare***	***Foarte bine (10-9)***	***Bine (8-7)***	***Satisfăcător (6-5)***
1.	***Claritatea și coerența prezentării orale***	Prezentarea este clară, coerentă, bine structurată; exprimare fluentă și argumentare solidă.	Prezentarea este în general clară, cu unele sincope de coerență sau exprimare.	Prezentarea este neclară, incoerentă, cu dificultăți în exprimare.
2.	***Capacitatea de sinteză și evidențiere a rezultatelor***	Masterandul sintetizează eficient activitatea desfășurată și evidențiază clar rezultatele relevante.	Masterandul face o sinteză parțială, cu mențiuni generale ale rezultatelor.	Masterandul nu reușește să evidențieze clar rezultatele obținute.
3.	***Argumentare și răspunsuri la întrebări***	Răspunsurile sunt argumentate, demonstrate prin exemple relevante din stagiul de practică.	Răspunsurile sunt generale, uneori insuficient argumentate.	Răspunsurile sunt evazive sau nesatisfăcătoare.

Aceste criterii oferă o abordare holistică a evaluării, acoperind multiple aspecte ale performanței masterandului în timpul stagiului de practică. Este important ca evaluarea să fie obiectivă, justificată și să ofere feedback util pentru dezvoltarea viitoare a studenților în domeniul relațiilor publice și publicității.

Evaluarea stagiului de practică urmărește nu doar cuantificarea performanței, ci și reflectarea progresului profesional și personal al masterandului. Rezultatul final trebuie să evidențieze gradul de integrare a cunoștințelor teoretice în contextul practic și pregătirea absolventului pentru provocările profesionale din domeniul relațiilor publice și publicității.

📌 **NOTĂ:** Calificativul ***Nesatisfăcător (1–4)*** se acordă în situațiile în care portofoliul este incomplet, superficial, conține erori grave sau nu respectă cerințele metodologice și structurale stabilite în Ghid. De asemenea, este justificat atunci când susținerea publică este confuză, incoerentă, lipsită de argumente relevante sau denotă o cunoaștere superficială a activităților realizate. Un asemenea calificativ reflectă neîndeplinirea obiectivelor de învățare și lipsa unei contribuții semnificative la stagiul de practică.

6.4. Practica de cercetare

Scopul practicii de cercetare constă în facilitarea aplicării cunoștințelor teoretice și metodologice dobândite de către masteranzi pentru dezvoltarea și finalizarea tezei de master. Aceasta urmărește să sprijine studenții în structurarea, aprofundarea și argumentarea temei alese, în conformitate cu rigorile academice ale domeniului comunicării și publicității.

Obiectivele specifice ale practicii de cercetare:

- Identificarea și argumentarea temei de cercetare prin raportare la actualitatea fenomenelor și tendințelor din domeniul relațiilor publice și publicității;
- Colectarea și selecția surselor teoretice, metodologice și empirice relevante;
- Elaborarea planului tezei de master, a ipotezelor și a metodologiei de cercetare;
- Realizarea unei analize exploratorii (teoretice sau practice) în vederea dezvoltării subcapitolelor lucrării;
- Aprofundarea cunoștințelor despre metodele calitative și cantitative aplicabile în cercetarea comunicării;
- Evaluarea critică a literaturii de specialitate și formularea concluziilor preliminare;
- Redactarea unei versiuni inițiale a tezei (minim 50–80%), în acord cu cerințele Ghidului de redactare;
- Respectarea normelor de etică și integritate academică în toate etapele activității de cercetare.

Etapele practicii de cercetare

- Acțiuni premergătoare:
  - Alegerea temei de cercetare în conformitate cu interesele profesionale și cu obiectivele programului *Relații publice și publicitate*;
  - Înregistrarea temei la Departamentul Comunicare și Teoria Informării;
  - Repartizarea oficială a conducătorului științific prin decizia Departamentului.
- Desfășurarea practicii:
  - Stabilirea unei relații de colaborare între masterand și conducătorul științific, pe baza unui plan de lucru agreat;
  - Organizarea întâlnirilor periodice pentru evaluarea progresului;
  - Documentarea, analiza și scrierea componentelor teoretice și aplicative ale lucrării;
  - Predarea periodică a drafturilor către conducător pentru feedback;

- Monitorizarea progresului de către coordonatorul de practică la nivel de facultate/departament.

- Finalizarea stagiului de cercetare:
  - Elaborarea a cel puțin 90% din teza de master;
  - Pregătirea pentru presusținerea tezei în fața comisiei de evaluare prealabilă;
  - Obținerea recomandării pentru susținerea publică.

Produsele practicii de cercetare:

- Planul tezei;
- Lista bibliografică comentată;
- Capitol/sau subcapitole redactate;
- Raport narativ privind activitățile de cercetare;
- Versiunea preliminară a tezei (minim 90%);
- Fișa de monitorizare completată și semnată de conducătorul științific.

Modelul fișei de monitorizare a practicii de cercetare este disponibil în Anexa 30.

ANEXE

Anexa 1
Codul de Etică și Integritate Academică al USM

APROBAT
la ședința Senatului USM,
proces-verbal nr. 7 din 6.11.2018

CODUL DE ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ AL UNIVERSITĂȚII DE STAT DIN MOLDOVA

Preambul

Universitatea de Stat din Moldova împărtășește Declarația Universală a Drepturilor Omului, Carta Națiunilor Unite, Convenția europeană pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale, Carta Socială Europeană, Convenția ONU cu privire la drepturile copilului, Convenția-cadru pentru protecția minorităților naționale, Convenția UNESCO privind lupta împotriva discriminării în domeniul învățământului, Convenția ONU privind drepturile persoanelor cu dizabilități, Convenția internațională privind eliminarea tuturor formelor de discriminare rasială, Convenția ONU privind eliminarea tuturor formelor de discriminare față de femei, Declarația de la Bologna, precum și alte tratate internaționale la care Republica Moldova este parte. În acest context, Universitatea este atașată tradiției gândirii libere, libertății academice, recunoașterii drepturilor și libertăților fundamentale ale omului, pluralismului politic, democrației și principiului supremației legii, fiind adoptat Codul de Etică și Integritate Academică al USM (2018).

Prezentul Cod de Etică și Integritate Academică (Cod – în continuare) este un contract moral între personalul din învățământul superior: personal științifico-didactic; personal didactic auxiliar; alte categorii de personal: personal administrativ, precum și personal auxiliar și de deservire și Universitatea de Stat din Moldova, vizând și studenții de la ciclurile I, II, III din învățământul superior (comunitate universitară – în continuare), contribuind la dezvoltarea integrității academice și la prestigiul Universității de Stat din Moldova.

La interferența dintre morală și drept, Codul este un instrument de orientare, de intervenție ameliorativă, de evaluare a moralității acțiunilor membrilor comunității universitare, pe baza unor standarde generale bune pentru fiecare, dar și pentru societate, conciliind: concurență și cooperare, individualism și întrajutorare, coerciție și liber arbitru cu scopul de a proteja atât libertatea și demnitatea persoanei, cât și binele public.

Normele cuprinse în cadrul prezentului Cod sunt elaborate în spiritul integrității, responsabilității și eticii, fiind în conformitate cu prevederile cadrului normativ național și european în acest domeniu. Codul cuprinde norme obligatorii, a căror nerespectare atrage după sine sancțiuni disciplinare/administrative.

Scopul principal al Codului este de a apăra și de a promova drepturile și interesele legitime ale comunității universitare, în cadrul Universității de Stat din

Moldova, prin acțiuni independente și confidențiale. Membrii comunității universitare pot depune la Oficiul Ombudsmanului Studențesc și la Comisia de Etică și Integritate Academică plângeri legate de acțiunile sau omisiunile personalului din învățământul superior sau al serviciilor universitare, precum și să facă sugestii cu privire la aspectele de predare și/sau sociale.

Prin implementarea prezentului Cod se urmăresc următoarele obiective:

- Promovarea comportamentelor etice și descurajarea practicilor lipsite de integritate în rândul membrilor Universității de Stat din Moldova.
- Crearea unui climat de bună colaborare și încredere reciprocă.
- Generarea unui nucleu de integritate care să iradieze și în rândul altor structuri cu care relaționează mediul academic.

Imprimând consistență pozițiilor etice definitorii prin dezaprobarea comportamentului neadecvat, având ca suport cadrul legal, Codul asigură o conduită morală a membrilor comunității academice a Universității de Stat din Moldova prin promovarea unei culturi instituționale adecvate, bazate pe un ansamblu de drepturi și obligații ce decurg din valori relevante și norme călăuzitoare, aplicabile în situații concrete întru afirmarea unei interacțiuni sociale armonioase, fapt ce ar consolida cadrul de realizare a performanței, de fructificare pozitivă și eficientă a potențialului profesional și uman al tuturor membrilor comunității universitare.

Capitolul I. Principii generale

Art. 1. Codul Universității de Stat din Moldova este întocmit în conformitate cu prevederile Constituției Republicii Moldova, ale legislației în domeniul educației și al muncii, cu respectarea drepturilor omului și onorarea responsabilităților de către universitari.

Art. 2. Codul este elaborat în raport cu valorile, principiile și normele etice profesionale generale ale: libertății academice, autonomiei personale, dreptății și echității, respectului și toleranței, profesionalismului, meritului, transparenței, responsabilității profesionale și sociale, onestității și corectitudinii intelectuale, bunăvoinței și grijii.

Art. 3. Este un document cu funcție de ghid în desfășurarea relațiilor moral-profesionale dintre comunitatea universitară, precum și în desfășurarea relațiilor dintre membrii comunității universitare și colaboratorii externi.

Art. 4. Prezentul Cod are drept scop de a promova cadrul unui anturaj al: corectitudinii, încrederii, colegialității, politeții, discreției, solidarității întru a favoriza crearea unei armonii între componentele academice – didactică și de cercetare – , dar și a tuturor activităților universitare în general, toate contribuind la menținerea profilului moral al societății, acesta având un impact adecvat asupra vieții extracurriculare.

Art. 5. Prezentul Cod reflectă vocația etică a Universității de Stat din Moldova în calitate de instituție angajată să respecte rigorile înaintate de standardele naționale întru a promova valorile și normele ethosului academic, ale responsabilității și subordonării ierarhice, ale apărării demnității și integrității persoanei, ale dezvoltării egalității.

Art. 6. (1) Universitatea de Stat din Moldova este o instituție apolitică. Afilierea unui membru al comunității universitare la un partid politic este o opțiune strict personală și nu angajează cu nimic instituția sau o subdiviziune a acesteia.

(2) Apartenența la comunitatea universitară nu îngrădește în niciun mod activitățile politice ale membrilor ei, ca persoane particulare, în afara spațiului Universității de Stat din Moldova.

Art. 7. În spațiul Universității de Stat din Moldova este interzisă orice formă de discriminare, inclusiv în cadrul: admiterii și înmatriculării studenților, evaluării lor academice, angajării și evaluării personalului didactic, a salariaților Universității de Stat din Moldova, promovării în organisme sau funcții de conducere, al accesului la drepturile oferite de Carta Universitară.

Art. 8. Universitatea de Stat din Moldova, în ansamblul său, dar și fiecare persoană salarizată sau voluntară care activează în cadrul instituției vor veghea la respectarea Codului, bazându-se pe următoarele principii:

(1) Principiul Integrității – membrii comunității universitare își vor realiza toate activitățile în mod etic și incoruptibil, pentru a nu compromite reputația personală, precum și prestigiul instituției de învățământ prin săvârșirea unor fapte imorale sau nedemne.

(2) Principiul Libertății Academice – membrii comunității universitare sunt liberi în a-și exprima deschis opiniile științifice și profesionale în cadrul cursurilor, seminarelor, conferințelor, dezbaterilor, dar și al lucrărilor elaborate și susținute, precum și în a-și desfășura activitatea didactică, de cercetare și de creație, fără a fi supuși cenzurii sau îndoctrinării dogmatice.

(3) Principiul Dreptății și Echității – membrii comunității universitare sunt tratați corect și echitabil, indiferent de gen, vârstă, rasă, dizabilități, orientare sexuală, naționalitate, etnie, religie, categorie socială, stare materială sau mediu de proveniență, asigurând egalitatea de șanse, tratarea nepărtinitoare și evitând abuzul de putere.

(4) Principiul Transparenței – membrii comunității universitare au obligația de a asigura accesul la informație în ceea ce privește admiterea, evaluarea, angajarea și promovarea în cadrul Universității de Stat din Moldova, asigurând o informare exhaustivă și veridică.

(5) Principiul Onestității – se manifestă în raport cu corectitudinea intelectuală și presupune respectarea dreptului de autor pentru diferite categorii de lucrări cu caracter științific, psihopedagogie, didactic, precum și interzicerea fraudelor intelectuale și/sau de contrafacere.

(6) Principiul Respectului și Toleranței – presupune un mediu academic favorabil pentru studiu și cercetare, în egală măsură, tuturor membrilor comunității universitare, lipsit de orice manifestare și formă de hărțuire, exploatare, umilire, dispreț, amenințare sau intimidare, iar disputele se rezolvă prin argumente raționale și nu prin utilizarea unui limbaj vulgar sau acțiuni care reprezintă atacuri la persoană.

(7) Principiul Confidențialității – comunitatea academică are obligația să respecte confidențialitatea în aspecte ce țin de viața privată, precum și a solicitărilor personale referitoare la păstrarea confidențialității, să nu dea informații decât cu acordul decanatului sau rectoratului și numai persoanelor împuternicite, și numai dacă există motive îndreptățite.

(8) Principiul Loialității – presupune obligația fiecărui membru al comunității universitare de a susține obiectivele, strategiile și politicile acesteia în scopul realizării misiunii și creșterii competitivității ei.

Capitolul II. Standarde de integritate în procesul educațional

Art. 9. În cadrul prezentului Cod sunt stabilite trei standarde de integritate în vederea promovării procesului educațional al Universității de Stat din Moldova, care sunt tratate în conformitate cu prevederile cadrului normativ național și european în acest domeniu:

(1) Standarde privind relațiile dintre personalul științifico-didactic/ personalul didactic:

a) Să promoveze respectul reciproc între cadrele didactice din cadrul Universității de Stat din Moldova;

b) Să manifeste intransigență anunțând și demascând orice tentativă de corupție, dacă aceasta există și poate fi dovedită în rândul cadrelor didactice;

c) Să militeze împotriva oricărei forme de plagiat în activitatea de cercetare științifică sau în activitatea de elaborare a materialelor metodico-didactice;

d) Să militeze împotriva discriminării din mediul academic;

e) Să promoveze și să respecte principiile și valorile menționate în Cod prin activitățile de predare-învățare.

(2) Standarde privind relațiile dintre studenți:

a) Să se promoveze spiritul de colegialitate și respectul reciproc între toți studenții instituției;

b) Să se rezolve pe cale amiabilă conflictele sau disputele ce pot apărea în relațiile dintre studenți, evitându-se un limbaj sau ton necorespunzător;

c) Este sancționabilă orice formă de fraudă, cum ar fi: preluarea lucrărilor, proiectelor sau a lucrului individual efectuat de alți colegi și raportarea acestora ca rezultate proprii, substituirea lucrărilor sau a identității acestora, plagiatul (copiatul) total sau parțial la lucrări sau alte tipuri de verificări;

d) Să se promoveze spiritul de competiție loială în toate activitățile specifice Universității de Stat din Moldova, cum ar fi: activitățile de învățare, laborator, activitățile culturale, sportive etc.

(3) Standarde privind relațiile dintre personalul științifico-didactic/ personalul didactic și studenți:

a) Relațiile dintre personalul științifico-didactic/didactic și studenți, în ceea ce privește procesul instructiv-educativ, să fie transparente chiar de la primele ore de predare. Prin transparență se înțelege că studenții vor cunoaște de la începutul activității care sunt cerințele privind nivelul de pregătire la lucrările scrise sau verificări;

b) Desfășurarea lucrărilor scrise, a verificărilor și susținerea proiectelor sau a lucrului individual trebuie să aibă loc într-o atmosferă lipsită de tensiune, prin asigurarea condițiilor unei evaluări corecte și obiective;

c) Este interzis și se sancționează plagiatul (copiatul) de orice fel la lucrări scrise, teze, verificări, lucrul individual sau proiecte, precum și în cazul examenelor de finalizare a studiilor;

d) În relațiile dintre personalul științifico-didactic/didactic și studenți nu este admisă hărțuirea în diverse forme, sunt interzise: misoginismul, rasismul, șovinismul, xenofobia, hărțuirea cauzată de convingerile religioase sau politice sau hărțuirea sexuală;

e) Este interzisă și se pedepsește tentativa de mituire sub diverse forme de către student sau părintele acestuia în scopul promovării unor discipline etc. De asemenea,

este considerată imorală și se pedepsește traficarea examenelor de orice fel în schimbul unor sume de bani, bunuri materiale, servicii sau alte avantaje primite de personalul științifico-didactic/didactic;

f) În relațiile dintre personalul științifico-didactic/didactic și studenți trebuie să se respecte principiul nediscriminării și egalității de șanse. Astfel, este interzisă discriminarea studenților pe orice criterii, cum ar fi: sex, etnie, religie, categorie socială, stare socială sau mediu de proveniență;

g) Personalul științifico-didactic/didactic are obligația să respecte confidențialitatea în problemele care țin de viața privată a studenților (anumite afecțiuni, domiciliu, apartenență politică sau religioasă etc.) și să nu dea informații decât la cererea consiliului profesoral sau a altor instituții abilitate în acest sens.

Capitolul III. Drepturile și obligațiile membrilor comunității universitare

Art. 10. Membrii comunității universitare din cadrul Universității de Stat din Moldova au drepturi și obligații ce decurg din legislația generală în vigoare, din Carta și Regulamentele Universității, precum și din prevederile contractului individual și colectiv de muncă sau de studii.

Art. 11. (1) Universitatea de Stat din Moldova încurajează, promovează și protejează performanțele în activitatea didactică, de cercetare, culturală și sportivă; asigură recunoașterea meritelor, a creativității ce contribuie la creșterea prestigiului instituțional; asigură aprecierea și ierarhizarea calitativă în funcție de rezultatele obținute.

(2) Universitatea de Stat din Moldova apără dreptul la proprietatea intelectuală, cultivă competiția loială și devotamentul față de domeniul de specialitate și față de instituție.

Art. 12. (1) Universitatea de Stat din Moldova protejează dreptul la confidențialitatea privind viața privată a membrilor ei;

(2) Membrii comunității universitare sunt chemați să contribuie la evitarea și, după caz, la soluționarea situațiilor de conflict (personal, material, de rol, în interiorul instituției, precum și în cadrul colaborărilor externe).

Art. 13. Fiecare membru al comunității academice are datoria de a participa la activitățile de învățământ și de cercetare ale Universității, precum și la organizarea și conducerea acestora; dispune de dreptul de a-și alege subiectele de cercetare și de studiu, de a interpreta și valorifica rezultatele cercetării, contribuind la ridicarea gradului de competitivitate a programelor academice.

Art. 14. (1) Membrii comunității universitare au asigurate deplina libertate de gândire, de conștiință și de manifestare în activitatea profesională în temeiul exercitării și respectării autonomiei personale.

(2) Membrii comunității universitare se pot asocia în sindicate, în scopul apărării drepturilor prevăzute de lege; au dreptul să înființeze societăți științifice, culturale și asociații sportive, naționale și internaționale sau să facă parte din ele în măsura în care acest lucru nu influențează negativ prestigiul și imaginea instituției.

Art. 15. Membrii comunității universitare au următoarele **drepturi:**

1) Dreptul de a înainta o reclamație Oficiului Ombudsmanului Studențesc (OOS – în continuare) și Comisiei de Etică USM legată de orice litigiu ce ar fi obiect al prezentului Cod;

2) Dreptul de a fi liber în comunicare cu mediul academic în conformitate cu dispozițiile anterior expuse;

3) Dreptul la o analiză amplă a problemei în conformitate cu principiile de bază, aliniindu-se conceptului de dreptate și echitate;

4) Dreptul de a avea acces la orice informație de interes public;

5) Dreptul de a beneficia de o abordare a plângerilor cu o deosebită scrupulozitate și diligență în concordanță cu regulile de bază, respectându-se ambele părți în proces.

Art. 16. Membrii comunității universitare au următoarele **obligații:**

1) Să respecte prevederile legilor în baza cărora își desfășoară activitatea, ale Codului muncii, ale Cartei Universității, ale Regulamentului de ordine interioară, precum și hotărârile conducerii Universității, a facultăților, a departamentelor și a catedrelor;

2) Să respecte ordinea, moralitatea, onoarea personală și drepturile celorlalți atât în interiorul Universității, cât și în afara ei;

3) Să asigure dezvoltarea unui climat de civilitate, respect reciproc, recunoaștere și prețuire a demnității individuale, bunăvoință, toleranță, grijă, solidaritate, atașament față de instituție și față de valorile pe care aceasta le promovează;

4) Să-și îndeplinească în mod corespunzător obligațiile didactice, de studii, de serviciu, în acord cu principiul profesionalismului;

5) Personalul științifico-didactic/didactic trebuie să probeze calități științifice și psihopedagogice, obiectivitate, spirit de dreptate, corectitudine în activitatea de predare-învățare, de cercetare și publicare, de evaluare a performanței;

6) Personalul științifico-didactic/didactic trebuie să respecte principiul proprietății intelectuale, să precizeze contribuția personală într-o cercetare desfășurată prin acord de colaborare, să utilizeze informația prin citarea corectă și indicarea sursei de documentare;

7) Personalul din învățământul superior este obligat să nu primească, să nu ofere și să nu tolereze folosirea unor mijloace ilicite în desfășurarea activității lor;

8) Studenții au obligația să respecte autoritatea personalului din învățământului superior, precum și autoritatea organismelor de conducere ale Universității și ale facultăților;

9) Studenții sunt obligați să nu primească, să nu ofere și să nu tolereze folosirea unor mijloace ilicite în timpul examinării, în pregătirea lucrului individual, a tezelor de licență, a tezelor de master și a tezelor de doctorat; să nu comită fraudă intelectuală;

10) Studenții sunt obligați să folosească în mod civilizat patrimoniul Universității; să nu deterioreze baza materială din sălile de curs și de seminar, din laboratoare, biblioteci, cămine, cantine, terenuri sportive, spații amenajate pentru recreere;

11) Membrii comunității universitare trebuie să se abțină de la comiterea oricăror fapte care pot afecta prestigiul și imaginea Universității.

Art. 17. Constituie încălcări ale obligației de loialitate:

1) desfășurarea de acțiuni care ar conduce la prejudicii financiare, la pierderea unor drepturi patrimoniale sau nepatrimoniale, dobândite în mod legal de către Universitate;

2) îndemnarea studenților, în cadrul activităților didactice, să abandoneze cursurile universitare în favoarea unei alte instituții de învățământ;

3) angajarea în acțiuni care, în condițiile legii, constituie concurență neloială;

4) desfășurarea de acțiuni menite să discrediteze Universitatea sau să afecteze în mod grav imaginea și prestigiul acesteia.

Art. 18. Membrii comunității academice nu pot participa la următoarele activități care implică soțul sau rude până la gradul IV, inclusiv, sau un afin până la gradul III, inclusiv:

a) concursuri de admitere;

b) activități de evaluare a studenților (comisii de examene);

c) îndrumarea tezelor de licență și a tezelor de master;

d) conducerea doctoratelor;

e) activități de evaluare a personalului științifico-didactic/didactic;

f) concursuri pentru ocuparea posturilor vacante;

g) comisii de analiză și recepție a lucrărilor din contractele de cercetare științifică;

h) comisii de cercetare disciplinară, de etică și control;

i) comisii de achiziții, comisii de atribuire de burse, premii, recompense, titluri și grade onorifice.

Art. 19. Membrii comunității universitare trebuie să probeze competență științifică și profesională, precum și calități morale pentru asigurarea obiectivității concursurilor, astfel încât angajarea și evaluarea activității membrilor comunității academice să se facă pe criterii de autoritate și calitate profesională și morală.

Art. 20. Este interzisă desfășurarea, pe teritoriul Universității de Stat din Moldova, a unor activități ofensatoare cultelor care funcționează în mod legal în țara noastră.

Capitolul IV. Abaterile de la Codul de Etică și Integritate Academică și sancționarea lor

Art. 21. Se consideră abatere de la Cod și se sancționează următoarele:

a) frauda sub orice formă în activitatea de predare, învățare, cercetare științifică și în celelalte activități din Universitatea de Stat din Moldova;

b) corupția sau favorizarea acesteia (de la acte de mituire până la trafic de influență, cu recurs la bani, servicii, cadouri);

c) distrugerea, alterarea sau falsificarea documentelor și a bazelor de date ale Universității, precum și utilizarea lor în scopuri ilicite;

d) furnizarea de informații false conducerii Universității;

e) obstrucționarea activității de instruire și educare, de cercetare științifică, administrativă sau a oricărei funcții a Universității;

f) orice formă de agresare fizică sau morală;

g) favoritismul sub orice formă;

h) obținerea, pretinderea sau nerefuzarea unor avantaje necuvenite;

i) participarea la activități didactice și manifestări științifice sub influența alcoolului;

j) îndeplinirea atribuțiilor de serviciu sub influența alcoolului;

k) folosirea unui limbaj contrar spiritului academic;

l) intrarea neautorizată în spațiile în care accesul este reglementat prin măsuri speciale;

m) practicarea unor atitudini și comportamente indecente, insultătoare sau obscene;

n) utilizarea neautorizată și provocarea de prejudicii, cu vinovăție, patrimoniului Universității;

o) denigrarea publică a personalului sau instituției de către membrii comunității universitare;

p) folosirea abuzivă a calității de membru al comunității academice;

q) organizarea și desfășurarea de activități politice în Universitate, precum și folosirea numelui Universității, a resurselor umane, financiare sau materiale ale acesteia în scopuri politice;

r) discriminarea sub orice formă.

Art. 22. (1) Este interzis și se sancționează plagiatul sub orice formă. Plagiatul academic este acțiunea de preluare a unor produse de muncă intelectuală și presupune expunerea într-o operă scrisă sau o comunicare orală, inclusiv în format electronic, a unor creații intelectuale originale extrase din opere scrise, inclusiv în format electronic, ale altor autori, fără a menționa acest lucru și fără a face trimitere la sursele originale.

Este interzis să se facă abuz de statutul socioprofesional/poziția ierarhică în exploatarea rezultatelor muncii științifice ale altor profesioniști și se sancționează încălcarea dreptului la proprietate intelectuală.

(2) Prezentul Cod nu suplinește aplicarea prevederilor codurilor și ale regulamentelor pentru cercetarea științifică de profil.

Art. 23. Este interzisă și se sancționează hărțuirea sexuală a angajaților Universității de Stat din Moldova, a doctoranzilor, a masteranzilor, a studenților și a candidaților. Sub incidența acestei prevederi intră, printre altele, următoarele fapte:

a) condiționarea angajării, numirii, admiterii sau evaluării personalului din Universitatea de Stat din Moldova, a studenților, a masteranzilor, a doctoranzilor prin obținerea unor favoruri sexuale;

b) practicarea unor comportamente sau atitudini de natură sexuală, implicite sau explicite, fizice sau verbale, prin care se urmărește obținerea unor avantaje personale;

c) promovarea unor conduite care au ca intenție sau ca efect crearea unei intimități jenante, a unui climat de muncă ostil sau conflictual ori care conduc la afectarea performanțelor în muncă ale salariaților și studenților Universității de Stat din Moldova;

d) folosirea unor ținute vestimentare indecente în raporturile publice de pe teritoriul Universității de Stat din Moldova.

Art. 24. Constituie abatere folosirea de către studenți a unor mijloace ilicite atunci când sunt supuși evaluării prin examene, colocvii, referate, teze de licență și de maşter. Se consideră mijloc ilicit orice procedeu de pregătire a răspunsurilor solicitate de examinatori în afara cunoștințelor deținute de către studenți.

Art. 25. (1) Este interzisă deținerea și comercializarea, în spațiile Universității de Stat din Moldova, a produselor periculoase: substanțe narcotice, droguri, arme, substanțe explozibile.

1) Se interzice consumul de narcotice sau droguri în spațiile Universității de Stat din Moldova.

2) Se interzice comercializarea și consumul băuturilor alcoolice în spațiile academice ale Universității de Stat din Moldova.

Art. 26. (1) încălcarea prevederilor Codului atrage după sine sancțiuni prevăzute în Codul Muncii, în Regulamentele de ordine interioară ale Universității de Stat din Moldova, de desfășurare a activității didactice și de cercetare științifică.

(2) Competența și procedura aplicării sancțiunilor sunt cele stabilite de legislația prevăzută la alineatul precedent.

Art. 27. Dacă una dintre faptele reglementate întrunește condițiile pentru a atrage și altă formă de răspundere, Biroul Senatului are obligația de a sesiza organele de stat competente.

Dispoziții finale

Art. 28. Respectarea prezentului Cod este supravegheată de către Oficiul Ombudsmanului Studențesc și Comisia de Etică și Integritate Academică a Universității de Stat din Moldova.

Art. 29. Oficiul Ombudsmanul Studențesc este organizat și funcționează în cadrul facultăților Universității de Stat din Moldova cu rolul de a consilia, în condiții de independență, imparțialitate, confidențialitate, pe membrii comunității academice, din rândul studenților, care se consideră tratați incorect.

Art. 30. Comisia de Etică și Integritate Academică a Universității de Stat din Moldova este constituită din părți relativ egale, inclusiv: personalul din învățământul superior, studenți de la Ciclul I, II, III și reprezentanți ai angajatorilor.

Art. 31. Comisia de Etică și Integritate Academică are ca principale atribuții:

a) să inițieze și să promoveze modificări și amendamente la Cod;

b) să se autosesizeze și să primească sesizări în legătură cu încălcarea normelor Codului;

c) să analizeze și să soluționeze reclamațiile și sesizările referitoare la abaterile disciplinare;

d) să prezinte un raport anual în fața Senatului Universității de Stat din Moldova.

Art. 32. În contractul individual de muncă, respectiv, în contractul individual de studii, se va include o clauză prin care angajatul sau studentul menționează că a luat act de prevederile Codului și se angajează, sub semnătură proprie, să respecte prevederile acestuia.

Art. 33. Prezentul Cod a fost aprobat în ședința Senatului Universității de Stat din Moldova din 6 noiembrie 2018, dată de la care intră în vigoare.

Anexa 2
Regulamentul antiplagiat al USM

APROBAT
în cadrul şedinţei Senatului USM
din 31 martie 2015, proces-verbal nr. 7

REGULAMENTUL ANTIPLAGIAT AL UNIVERSITĂŢII DE STAT DIN MOLDOVA

1. DISPOZIŢII GENERALE

1.1. Prezentul Regulament este elaborat în conformitate cu următoarele acte:

- Codul educaţiei al Republicii Moldova nr. 152 din 17.07.2014.
- Codul cu privire la ştiinţă şi inovare al Republicii Moldova nr.259-XV din 15.07.2004.
- Legea privind dreptul de autor şi drepturile conexe nr. 139 din 02.07.2010.
- Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 880 din 22.11.2012 cu privire la Strategia naţională în domeniul proprietăţii intelectuale până în anul 2020.
- Regulamentul de organizare a studiilor în învăţământul superior în baza Sistemului Naţional de Credite de Studii, aprobat prin Hotărârea Colegiului Ministerului Educaţiei nr. 12 din 15 septembrie 2010; Ordinul nr. 726 din 20 septembrie 2010.
- Regulamentul-cadru privind organizarea examenului de finalizare a studiilor superioare de licenţă, anexă la ordinul Ministerului Educaţiei şi Tineretului nr. 84 din 15 februarie 2008.

1.2. Prezentul Regulament reglementează modalităţile şi principiile de funcţionare a procedurii antiplagiat, precum şi modul de realizare a activităţilor premergătoare, curente şi ulterioare, care sunt întreprinse în cadrul Universităţii de Stat din Moldova, pentru a preveni şi soluţiona cazurile de plagiat.

1.3. Plagiatul academic este acţiunea de preluare a unor produse de muncă intelectuală şi presupune expunerea, într-o operă scrisă sau o comunicare orală, inclusiv în format electronic, a unor creaţii intelectuale originale extrase din opere scrise, inclusiv în format electronic, ale altor autori, fără a menţiona acest lucru şi fără a face trimitere la sursele originale.

1.4. Se consideră caz de plagiat academic în următoarele situaţii exemplificative:

a) reproducerea (directă sau prin traducere) unor idei, date, texte care aparţin altei persoane, fără indicarea sau prin indicarea incompletă sau incorectă a sursei;

b) preluarea unor idei, date, texte din diverse surse şi prezentarea acestora ca fiind contribuţie proprie;

c) omiterea plasării între ghilimele ("...."), în mod clar, a cuvintelor, propoziţiilor, paragrafelor preluate *ad litteram* sau *cvasiliteral* din diverse surse;

d) parafrazarea conţinutului lucrării altei persoane, fără a face referire la sursă;

e) reproducerea materialelor audio, video, software etc., fără consemnarea surselor şi, mai mult, asumarea acestora ca fiind contribuţie proprie;

f) reproducerea lucrărilor colegilor şi prezentarea acestora ca fiind proprii;

g) folosirea lucrărilor obținute de pe Internet sau scrise de o altă persoană (contra cost sau gratis);

h) citarea unui fragment din originalul unei opere științifice în volum mai mare de 400 de cuvinte;

i) citarea câtorva fragmente, în volum de până la 300 de cuvinte fiecare, din originalul unei opere științifice, volumul total fiind mai mare decât o coală de autor;

j) reproducerea *ad litteram* a propriei teze de licență în conținutul tezei de master.

1.5. Nu constituie plagiat folosirea unor sintagme sau definiții scurte considerate că aparțin noțiunilor de bază din specialitatea respectivă sau folosirea unor noțiuni de cultură generală.

1.6. Plagiatul în cazul unei teze de licență/master/doctor (mai departe: teză) reprezintă o fraudă intelectuală majoră, care atrage imediat eliminarea din examenul de susținere a tezei respective.

1.7. Plagiatul efectuat de studenți/masteranzi în cadrul activităților de curs va fi sancționat de cadrul didactic prin micșorarea notei în funcție de gravitatea fraudei.

2. ASPECTE PROCESUALE

2.1. Pentru a preveni plagiatul în rândul studenților, cadrele didactice, conducerea facultății, conducătorul științific, alte persoane, începând cu primul an de studii, explică studenților: definiția plagiatului; exemple de cazuri concrete; sancțiuni impuse; modul de soluționare a cazurilor; explicarea metodologiei de întocmire a unei lucrări științifice.

2.2. Fiecare student este obligat să depună la departament/școala doctorală teza de licență/master/doctor în format electronic cu 10 zile înainte de începerea examenului de licență/susținerea publică a tezei de master/doctor.

2.3. Șeful departamentului/directorul școlii doctorale va verifica corespunderea conținutului tezei în varianta scrisă pe hârtie cu cea în format electronic, pentru a exclude necorespunderile titlurilor/conținuturilor și va plasa teza în format electronic în Repozitoriul USM în termen de 3 zile de la depunerea tezei la catedră/departament.

2.4. Instrucțiunea privind plasarea tezelor de licență/master pentru verificarea gradului de plagiat va fi actualizată anual și transmisă decanatelor până pe data de 1 martie de către responsabilul de la Centrul de plasament și susținere a inovațiilor studențești al USM.

2.5. Detectarea gradului de coincidență cu alte surse va fi efectuată prin analiza lucrării în regim automat de către subsistemul de control al plagiatului în termen de 6 zile calendaristice de la depunerea tezei în Repozitoriul USM. Acces la rezultatele analizei tezei au șeful departamentului/directorul școlii doctorale pentru tezele elaborate în cadrul programelor de formare profesională pentru care este responsabil, decanul facultății, rectorul, prorectorii, colaboratorii Institutului de cercetări și inovare, Departamentului Studii și responsabilul de la Centrul de plasament și susținere a inovațiilor studențești al USM.

2.5.1. Toate tezele de licență/master/doctor elaborate de studenții USM sunt pasibile de analiză prin sistemul antiplagiat.

2.6. Șeful de departament/directorul școlii doctorale va verifica rezultatele analizei lucrării expediate pe adresa departamentului/școlii doctorale după evaluare de sistem antiplagiat și în cazul în care se constată o situație de plagiat (teza conține mai puțin de 60% text original pentru tezele de licență/master[1]), va informa imediat conducătorul științific. Conducătorul științific va informa studentul/masterandul în cauză.

2.6.1. Conducătorul științific va informa studentul care a admis plagiat și îi va restitui teza în scopul eliminării plagiatului și corectării tezei în timp de 4 zile calendaristice.

2.6.2. După eliminarea plagiatului, studentul va depune din nou teza la departament/școala doctorală pentru reexaminarea prin sistemul antiplagiat al USM în timp de 2 zile calendaristice.

2.7. Șeful de departament/directorul școlii doctorale și conducătorul științific verifică rezultatele analizei antiplagiat al tezei reexaminate și vor lua una dintre următoarele decizii:

- teza este admisă pentru susținere, dacă nu s-a adeverit faptul plagiatului sau au fost stabilite fapte minore, involuntare de plagiat;
- teza este întoarsă studentului pentru a fi efectuate modificările cuvenite și reexaminarea ulterioară a acesteia;
- teza nu este admisă pentru susținere, dacă s-a adeverit faptul plagiatului.

2.7.1. Studentul va fi informat, prin afișare pe panoul catedrei, referitor la decizia luată, în curs de 24 de ore.

2.8. În cazul depistării plagiatului de către Comisia pentru examenul de licență/master/doctor, în cadrul susținerii publice a tezei, teza va fi apreciată cu nota 1 „unu”.

2.9. Conducătorul științific este responsabil de neadmiterea de către student a plagiatului în teză.

2.10. Studentul care a admis repetat plagiat nu va fi admis în anul respectiv la examenul de susținere a tezei.

3. DISPOZIȚII FINALE

3.1. Prezentul Regulament este elaborat în conformitate cu prevederile Regulamentului cu privire la managementul calității serviciilor educaționale și de cercetare în instituțiile de învățământ superior.

3.2. Decanii facultăților sunt obligați să aducă la cunoștință prevederile prezentului Regulament tuturor studenților/masteranzilor și cadrelor didactice de la facultate.

3.3. Prezentul Regulament intră în vigoare din momentul aprobării de către Senatul USM.

[1] în cazul tezelor de doctor, fiecare școală doctorală a USM va stabili cota procentuală a textului original și termenul de verificare.

Anexa 3
Model de cerere pentru aprobarea temei tezei de master și a conducătorului științific

CERERE

Către șeful Departamentului
Comunicare și Teoria Informării
_____

Domnule / Doamnă șef de Departament,

Subsemnatul(a) _____, masterand(ă)
Numele, Prenumele

la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, programul de master *Relații publice și publicitate*, rog să-mi aprobați tema tezei de master _____

_____

și să-l desemnați în calitate de conducător științific pe dl/dna _____

_____
(a indica gradul și titlul științific, prenumele și numele)

Data Semnătura

Datele de contact ale masterandului(ei):

Telefon:

e-mail:

Notă: La cererea privind aprobarea temei tezei de master și a conducătorului se anexează copia buletinului de identitate al masterandului(ei).

Anexa 4
Model de cerere cu privire la schimbarea temei tezei de master

CERERE

Către șeful Departamentului
Comunicare și Teoria Informării
_____

Subsemnatul(a)_____, masterand(ă) la
Numele, Prenumele

Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, programul de master *Relații publice și publicitate*, prin prezenta solicit aprobarea temei tezei de master într-o nouă redacție după cum urmează: _____

_____

_____

în coordonare prealabilă cu conducătorul _____
(a indica gradul și titlul științific, prenumele și numele)

_____

Argumentez solicitarea prin:

_____

_____

_____

Data Semnătura

Anexa 5

Calendarul activităților studenților în cadrul proiectului semestrial

Nr. d./o	Data	Participanți la activitate	Activități
1.	Prima săptămână (**format fizic**)	Studenții de la programul de studii *RPP*	Împărțirea în grupuri de lucru și prezentarea listei temelor pentru realizare de produse video în cadrul proiectului de semestru. Discuții asupra relevanței fiecărei teme pentru subiectul X.
2.	Săptămâna 2 (**format online**)	Studenții de la programul de studii *RPP*	Selectarea temei pentru produs de către fiecare grup de lucru și distribuirea sarcinilor pentru fiecare membru al grupului de lucru.
3.	Săptămâna 3 (**format fizic**)	Grupul de lucru Nr. 1 și Nr. 2	Prezentarea conceptului produsului X.
4.	Săptămâna 4 (**format online**)	Grupul de lucru Nr. 3 și Nr. 4	
5.	Săptămâna 5 (**format fizic**)	Studenții de la programul de studii *RPP*	**Atestare Nr. 1**
6.	Săptămâna 6 (**format online**)	Grupul de lucru Nr. 1 și Nr. 2	Prezentarea rezultatelor preliminarii (Realizarea parțială a obiectivelor, metodologia de cercetare, grupul de interes, alternativele de realizare).
7.	Săptămâna 7 (**format fizic**)	Grupul de lucru Nr. 3 și Nr. 4	
8.	Săptămâna 8 (**format online**)	Grupul de lucru Nr. 1 și Nr. 2	Prezentarea versiunii *draft* a proiectului.
9.	Săptămâna 9 (**format fizic**)	Grupul de lucru Nr. 3 și Nr. 4	
10.	Săptămâna 10 (**format online**)	Studenții de la programul de studii *RPP*	**Atestare Nr. 2**
11.	Săptămâna 11 (**format fizic**)	Grupul de lucru Nr. 1 și Nr. 2	Definitivarea proiectelor (eliminarea lacunelor și estimarea riscului și anticiparea impactului).
12.	Săptămâna 12 (**format online**)	Grupul de lucru Nr. 3 și Nr. 4	
13.	Săptămâna 13 (**format fizic**)	Studenții de la programul de studii *RPP*	Prezentarea Lucrului Individual.
14.	Săptămâna 14 (**format online**)	Studenții de la programul de studii *RPP*	
15.	Săptămâna 15 **Conform orarului sesiunii a anului de studii**	Studenții de la programul de studii *RPP*	Evaluarea finală a proiectului de semestru.

Anexa 6
Etapele de realizare a tezei de master

Nr. crt.	Etapele	Termen prestabilit	Termen de realizare
1.	Elaborarea planului de activitate a masterandului. Aprobarea preliminară a planului tezei de master	septembrie	
2.	Consultarea literaturii de specialitate și elaborarea teoretico-metodologică a tezei (Capitolul I)	septembrie-octombrie	
3.	Selectarea și/sau realizarea materialelor pentru partea practică a lucrării (în funcție de specificul acestora): - Colectarea materialului empiric; - Monitorizarea activității instituțiilor de profil sub aspect cantitativ-calitativ; - Realizarea materialelor de autor (pentru tezele de creație)	noiembrie-ianuarie	
4.	Formularea concluziilor și recomandărilor	februarie-martie	
5.	Susținerea preventivă a tezei de master	Conform calendarului academic	
6.	Redactarea finală a tezei de master	aprilie-mai	
7.	Susținerea publică a tezei de master	Conform calendarului academic	

Anexa 7

Model de redactare a foii de titlu pentru proiectul profesional semestrial

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării
Departamentul Comunicare și Teoria Informării

STRATEGIE DE COMUNICARE INTEGRATĂ PENTRU PROMOVAREA RESPONSABILITĂȚII SOCIALE CORPORATIVE ÎN SECTORUL BANCAR DIN REPUBLICA MOLDOVA

Proiect profesional semestrial

la disciplina _____

Program de master: ***Relații publice și publicitate***

Coordonator: **Andrei PERCIUN,**
dr., lector universitar

Autor: **Mariana BUMBU**

CHIȘINĂU, 2025

Anexa 8

Model de redactare a foii de titlu pentru teza de master

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării
Departamentul Comunicare și Teoria Informării

PUBLICITATEA POLITICĂ ÎN CAMPANIA ELECTORALĂ 2024 DIN REPUBLICA MOLDOVA: ALEGERILE PREZIDENȚIALE ȘI REFERENDUM

Teză de master

Program de master: ***Relații publice și publicitate***

Coordonator: **Constantin MARIN,**
dr. hab. în științe politice,
profesor universitar

Autor: **Ana PISARENCO**

CHIȘINĂU, 2025

Anexa 9

Model de redactare a cuprinsului pentru proiectul semestrial

CUPRINS

LISTA ABREVIERILOR 3

INTRODUCERE 4

1. Perspective teoretice asupra reputației corporative 6

2. Analiza situației actuale și obiectivele strategiei de comunicare 11

3. Publicul țintă 13

4. Strategii și tactici de comunicare 14

5. Bugetul strategiei de comunicare 16

6. Evaluarea strategiei 18

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI 20

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE 23

ANEXE 25

Anexa 10
Model de redactare a cuprinsului pentru teza de master

CUPRINS

ADNOTARE 4

ANNOTATION 5

INTRODUCERE 6

CAPITOLUL 1. FUNDAMENTE TEORETICE ȘI CONCEPTUALE ALE DEZINFORMĂRII 8

1.1. Definirea și tipologia dezinformării 9

1.2. Dezinformarea în era digitală 21

1.3. Impactul dezinformării asupra instituțiilor publice 30

CAPITOLUL 2. COMUNICAREA CORECTĂ ÎN INSTITUȚIILE PUBLICE: STRATEGII ȘI PROVOCĂRI 38

2.1. Comunicarea corectă în sectorul public: concept, principii și funcții instituționale 38

2.2. Strategii de comunicare proactivă și reactivă pentru autoritățile publice 50

2.3. Provocări în comunicarea corectă în instituțiile publice 57

CAPITOLUL 3. IMPACTUL DEZINFORMĂRII ASUPRA INSTITUȚIILOR PUBLICE. STUDIU DE CAZ: MINISTERUL DEZVOLTĂRII ECONOMICE ȘI DIGITALIZĂRII DIN REPUBLICA MOLDOVA 62

3.1. Cadru metodologic al studiului de caz 62

3.2. Prezentarea Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării 65

3.3. Analiza impactului dezinformării asupra comunicării Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării 69

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI 118

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE 124

Anexa 1. ***Chestionar: Percepția asupra comunicării Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării și reacțiilor la dezinformare*** 130

Anexa 2. ***Ghid de interviu cu Dumitru Alaiba, fost Viceprim-ministru al Republicii Moldova*** 133

DECLARAȚIA PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII 134

Anexa 11
Model de adnotare la teza de master

ADNOTARE

Numele, prenumele autorului: Vasilița Victoria

Titlul tezei: *Dezinformarea și provocările comunicării corecte în instituțiile publice.*

Teză de master de cercetare, programul *Relații publice și publicitate*, Chișinău, 2025.

Structura lucrării: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie, 112 pagini de text de bază, 3 tabele, 5 figuri și 2 anexe.

Cuvinte-cheie: *dezinformare, comunicare instituțională, criză, spațiu informațional, manipulare, Republica Moldova, Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării, reacție publică, rețele sociale.*

Domeniul de studiu: 032 Jurnalism și informare.

Scopul lucrării: Studiul își propune să investigheze fenomenul dezinformării în spațiul digital contemporan și impactul acestuia asupra comunicării instituționale în Republica Moldova, cu accent pe analiza reacției și strategiilor adoptate de Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării în fața valului de informații false.

Obiectivele cercetării: Fundamentarea teoretico-conceptuală a noțiunii de dezinformare și a tipologiilor aferente; analiza contextului digital actual în care se propagă dezinformarea și a efectelor acestuia asupra instituțiilor publice; evaluarea strategiilor de comunicare proactivă și reactivă în instituțiile publice; studierea cazului MDED prin analiza calitativă a cinci falsuri mediatice și a rezultatelor unui sondaj de opinie; identificarea blocajelor și propunerea de soluții pentru consolidarea rezilienței instituționale în fața dezinformării.

Noutatea și originalitatea științifică: Lucrarea aduce o contribuție relevantă prin corelarea dintre fenomenul dezinformării și comunicarea instituțională în contextul specific al Republicii Moldova, propunând un model integrat de analiză care combină elemente teoretice, studii de caz și date de cercetare aplicativă.

Semnificația teoretică: Teza oferă un cadru conceptual robust pentru înțelegerea dezinformării ca fenomen sistemic și contextualizat, argumentând necesitatea unei abordări interdisciplinare în analiza comunicării instituționale.

Valoarea aplicativă: Rezultatele cercetării pot servi drept fundament pentru elaborarea politicilor publice de combatere a dezinformării, pentru optimizarea strategiilor de comunicare instituțională și pentru formarea profesională a

comunicatorilor publici. Studiul de caz și analiza sondajului oferă date concrete utile instituțiilor implicate în gestionarea crizelor informaționale.

Contribuția personală a autorului: Autorul a realizat o analiză calitativă detaliată a cinci cazuri reprezentative de dezinformare, a elaborat și aplicat un sondaj de opinie privind percepția publicului asupra comunicării instituționale și a documentat reacțiile autorităților. Totodată, a realizat un interviu cu fostul ministru al Economiei, oferind o perspectivă directă asupra procesului decizional și a abordărilor adoptate în fața crizelor informaționale. Aceste contribuții consolidează dimensiunea aplicativă a cercetării și relevanța sa pentru practica instituțională.

Anexa 12
Model de prezentare a tabelelor

Tabelul 1.1. Tipologia dezinformării

Criteriu	Categorii / exemple
Intenție	Redaction, Airbrushing (local/global), Misdirection, Inversiune semantică
Forma / Conținut	Textuală, Vizuală, Audiovizuală, Multimodală, Algoritmică
Scop / Efect	Propagandă, Distragere, Subminare încredere, Divizare socială
Disfuncție informațională	Misinformation (fără intenție), Disinformation (intenționată), Malinformation (conținut real utilizat în mod rău-voitor)

Sursa: Adaptat după [38-39, 51].

Tabelul 2.1. Tipuri de comunicare și caracterul lor politic

Tip de comunicare	Exemplu	Caracter politic (scală: slab → ridicat)
Comunicare guvernamentală	Explicații privind deciziile guvernamentale și acțiunile autorităților	
Comunicare privind drepturile și obligațiile cetățenilor	Informarea cetățenilor despre drepturi, obligații, statistici și legi	
Comunicare ca instrument de politică publică	Campanii de prevenție, sănătate, educație civică etc.	
Comunicare instituțională	Promovarea imaginii și valorilor instituției	
Comunicare despre serviciile publice	Pliante, broșuri, ghiduri privind servicii publice	
Comunicare privind proiecte majore	Comunicare despre proiecte mari (infrastructură, transport etc.)	
Comunicare internă	Mesaje adresate angajaților instituției	
Comunicare de criză	Informarea populației în situații de criză	

Sursa: Adaptat după STOICIU, Andrei [71].



Fig. 1.3. Piramida responsabilității sociale a întreprinderilor a lui Archie B. Carroll

Sursa: CARROLL, Archie B. [28, p. 5].

4. Cât de multă încredere aveţi în iformaţiile furnizate de Ministerul Dezvoltării Economice şi Digitalizării? Evaluaţi pe o scală de la 1 la 5 (1 – Deloc încrezător / 5 – Foarte încrezător)

105 răspunsuri

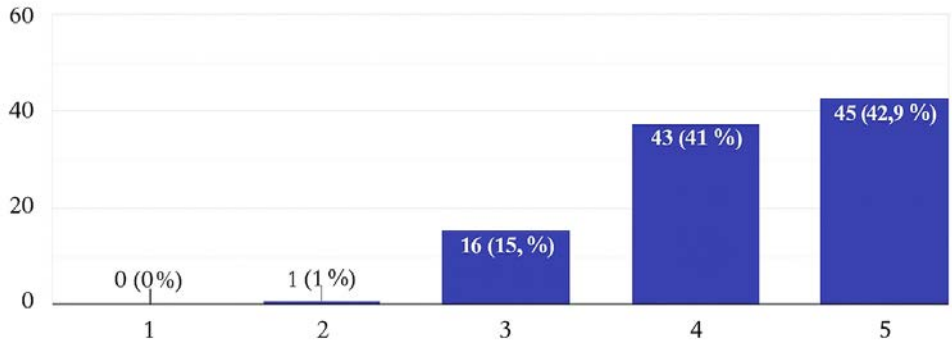


Fig. 3.4. Nivelul de încredere al respondenților în informațiile furnizate de MDED

Sursa: Elaborată de autoare.

Anexa 14
Modele de redactare a referințelor bibliografice

Schema de bază a referinței bibliografice: elemente principale

Cărţi şi publicaţii monografice tipărite

AUTOR(I). *Titlu.* Ediţie. Loc apariţie: Editură, an apariţie. Paginaţie. ISBN.

Note:

Autorii se prezintă în ordinea în care apar în publicație.

Numele autorilor se scriu cu majuscule. Prenumele și patronimicul pot fi reduse la inițiale, cu condiția să nu producă confuzii la identificare, în cazul persoanelor cu nume de familie și inițiale identice.

Numele și prenumele (inițialele) autorului se separă prin virgulă (,).

Autorii se separă prin punct și virgulă (;), urmate de un spațiu, iar înaintea ultimului autor se scrie „și", „and" sau „и", în funcție de limba sursei.

În cazul publicațiilor care au mai mult de cinci autori, se scriu primii cinci autori urmați de „et al."„ș.a.", sau „и др.", în funcție de limba lucrării.

Dacă editorul (editorii) este menționat cu responsabilitate principală, după numele lui se adaugă în paranteze rotunde (ed.) pentru un editor sau (eds.), pentru coordonator(i) – (coord.), pentru redactor(i) – (red.).

Titlul publicației se prezintă cu caractere *italice (cursive)*.

Un număr de ediție va fi furnizat dacă resursa de informare este la a doua, a treia ediție etc. (de ex.: Ed. a 3-a, revizuită)

Paginația în cazul cărților este un element opțional.

ISBN (*International Standard Book Number*) – cod internațional unic de identificare a cărților, definit prin ISO 2108.

Cărți cu un autor

1. CAREY, James. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. 2nd Edition. Boston: Unwin Hyman, 2009. 240 p. ISBN 9780415989763.
2. MARIN, C. *Comunicarea internațională*. Chișinău: CEP USM, 2017. ISBN 978-9975-71-922-3.
3. RADU, Raluca-Nicoleta. *Deontologia comunicării publice*. Iași: Polirom, 2015. ISBN 978-973-46-4693-7.
4. ШАРКОВ, Ф. И. *Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг*. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2022. 322 с. ISBN 978-5-394-04536-3.

Cărți cu doi autori

1. CARRELL, M. R. and HEAVRIN, C. *Labor relations and collective bargaining: private and public sectors*. 10th ed. New York: Pearson, 2013. ISBN 9780132730013.

2. CONSTANTINESCU, Dumitru și GÎRBOVEANU, Sorina Raula. *Comunicare organizațională*. Ed. a 2-a, rev. și adăugită. București: Pro Universitaria, 2021. ISBN 9786062613761.
3. NEWSOM, D. și CARRELL, B. *Redactarea materialelor de relații publice*. Iași: Polirom, 2004. 504 p. ISBN 9736814483.

Cărți cu trei, patru sau cinci autori

1. ARONSON, Merry; SPETNER, Don and AMES, Carol. *The public relations writer's handbook: the ditigal age*. Second Edition. San Francisco: Jossey-Bass, 2010. ISBN 978-0-7879-8631-5.
2. BOTEZAT, E.A.; DOBRESCU, E.M. și TOMESCU, M. *Dicționar de comunicare, negociere și mediere*. București: C.H. Beck, 2007. ISBN 978-973-115-052-9.
3. ZBUCHEA, Alexandra; PÎNZARU, Florina; GALALAE, Cristina și MITAN, Andreea. *Ghid esențial de promovare*. București: Tritonic, 2015. ISBN 9786067490114.
4. BROOM, G. M.; SHA, B.-L.; SESHADRINATHAN, S.; CENTER, A. H. and CUTLIP, S. M. *Cutlip and Center's Effective public relations*. International edition. Harlow: Pearson Education Limited, 2013. ISBN 9780273768395.
5. АБАЕВ, А. Л.; ВЕЛЬСКАЯ, Г. Г.; ЖИЛЯЕВ, А. Г.; САФРОНОВА, Н. Б. и ПОГОДИНА, Р. И. *Реклама социальных проектов: Методическое пособие*. 3-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. 94 с. ISBN 978-5-394-04242-3.

Cărți cu 6 și mai mulți autori

1. CHALKLEY, T.; HOBBS, M.; BROWN, A.; CINQUE, T.; WARREN, B. et al. *Communication, digital media + everyday life*. Second edition. South Melbourne: Oxford University Press, 2015. ISBN 9780195588026.
2. CIOBANU, Olga; COZARESCU, Mihaela; CACE, Corina; DUMITRU, Alina Crenguța; PADURARU, Monica ș.a. *Comunicare și design intercultural: suport de curs postuniversitar*. București: Editura Academiei de Studii Economice, 2010. ISBN 9786065053540.
3. БЕРНАДСКАЯ, Ю. С.; КОСТЫЛЕВА, Т. А.; МАРОЧКИНА, С. С.; РАКИТИНА, Л. С.; СМОТРОВА, Л. Ф. и др. *Основы рекламы*. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. ISBN 978-5-238-01252-0.

Cărți cu editori / coordonatori / redactori

1. BALABAN, D. C.; IANCU, I. și MEZA, R. (coord.). *PR, publicitate și new media*. București: Tritonic, 2009. ISBN 9789737333742.

2. BIRIȘ, Ioan (coord.). *Societate și comunicare culturală*. București: Editura Tehnică, 2006. ISBN 9733122742.
3. LOGE, P. (ed.). *Political communication ethics: theory and practice*. Lanham: Rowman & Littlefield. 2021. ISBN 9781538129968.
4. ГОРОХОВА, В. М. и ГРИНБЕРГ, Т. Э. (ред.). *Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии.* Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., испр. и доп. Москва: «Аспект Пресс», 2018. 224 с. ISBN 978-5-7567-0896-7.

Cărți fără autori

1. *Moldova în cifre, 2021 = Молдова в цифрах, 2021.* Breviar statistic. Chișinău: BNS, 2021. ISBN 978-9975-3481-8-8.
2. *The best of TACTICS: news, trends & how-to information for public relations people*. New York: Public Relations Society of America, 1999.
3. *Социальная реклама.* Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Москва: ЮНИТИ, 2012. ISBN 978-5-238-01544-6.

Cărți care au ca autor o organizație sau instituție

1. BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICA (BNS). Anuarul statistic al Republicii Moldova = Статистический ежегодник Республики Молдова = Statistical Yearbook of the Republic of Moldova. Chișinău: [S. n.], 2024. ISBN 978-9975-177-14-6.
2. UNESCO. *Disability equality in the media: representation, accessibility, management; practical manual*. Paris: UNESCO, 2024. ISBN 978-92-3-100702-6.

Cărți electronice

AUTOR(I). *Titlu.* [Tipul de mediu]. Ediție. Loc apariție: Editură, an apariție. ISBN. DOI / URL [data accesării].

Note:

Resursele electronice pot include informația despre tipul de distribuție „Online". Elementul „Online" se scrie după titlu, cu majusculă, divizat de titlu prin punct.

Formatul și tipul resursei este obligatoriu pentru resursele electronice. Data actualizării/revizuirii este obligatorie, dacă este disponibilă, pentru resursele de informare online.

ISBN este opțional.

DOI (*Digital Object Identifier*) este identificator persistent al obiectului digital, este obligatoriu dacă este disponibil.

URL (*Uniform Resource Locator*) este localizatorul uniform de resurse, este obligatoriu pentru resursele de informare online fără un identificator persistent sau o copie arhivată.

În situația în care sunt disponibile atât DOI, cât și URL-ul sursei, se va indica cu prioritate DOI-ul, acesta fiind considerat identificatorul standard și stabil al resursei.

Data citării / accesării / vizualizării este obligatorie pentru resursele de informare online dinamice.

Data vizualizării/citării/accesării sursei se va amplasa după link în formatul recomandat de standard [accesat anul-luna-ziua].

Exemple

1. ANDERSON-MELI, L. and KOSHY, S. *Public Relations Crisis Communication: A New Model*. Online. London. Routledge, 2020. eISBN 9780429287763. Disponibil: https://doi.org/10.4324/9780429287763 [accesat 2025-02-10].
2. IRETON, Cherilyn și POSETTI, Julie (ed.). *Jurnalism, 'Fake News' and Dezinformare: Manual pentru educația de media și învățământul jurnalistic*. Online. [eBook]. Raris: UNESCO, 2021. ISBN 978-92-3-000134-6. Disponibil: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376919 [accesat 2025-05-06].
3. MARIN, Constantin. *Mass-media în postcomunism: Cazul Republicii Moldova.* [PDF]. Chișinău: CEP USM, 2021. ISBN 978-9975-158-76-3 (PDF). Disponibil: https://msuir.usm.md/items/33019b39-099f-41bd-ba91-35ad0494c4f6 [accesat 2025-07-29].
4. MOORE, S. and HÜBSCHER, R. *Strategic communication and AI: public relations with intelligent user interfaces*. [Electronic books]. Abingdon: Routledge, 2022. ISBN 9781003111320. Disponibil: https://www.taylorfrancis.com/books/9781003111320 [accesat 2025-02-28].
5. BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICA (BNS). *Anuarul statistic al Republicii Moldova = Статистический ежегодник Республики Молдова = Statistical Yearbook of the Republic of Moldova*. Online. Chișinău: BNS, 2022. Disponibil: https://statistica.gov.md/ro/anuarul-statistic-al-republicii-moldova-editiile-2002-2022-9877_59482.html [accesat 2025-02-20].

Părți componente (capitole / articole) în monografii, culegeri și materiale ale conferințelor tipărite

AUTOR(I). Titlu. In: AUTOR(I), *Titlu.* Ediție. Loc apariție: Editură, an apariție, paginație. ISBN/ISSN.

Note:

Atunci când se citează o parte componentă a unei monografii (cum ar fi un articol dintr-o enciclopedie, un dicționar sau materialele unei conferințe), informațiile despre resursa de informație gazdă ar trebui furnizate împreună cu informațiile despre locația resursei citate în resursa de informație gazdă.

Separarea elementelor privind partea componentă citată și documentul gazdă se utilizează prepoziția **In: În: B:**

Dacă este indicat autorul sursei-gazdă, numele lui este urmat de virgulă (,).

La publicațiile din culegeri (conferințe, simpozioane, saloane de invenții), înaintea informației la titlu se pun două puncte (:).

Dacă sunt organizate conferințe periodice cu același titlu, pentru claritate este necesar să se adauge data și locul conferinței.

Numerotarea (volum, ediție, etc., care este parte componentă) este obligatorie, dacă există numărul volumului sau ediția.

Dacă publicația este constituită dintr-o singură pagină, se abreviază cu un singur „p.”; constituită din mai multe pagini, se abreviază cu „pp.”.

ISSN - *International Standard Serial Number* (Număr Internațional Standard al Publicațiilor Seriale).

Exemple din cărți, culegeri și materiale ale conferințelor tipărite

1. Agenție de publicitate. In: POPESCU, Cristian Florin. *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*. București: Tritonic, 2002, pp. 23-24. ISBN 9738051606.
2. GROSSU, Silvia. Considerații privind publicitatea din presa basarabeană de limbă germană. În: *Studii și cercetări de istorie a publicității*. București: Tritonic, 2015, pp. 165-180. ISBN 9786067490374.
3. PANG, Augustine; JIN, Yan and CAMERON, Glen T. Strategic Management of Communication: Insights from the Contingency Theory of Strategic Conflict Management. In: HEATH, R. L. (ed.). *The SAGE handbook of public relations*. 2nd edition. Los Angeles: SAGE Publications, 2010, pp. 17-34. ISBN 9781412977807.
4. POȘTAN, Liliana. Competența de comunicare: strategii curriculare de formare pe tot parcursul vieții. În: *Fenomene și tendințe în jurnalism și comunicare*: conferință științifică națională, 5 decembrie 2024. Chișinău: CEP USM, 2025, pp. 126-132. ISBN 978-9975-62-843-3.
5. SZAMBOLICS, Julia. Conținutul comunicării social media influencerilor. În: Delia Cristina BALABAN și Julia SZAMBOLICS (coord.), *Social media influencerii și rolul lor publicitar*. București: Tritonic, 2021, pp. 67-92. ISBN 9786067495386.
6. ВАЛИШИНА, Д. А. Особенности деривации в виртуальной коммуникации (на материале чат-коммуникации). В: *Актуальные проблемы современного*

словообразования: Сборник научных статей. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2011, сс. 398-402. ISBN 978-5-8353-1205-4.
7. ЕГОРОВА, Н. А. Организационные коммуникации как разновидность социальной коммуникации. В: *Научные исследования: теория, методика и практика:* Сборник материалов III Международной научно-практической конференции. Том 1. Чебоксары: Центр научного сотрудничества "Интерактив плюс", 2017, сс. 281-283. ISBN 978-5-6040208-6-9.

Părți componente (capitole / articole) în monografii, culegeri și materiale ale conferințelor electronice

AUTOR(I). Titlu. In: AUTOR(I), *Titlu.* [Tipul de mediu]. Ediție. Loc apariție: Editură, an apariție, paginație. ISBN/ISSN. DOI / URL [data accesării].

Note:

Elementul „Online" se scrie după titlu, cu majusculă, divizat de titlu resurse-gazdă prin punct.

Formatul și tipul resursei este obligatoriu pentru resursele electronice.

Data actualizării/revizuirii este obligatorie, dacă este disponibilă, pentru resursele de informare online.

ISBN/ISSN este opțional.

DOI (*Digital Object Identifier*) este identificator persistent al obiectului digital, este obligatoriu dacă este disponibil.

URL (*Uniform Resource Locator*) este localizatorul uniform de resurse, este obligatoriu pentru resursele de informare online fără un identificator persistent sau o copie arhivată.

Data citării / accesării / vizualizării este obligatorie pentru resursele de informare online dinamice.

Exemple din cărți, culegeri și materiale ale conferințelor electronice

1. BULICANU, Victoria. Mesajul publicitar: de la creativitate la vânzări. În: *Integrare prin Cercetare și Inovare:* Conferința științifică națională cu participare internațională. Științe sociale, *7-8 noiembrie 2024*. Online. [PDF]. Chișinău: [S. n.], 2024, pp. 12-16. ISBN 978-9975-62-799-3 (PDF). Disponibil: https://doi.org/10.59295/spd2024s.02 [vizualizat 2025-05-06].
2. RACHEL, M. Kim and ANDERSON, Ashton. The Agenda-Setting Function of Social Media. In: *Proceedings of the ACM on Web Conference 2025 (WWW '25)*. New York: Association for Computing Machinery, 2025, pp. 601–613. ISBN 979-8-4007-1274-6. Disponibil: https://doi.org/10.1145/3696410.3714750 [vizualizat 2025-07-29].
3. STARCK, Kenneth and KRUCKEBERG, Dean. Public Relations and Community. In: HEATH, R. L. and VASQUEZ, G. *Handbook of public relations: A Reconstructed Theory Revisited*. [eBook]. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001, pp. 51-60. ISBN 9781412973618. Disponibil: https://www.google.md/

books/edition/Handbook_of_Public_Relations/y9KMo2g4B6QC?hl=ro&gbpv=0 [vizualizat 2025-02-28].

4. VALENTINI, C. Public relations and social influence: Understanding the roots of a contested profession. In: C. VALENTINI (ed.). *Public Relations*. Online. Berlin: Mouton De Gruyter, 2021, pp. 3-20. eISBN 9783110554250. Disponibil: https://doi.org/10.1515/9783110554250-001 [vizualizat 2025-04-14].

Părți componente (articole) în reviste și ziare tipărite

AUTOR(I). Titlu. *Titlul revistei/ziarului.* Anul, volumul, numărul serialului, paginația. ISSN.

Note:

Titlul revistei / ziarului se prezintă cu caractere *italice (cursive).*

Dacă publicația este constituită dintr-o singură pagină, se abreviază cu un singur „p.”; constituită din mai multe pagini, se abreviază cu „pp.”.

ISSN - *International Standard Serial Number* (Număr Internațional Standard al Publicațiilor Seriale).

1. ABRUDAN, Mirela. Metode de cercetare în științele comunicării. *Studia Universitatis Babeș-Bolyai Ephemerides*, 2009, vol. 54, nr. 1, pp. 117-143. ISSN 1224-872X.
2. ANG, P. H., KNOBLOCH-WESTERWICK, S., AGUADED, I., MUÑOZ-URIBE, J.-F., WASSERMAN, H. et al. Intellectual Balkanization or Globalization: The Future of Communication Research Publishing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2019, vol. 96, no. 4, pp. 963-979. ISSN 1077-6990.
3. RADU, Alina. Crimă fără pedeapsă: Furtul de jurnalism. *Ziarul de Gardă: Săptămânal independent de investigații*, 2022, 22 septembrie, p. 10. ISSN 1857-3150.
4. ȚURCAN, Nelly și MARIN, Constantin. Paradigme ale comunicării științifice. *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Sociale)*, 2010, vol. 38, nr. 8, pp. 42-61. ISSN 1814-3199.
5. ИЛЬИН, Н. П. Убеждающая коммуникация. *Известия СПбГАУ*, 2017, №4 (49), сс. 216-220. ISSN 2078-1318.

Articole în publicații oficiale

1. Legea privind accesul la informațiile de interes public, nr. 14 din 09.07.2023. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 234 (2023), art. 410, pp. 5-11. ISSN 2587-389X.

Părți componente (articole) în reviste și ziare electronice

AUTOR(I). Titlu. *Titlul revistei/ziarului.* [Tipul de mediu]. Anul, volumul, numărul serialului, paginația. ISSN. DOI / URL [data accesării].

Note:

Formatul şi tipul de resursă Online, [PDF], [bază de date online], [serial online], [program de calculator] sunt obligatorii pentru resursele electronice.

Titlul revistei / ziarului se prezintă cu caractere *italice (cursive).*

Numerotarea (volum, nr.) este obligatorie.

Dacă publicația este constituită dintr-o singură pagină, se abreviază cu un singur „p.”; constituită din mai multe pagini, se abreviază cu „pp.”.

Data citării / accesării / vizualizării este obligatorie pentru resursele de informare online dinamice.

Data vizualizării/citării/accesării sursei se va amplasa după link în formatul recomandat de standard [accesat anul-luna-ziua].

1. ANTOCI, Arina. Actualitatea și necesitatea profesiei de a informa. *Studia Universitatis Moldaviae*. *Științe economice și ale comunicării.* Online. 2023, vol. 11, nr. 1, pp.70-75. ISSN 2587-4446. Disponibil: https://doi.org/10.59295/sum11(01)2023_09 [citat 2025-02-20].
2. ARNAL-PASTOR, M. and BERNÉ-MARTÍNEZ, J. M. A semantic analysis of social innovation and corporate social responsibility in the Spanish digital press. *Review of Managerial Science*. Online. 2025, vol. 19, no. 6, pp. 1983–2009. eISSN 1863-6691. Disponibil: https://doi.org/10.1007/s11846-024-00743-3 [citat 2025-07-30].
3. BIMBER, Bruce, FLANAGIN, Andrew, and STOHL, Cynthia. Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment. *Communication Theory*. Online. 2005, vol. 15, no. 4, pp. 365-388. eISSN 1468-2885. Disponibil: https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2005.tb00340.x [citat 2025-02-20].
4. ENCIU, Nicolae. Revoluția din Decembrie 1989, moment decisiv în istoria contemporană a României: 1989 - prăbușirea imperiului lui Stalin în Europa Centrală și de Est. *Ziarul Național*. Online. 2024, 24 decembrie. ISSN-L 1857-4912. Disponibil: https://www.ziarulnational.md/nicolae-enciu-revolutia-din-decembrie-1989-moment-decisiv-in-istoria-contemporana-a-romaniei/ [citat 2025-09-20].
5. SUN, J., SHIN, J., LI, Y., QU, Y., ZHEN, L., et al. Communicating CSR relationships in COVID-19: The evolution of cross-sector communication networks on social media. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*. Online. 2025, vol. 34, no. 3, pp. 752–770. eISSN 2694-6424. Disponibil: https://doi.org/10.1111/beer.12679 [citat 2025-09-20].

Articole în publicații oficiale

1. Legea cu privire la publicitate, nr. 62 din 17.03.2022. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 98-105 (2023), art. 171. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=147675&lang=ro# [accesat 2024-07-03].

Pagini (site-uri) web și părțile lor componente

NUME CREATOR(I). *Titlul paginii / site-ului web*. Ediția și versiunea. Formatul și tipul resursei. Cerințe de sistem. [Data actualizării/revizuirii]. Distribuitor sau gazda online. DOI / URL [data accesării].

Note:

Numele creatorului (lor) al resursei citate este obligatoriu dacă este disponibil.
Titlul paginii / site-ului web este obligatoriu dacă este disponibil.
Ediția și versiunea sunt obligatorii dacă sunt disponibile.
Formatul și tipul resursei sunt obligatorii dacă pagina are cerințe specifice.
Cerințe de sistem sunt obligatorii dacă site-ul sau pagina de titlu are cerințe specifice.
Data actualizării/revizuirii, precum și distribuitor sau gazda online sunt obligatorii dacă sunt disponibile.
Locul și editorul, precum și data publicării sunt opționale.
Identificatorul persistent (DOI) este obligatoriu dacă este disponibil.
Locația și accesul la rețea (URL) este obligatoriu dacă nu există un identificator persistent.
Data citării / accesării / vizualizării este obligatorie pentru resursele de informare online dinamice.
Data vizualizării/citării/accesării sursei se va amplasa după link în formatul recomandat de standard [accesat anul-luna-ziua].

1. BIROUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ. Site web. (February 2019). Disponibil: https://statistica.gov.md/index.php/ro [accesat 2024-12-28].
2. MUZEUL NATIONAL DE ISTORIE. *Muzeul Național de Istorie a Moldovei*. [Pagina Web]. Disponibil: https://www.nationalmuseum.md/ro/ [accesat 2023-08-12].
3. *Moldova*. Online [2025-07-24]. Wikipedia (distribuitor). Fundația Wikimedia. Disponibil: https://en.wikipedia.org/wiki/Moldova [accesat 2025-07-30].
4. GUVERNUL REPUBLICII MOLDOVA. *Competențele de comunicare în limba română ale adulților și elevilor din învățământul liceal vor fi certificate la nivel național*. Online. (30 iulie 2025). Disponibil: https://gov.md/ro/node/5215 [accesat 2025-08-04].
5. CORPU, Nadejda. *Societatea civilă critică inițiativa autorităților de a amenda dezinformarea online*. Online. 2025-03-24. Radio Europa Liberă Moldova. Disponibil: https://moldova.europalibera.org/a/societatea-civila-critica-initiativa-autoritatilor-de-a-amenda-dezinformarea-online/33357483.html [accesat 2025-07-30].
6. *Știință & Comunicare*. Blog. Disponibil: https://www.comunicarestiintifica.ro/blog/ [accesat 2025-08-16].

7. COCIU, Mădălina. *Ce câștigă cercetătorii din comunicarea cu publicul larg*. Blog post. 2020-08-11. Disponibil: https://www.comunicarestiintifica.ro/ce-castiga-cercetatorii-din-comunicarea-cu-publicul-larg/ [accesat 2025-09-05].
8. SAY IT HUB. Pagină Facebook. Disponibil: https://www.facebook.com/PRcomunicareUSM [accesat 2025-08-20].
9. SAY IT HUB. [@jurnalism.usm.md]. *Say It Hub la Moldova Digital Summit – observații din teren*. Postare pe Facebook 2025-06-10. Disponibil: https://www.facebook.com/share/p/18pLxNSgdB/ [accesat 2025-09-05].
10. USM [@usm.md]. *Ambasadorul Republicii Lituania în Republica Moldova E. S. Kestutis Kudzmanas – în vizită la Universitatea de Stat din Moldova.* Fotografie. Disponibil: https://www.instagram.com/p/Cfl0upyMi6u/ [accesat 2025-07-19].

Anexa 15
Model de prezentare a anexelor

ANEXE

Anexa 1.

CHESTIONAR

Percepția asupra comunicării Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării și reacțiilor la dezinformare

Stimate respondent,

Vă mulțumim pentru disponibilitatea de a participa la acest chestionar. Cercetarea face parte dintr-o lucrare de master și are drept scop evaluarea modului în care Ministerul Dezvoltării economice și Digitalizării din Republica Moldova a comunicat public în ultimii doi ani, în special în contextul combaterii informațiilor false și a dezinformării din mediul online.

Răspunsurile dvs. ne vor ajuta să înțelegem cum este percepută comunicarea instituțională, care sunt așteptările cetățenilor și ce îmbunătățiri pot fi propuse pentru a consolida încrederea și transparența în relația dintre minister și societate.

Chestionarul este anonim, iar datele colectate vor fi utilizate exclusiv în scop academic. Completarea lui durează aproximativ 4-5 minute.

Vă rugăm să răspundeți sincer și cu încredere. Opinia dvs. contează!

Vă mulțumim!

1. Vârsta:
18–25 ani
26–35 ani
36–50 ani
Peste 50 ani

Anexa 16
Model pentru Declarația privind asumarea răspunderii

DECLARAȚIA PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII

Subsemnatul(a) _____, masterand(ă) la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova, programul de master *Relații publice și publicitatea*, declar pe proprie răspundere că lucrarea îmi aparține în întregime și nu conține plagiat, concluziile prezentate în teză fiind doar rezultatul propriilor cercetări și realizări științifice.

Conștientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecințele în conformitate cu legislația în vigoare.

Data _____

Nume și prenume _____

Semnătura _____

Anexa 17
Model de aviz al conducătorului științific

FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

PROGRAMUL DE MASTER

„Relații publice și publicitate”

AVIZUL conducătorului la teza de master cu tema _____
elaborată de masterandul(a) _____
conducător de teză de master _____

I. Forma lucrării

1. **Respectarea rigorilor privind aspectul grafic, normele gramaticale în vigoare și referințele _____**
2. **Corectitudinea structurii tezei (introducere, conținut, încheiere, bibliografie, anexe; simetria conținutului) _____**

II. Conținutul lucrării

1. **Gradul de argumentare a actualității temei _____**
2. **Demonstrarea competențelor de cercetare (elaborarea ipotezei, selectarea metodelor de cercetare, colectarea și interpretarea datelor, sintetizarea părții teoretice etc.) _____**
   _____
3. **Calitatea cercetării efectuate _____**
4. **Valoarea științifică și/sau aplicativă a tezei _____**

III. Gradul de responsabilitate și atitudinea studentului _____

IV. Concluzii _____

V. Decizia _____

Nota	**9-10**	**8-9**	**7-8**	**6-7**	**5-6**	**5-4**
Calificativ	**A**	**B**	**C**	**D**	**E**	**F**

Data _____

Semnătura _____

NB. La necesitate se vor adăuga pagini și va fi modificată structura avizului în vederea evidenței altor aspecte ale tezei.

Anexa 18
Model de aviz al expertului

FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

PROGRAMUL DE MASTER

„Relații publice și publicitate”

AVIZ

la teza de master cu tema _____
elaborată de masterandul(a) _____
Expert _____

I. <u>Forma lucrării</u>

1. **Respectarea rigorilor privind aspectul grafic, normele gramaticale în vigoare și referințele _____**
2. **Corectitudinea structurii tezei (introducere, conținut, încheiere, bibliografie, anexe; simetria conținutului) _____**

II. <u>Conținutul lucrării</u>

1. **Gradul de argumentare a actualității temei _____**
2. **Demonstrarea competențelor de cercetare (elaborarea ipotezei, selectarea metodelor de cercetare, colectarea și interpretarea datelor, sintetizarea părții teoretice etc.) _____**
   _____
3. **Calitatea cercetării efectuate _____**
4. **Valoarea științifică și/sau aplicativă a tezei _____**

III. <u>Concluzii</u>

_____

Data _____

Semnătura _____ **Ștampila instituției**

NB. La necesitate se vor adăuga pagini și va fi modificată structura avizului în vederea evidenței altor aspecte ale tezei.

Anexa 19
Grila de evaluare a tezelor de master

Criterii de evaluare	Nivel maxim (nota 10 - 9,00)	Nivel mediu (nota 8,99 - 7,00)	Nivel minim (nota 6,99 - 5,00)	Nesatisfăcător (<5,00)	Ponderea criteriului de evaluare în nota finală alocată
Actualitatea temei	– Tema tezei corelează totalmente cu cerinţele şi necesităţile societăţii	– Tema tezei corelează în temei cu cerinţele şi necesităţile societăţii	– Tema tezei corelează parţial cu cerinţele şi necesităţile societăţii	– Tema tezei nu corelează cu cerinţele şi necesităţile societăţii	**0,1**
Calitatea fundamentării ştiinţifice	– Procesarea şi analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este bună	– Procesarea şi analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este suficient de bună	– Procesarea şi analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este generală, fără aspecte concrete	– Procesarea şi analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului este insuficientă	**0,2**
Realizarea obiectivelor cercetării	– Obiectivele cercetării au fost atinse	– Obiectivele cercetării au fost, în mare parte atinse	– Obiectivele cercetării au fost atinse parţial	– Obiectivele cercetării nu au fost atinse	**0,2**
Calitatea/ complexitatea metodologiei cercetării	– Metodologia aplicată este relevantă	– Metodologia aplicată este adecvată scopului	– Metodologia aplicată este generală, fără aspecte concrete	– Metodologia aplicată este inadecvată	**0,1**
Relevanţa practică a studiului efectuat	– Studiul efectuat este relevant domeniului, venind cu soluţii utile şi practice	– Studiul efectuat este relevant domeniului, venind cu soluţii mai puţin practice	– Studiul efectuat este parţial relevant domeniului, venind cu soluţii practice complicate pentru implementare	– Studiul efectuat nu este relevant domeniului, venind cu soluţii inutile	**0,2**
Calitatea prezentării (lizibilitate, grafică, elocvenţă)	– Lucrarea este prezentată într-un mod clar, coerent, preponderent se utilizează grafice şi desene	– Lucrarea este prezentată într-un mod clar, coerent, parţial se utilizează grafice şi desene	– Lucrarea este prezentată în fond clar, fără coerenţă în expunere, preponderent se utilizează grafice şi desene	– Lucrarea este prezentată fără coerenţă în expunere, ocazional se utilizează grafice şi desene	**0,1**
Expunerea şi argumentarea concluziilor	– Concluziile sunt concludente şi expuse clar	– Concluziile sunt expuse bine, dar lipseşte legătura dintre compartimente	– Concluziile sunt expuse generalizat, fără referinţă la rezultatele obţinute	– Concluziile lipsesc sau sunt foarte sumare, sunt foarte generalizate şi abstracte	**0,1**

Anexa 20

Criterii de evaluare a tezei de master în cadrul susținerii publice

Universitatea de Stat din Moldova
Comisia de evaluare a tezelor de master
Criterii de evaluare a Tezei de master

Facultatea _____
Program de studii _____
Evaluator _____

Nr.	Numele, prenumele studentului	Argumentarea temei	Formularea și realizarea scopului și obiectivelor	Calitatea/ complexitatea metodologiei cercetării	Calitatea fundamentării teoretice	Relevanța practică a studiului efectuat	Calitatea prezentării (lizibilitate, grafică, elocință etc.)	Calitatea concluziilor/ rezultatelor	Alte criterii (publicații, comunicări, brevete, etc.)	Notă
		a.	**b.**	**c.**	**d.**	**e.**	**f.**	**g.**	**h.**	
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
6.										
7.										
8.										
9.										
10.										

Anexa 21
Model al Convenției de parteneriat

Anexă la Regulamentul cu privire la organizarea stagiilor de practică,
aprobat de Senatul USM, proces-verbal nr. 2 din 13.09.2022

Convenție–cadru de parteneriat

Universitatea de Stat din Moldova (în continuare – Universitatea), reprezentată de _____, care acționează în baza Cartei universitare și _____, unitatea-bază de realizare a stagiilor de practică (în continuare – Partener), reprezentată prin directorul _____, denumite în continuare în mod colectiv Părți, iar individual Parte, luând în considerare că realizarea instruirii și consolidării potențialului de cadre de înaltă calificare este problema-cheie privind asigurarea realizărilor economice ale Partenerului și că

Universitatea de Stat din Moldova:

- este instituție de învățământ superior acreditată în Republica Moldova în modul stabilit;
- dispune de un potențial academic valoros și de un conținut formativ universitar orientat spre cerințele pieței muncii;
- se află în proces de integrare în comunitatea universitară internațională, în scopul armonizării calificărilor și recunoașterii actelor de studii;

iar **Partenerul:**

- conștientizează necesitatea utilizării potențialului Universității în scopul consolidării potențialului de cadre competente, apte să genereze inovații și tehnologii avansate, contribuind la asigurarea concurenței Partenerului pe piața economică internă și externă,

au convenit asupra încheierii prezentei Convenții - cadru de parteneriat (în continuare – Convenția - cadru), care constituie cadrul juridic de bază în relațiile dintre Părți ce țin de organizarea stagiilor de practică ale studenților Universității.

Art. 1. Obiectul Convenției–cadru îl reprezintă stabilirea unui parteneriat reciproc avantajos între Părți, în scopul ajustării procesului de formare profesională a studenților Universității la necesitățile pieței muncii și ale Parteneriatului în cadre competente și acordării asistenței științifico-consultative în promovarea activităților Partenerului.

Art. 2. Drepturile și Angajamentele Universității:

2.1. Va furniza Părții informație actualizată privind activitatea universitară, inclusiv conținuturile studiilor, denumirea titlurilor care pot fi obținute la Universitate,

regulile de admitere a candidaților și desfășurarea procesului de studii și de cercetare științifică;

2.2. Va moderniza planurile și programele de studii conform cerințelor înaintate de către Parte, ținându-se cont de perspectiva dezvoltării tehnicii și tehnologiilor moderne în domeniul respectiv de activitate;

2.3. Va organiza elaborarea de către studenți a proiectelor/tezelor de licență, de master și de doctorat pe tematica reală propusă de către Partener;

2.4. Va crea condiții privind implicarea specialiștilor Partenerului la predarea lecțiilor și organizarea lucrărilor practice în cadrul Universității;

2.5. Va înainta propuneri Părții privind efectuarea de către studenți a stagiilor de practică în limita posibilităților;

2.6. Va recomanda, la solicitarea Părții, absolvenți sau viitori absolvenți ai Universității pentru plasarea posibilă a acestora în câmpul muncii, inclusiv prin participarea Părții la Târgurile locurilor de muncă vacante, organizate permanent de către Universitate pentru selectarea și angajarea la lucru a absolvenților;

2.7. Va organiza, cu participarea specialiștilor Partenerului, mese rotunde cu genericul familiarizării studenților și profesorilor cu realitățile activității acestora, cu posibilități de stagiere a studenților și de angajare la lucru după absolvire;

2.8. Va utiliza strict conform destinației și nu va divulga informația specială declarată de către Parte ca fiind confidențială obținută în cadrul stagiului de practică.

Art. 3. Drepturile și Angajamentele Partenerului:

3.1. Va susține crearea la Universitate a bazei informaționale despre Partener prin furnizarea materialelor publicitare, în scopul familiarizării corpului profesoral și a studenților cu privire la activitatea Partenerului, inclusiv prin plasarea informației pe portalul web al Universității – www.usm.md și pe panourile informaționale plasate la facultățile sau catedrele de profil interesate;

3.2. Va selecta și va încheia benevol, în modul stabilit, contracte individuale cu studenții privind instruirea și angajarea acestora la lucru după absolvirea Universității;

3.3. Va înainta Universității, reieșind din necesități, propuneri privind perfecționarea programelor de studii la specialitățile interesate și tematica proiectelor/tezelor de licență ale studenților, tematica tezelor de master și doctorat – cu caracter de implementare reală;

3.4. Va avea posibilitatea de a selecta studenți de la specialitățile interesate pentru eventuala angajare a acestora, după absolvire, inclusiv prin participarea la Târgurile locurilor de muncă organizate de către Universitate și prin plasarea locurilor de muncă vacante pe platforma Universității de Stat din Moldova – http://moodle.usm.md/community/;

3.5. Va permite, în baza intereselor comune, stagierea cadrelor didactice ale Universității în subdiviziunile Partenerului;

3.6. Va permite efectuarea excursiilor, vizitelor organizate ale studenților Universității, în scopul familiarizării acestora cu procesul de producere și cu activitatea Partenerului în ansamblu.

Art. 4. Dispoziții finale

4.1. Relațiile dintre Părți vor fi guvernate de principiul echității, bunei-voințe și dezvoltării relațiilor de colaborare durabilă.

4.2. Prezentul Contract se întocmește pe un termen de **5 ani**, prelungirea lui realizându-se prin consensul Părților.

4.3. Modificările și completările în prezentul Contract se vor efectua prin acordul comun al Părților.

4.4. Eventualele litigii între Părți vor fi soluționate pe cale amiabilă în conformitate cu prevederile legislației în vigoare a Republicii Moldova.

4.5. În cazul reorganizării, schimbării locului de reședință, a numerelor de telefon, fax sau a altor date prezentate în Contract, Partea respectivă este obligată să informeze cealaltă Parte despre schimbările respective pe parcursul a 3 zile calendaristice din momentul schimbărilor efectuate.

4.6. Contractul este redactat în două exemplare originale.

Art. 5.

Convenția-cadru intră în vigoare la data semnării și este valabilă până la _____.

Universitatea de Stat din Moldova	_____
Chișinău, MD-2009	_____
Str. A. Mateevici 60	_____
Tel: 022 240076	_____
www.usm.md	_____

L.Ș. _____ L.Ș. _____

”_____” _____202__ ”_____” _____202__

Anexa 22
Model de Contract privind stagiile de practică la ciclul II

Anexă la Regulamentul cu privire la organizarea stagiilor de practică,
aprobat de Senatul USM, proces-verbal nr. 2 din 13.09.2022

Universitatea de Stat din Moldova

CONTRACT
privind organizarea și desfășurarea stagiului de practică al studenților ciclului II, studii superioare de masterat

Prezentul contract se încheie între:
Universitatea de Stat din Moldova, denumită în continuare Organizator de practică, reprezentată de Dandara Otilia, dr. hab., prof. univ., care acționează în baza Cartei Universitare, și **Unitatea-bază de realizare a stagiului de practică** _____ _____, denumită în continuare Partener de practică, reprezentată de _____,
(numele și funcția)
care acționează în baza _____ și **Studentul** _____, denumit în continuare Stagiar, înscris în anul universitar _____ la Facultatea _____, specialitatea _____ grupa _____.

Art. 1. Obiectul Contractului
Prezentul Contract reglementează relațiile dintre Părți ce țin de organizarea și desfășurarea stagiului de practică pentru consolidarea cunoștințelor teoretice și formarea abilităților Stagiarului, în vederea aplicării acestora în activitate.

Art. 2. Statutul Stagiarului
Stagiarul rămâne, pe toată durata stagiului de pregătire practică, student al Organizatorului de practică.

Art. 3. Tipul, durata și perioada desfășurării stagiului de practică
3.1. Tipul stagiului de practică _____
3.2. Stagiul de practică va avea **durata** de _____
3.3. Perioada desfășurării stagiului de practică este de la _____ (zi/lună/an) până la _____

Art. 4. Obiectivele stagiului de practică _____
_____

Art. 5. Persoanele responsabile desemnate de Organizatorul de practică și Partenerul de practică

5. 1. Mentorul stagiului de practică din partea Partenerului de practică

Dl/Dna _____ Funcția _____

Telefon _____ Fax _____ e-mail _____

5.2. Cadrul didactic – conducător al stagiului de practică din departamentul academic

Dl/Dna _____ Funcția _____

Telefon _____ Fax _____ e-mail _____

Art. 6. Plata și obligațiile sociale

Pentru activitatea desfășurată, Stagiarul nu poate pretinde la vreo remunerație din partea Partenerului de practică, cu excepția cazului în care să încheie un contract individual de muncă.

Art. 7. Angajamentele Stagiarului

7.1. – să respecte programul de activitate stabilit și să execute activitățile specificate de conducător în conformitate cu curricula de practică;

7.2. – să respecte regulamentul intern al Partenerului de practică;

7.3. – să respecte normele de securitate și sănătate în muncă;

7.4. – să păstreze confidențială orice informație pe care o primește de la Partenerul de practică sau la care i se acordă accesul de către Partenerul de practică.

Art. 8. Angajamentele Partenerului de practică

8.1. – să stabilească un mentor *pentru stagiul de practică*, selectat dintre salariații proprii cu calificare înaltă și experiență profesională;

8.2. – să instruiască Stagiarul, înainte de începerea stagiului de practică, cu privire la normele de securitate și sănătate în muncă, în conformitate cu legislația în vigoare, precum și cu privire la regulamentul intern aplicat la Partenerul de practică;

8.3. – să ofere Stagiarului mijloacele necesare pentru dobândirea competențelor nominalizate în curricula de practică;

8.4. – să rezilieze prezentul Contract în mod unilateral, informând despre aceasta în scris Organizatorul de practică și Stagiarul, după ce, în prealabil, a audiat explicațiile Stagiarului și ale mentorului de practică din partea Partenerului de practică.

Art. 9. Angajamentele Organizatorului de practică

9.1. – să desemneze un cadru didactic responsabil cu planificarea, organizarea și supravegherea desfășurării stagiului de practică;

9.2. – să întrerupă stagiul de practică, după informarea prealabilă a Partenerului de practică și după obținerea confirmării de primire a acestei informații, în cazul în care derularea stagiului de practică nu este conformă cu angajamentele asumate de către Partenerul de practică în cadrul prezentului Contract.

Art. 10. Evaluarea stagiului de pregătire practică prin credite transferabile

Numărul de credite transferabile ce vor fi obținute de Stagiar în urma desfășurării stagiului de practică este de _____ ECTS, fiind stabilite în planul de învățământ.

Art.11. Raportul privind stagiul de practică

11.1. Mentorul stagiului de practică din partea Partenerului de practică împreună cu cadrul didactic vor evalua permanent nivelul competențelor profesionale dobândite de Stagiar, precum și comportamentul, modalitatea de integrare a acestuia în activitatea Partenerului de practică.

11.2. La finele stagiului de practică, conducătorul stagiului de practică din partea Partenerului de practică elaborează un aviz (referință) în baza evaluării nivelului competențelor obținute de către Stagiar și îi acordă un calificativ.

Art.12. Sănătatea și securitatea Stagiarului în timpul stagiului de practică

12.1. Partenerul de practică are obligația să respecte prevederile legale cu privire la sănătatea și securitatea în muncă.

12.2. Stagiarului i se asigură protecție socială conform legislației în vigoare.

12.3. În cazul unui accident suportat de Stagiar, fie în timpul desfășurării stagiului de practică, fie în timpul deplasării către locul desfășurării stagiului de practică, Partenerul de practică se angajează să înștiințeze asiguratorul cu privire la accidentul care a avut loc.

Art.13. Prevederi finale

13.1. Prezentul Contract poate fi modificat numai cu consimțământul tuturor părților, modificările consemnându-se într-un proces-verbal anexat la Contract.

13.2 Litigiile apărute între Părțile contractante vor fi soluționate pe cale amiabilă, în conformitate cu legislația în vigoare.

13.3. Prezentul Contract intră în vigoare din momentul semnării de către Părți și este valabil până la executarea de către Părți a obligațiilor ce le revin în baza prezentului Contract.

13.4. Prezentul Contract este întocmit în trei exemplare la data: _____ (zi/lună/an)

ADRESELE JURIDICE ȘI SEMNĂTURILE REPREZENTANȚILOR

Organizatorul de practică: Universitatea de Stat din Moldova

Prim-prorector, prorector pentru activitate didactică și studențească:

Otilia Dandara, dr.hab., prof. univ.

L.Ș. _____

Unitatea-bază de realizare a stagiului de practică (Partenerul de practică):

Director _____ L.Ș. _____

Masterand _____ _____

Anexa 23

Model de redactare a foii de titlu pentru portofoliul practicii

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării
Departamentul Comunicare și Teoria Informării

PORTOFOLIUL PRACTICII DE SPECIALITATE

CICLUL II – STUDII SUPERIOARE DE MASTERAT

Programul de master: ***Relații publice și publicitate***

Coordonatorul practicii: _____

Coordonatorul tezei de master: _____

Masterand(ă): _____

CHIȘINĂU, 2025

Anexa 24
Modelul Planului individual al practicii de specialitate

PLANUL INDIVIDUAL AL PRACTICII DE SPECIALITATE

1. Masterand(ă) _____
2. Programul de master _____
3. Locul desfășurării practicii de specialitate: _____
4. Perioada desfășurării practicii de specialitate: _____
5. Tema tezei de master _____
   _____

6. Activitatea practică

Etapa	Perioada	Sarcinile practice obligatori și la alegere

7. Colectarea datelor pentru teza de master

Etapa	Perioada	Denumirea

8. Practica de documentare (la bibliotecă)

Etapa	Perioada	Scopul și sarcinile

Data _____

Conducătorul practicii (tezei de master) _____

Anexa 25
Evidența activităților în cadrul practicii de specialitate

Evidența activităților realizate în cadrul practicii
(se completează zilnic de către student)

Data	Conținutul rezumativ al lucrărilor executate	Observații	Evaluarea activității

Prenumele și numele studentului, semnătura _____

Anexa 26

Cerințe de tehnoredactare a raportului narativ asupra stagiului de practică

Raportul narativ reprezintă o analiză detaliată a activităților realizate pe parcursul stagiului de practică și trebuie să respecte anumite standarde de tehnoredactare. Aceste cerințe sunt necesare pentru a asigura o prezentare clară și profesionistă, reflectând corespunzător competențele acumulate pe durata stagiului.

1. Formatul raportului

Raportul va fi redactat în format electronic (Microsoft Word) și va fi tipărit pentru depunerea la Departament. Structura generală a documentului va respecta următoarele setări:

- **Font și dimensiune**: Times New Roman, 12 pt;
- **Spațierea între rânduri**: 1,5 linii;
- **Margini**: 2,5 cm (sus, jos); 3 cm (dreapta); 1,5 cm (stânga);
- **Alinierea textului**: Justificat;
- **Numerotarea paginilor**: În partea de jos a paginii, centrat.

2. Structura raportului

Raportul trebuie să conțină între 4 și 6 pagini, excluzând pagina de titlu, și să includă următoarele secțiuni esențiale:

- **Pagina de titlu**:
  - Numele complet al studentului;
  - Programul de master („Relații publice și publicitate”);
  - Anul de studii și grupa;
  - Denumirea exactă a instituției unde s-a desfășurat stagiul;
  - Perioada de practică (datele de început și de final).
- **Introducere**:
  - O scurtă descriere a scopului stagiului de practică și a așteptărilor inițiale.
  - Obiectivele principale ale stagiului de practică, așa cum au fost ele stabilite în planul individual al practicii.
- **Descrierea activităților**:
  - Expunerea detaliată a activităților efectuate, structurate pe sarcini obligatorii și sarcini la alegere.
  - Pentru fiecare activitate descrisă se va specifica scopul, contribuția adusă și rezultatele obținute.

- **Reflecție asupra experienței de practică**:
  - Identificarea provocărilor întâlnite în realizarea sarcinilor și soluțiile aplicate.
  - Analiza lecțiilor învățate în urma activităților desfășurate.
  - Sugestii pentru dezvoltarea profesională ulterioară și potențiale direcții de îmbunătățire.
- **Concluzii**:
  - Sumarizarea rezultatelor obținute și a experienței de învățare;
  - Considerații asupra impactului stagiului în pregătirea profesională și a contribuției acestuia la formarea competențelor necesare pentru o carieră în relații publice și publicitate.

3. Cerințe suplimentare de redactare

- **Referințe și exemple**: Dacă în raport se menționează exemple specifice de activități sau materiale create, acestea vor fi anexate (dacă este posibil) sau prezentate într-un portofoliu separat, conform cerințelor prezentului Ghid.
- **Corectitudinea limbajului**: Raportul trebuie să fie redactat într-un limbaj profesional, corect din punct de vedere gramatical și stilistic.
- **Originalitate**: Raportul trebuie să fie o reflectare personală asupra experienței stagiului și să fie redactat individual.

Anexa 27
Evaluarea stagiilor de practică

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării
Program de master: *Relații publice și publicitate*

CHESTIONAR DE EVALUARE
a activității masterandului în perioada stagiului de practică
(completat de îndrumătorul din instituția gazdă)

Masterand(ă) _____

Locul de practică _____

Perioada în care s-a desfășurat stagiul de practică _____

1. **Evaluarea activității masterandului:**

Criterii de evaluare	Excelent	Bine	Satisfăcător	Nesatisfăcător
Punctualitate și respectarea programului de lucru	☐	☐	☐	☐
Capacitatea de organizare și gestionare a timpului	☐	☐	☐	☐
Inițiativă, creativitate și implicare activă în activitățile instituției	☐	☐	☐	☐
Respectarea și îndeplinirea sarcinilor la termen	☐	☐	☐	☐
Aplicarea cunoștințelor teoretice în activitățile practice	☐	☐	☐	☐
Calitatea lucrărilor/proiectelor și materialelor realizate	☐	☐	☐	☐
Capacitatea de analiză, sinteză și adaptare la mediul profesional	☐	☐	☐	☐
Comunicarea eficientă și colaborarea cu echipa și superiorii	☐	☐	☐	☐

Criterii de evaluare	Excelent	Bine	Satisfăcător	Nesatisfăcător
Respectarea normelor de etică și conduită profesională	☐	☐	☐	☐
Corelarea activităților desfășurate cu obiectivele stagiului	☐	☐	☐	☐

2. Care sunt punctele tari și cele vulnerabile ale pregătirii studentului stagiar?

Puncte tari ale pregătirii studentului stagiar:	**Puncte vulnerabile ale pregătirii studentului stagiar:**
a)	a)
b)	b)
c)	c)
d)	d)
e)	e)

3. Ce propuneri aveți cu privire la îmbunătățirea procesului de pregătire și formare profesională a masterandului în cadrul desfășurării practicii de specialitate? (indicați în ordinea importanței)

_____

_____

_____

_____

Data _____ Îndrumătorul de practică din cadrul bazei de practică

_____

(Semnătura și ștampila instituției)

Anexa 28
Evaluarea satisfacției masterandului privind stagiul de practică

Chestionar de evaluare a satisfacției masterandului privind stagiul de practică

Studentul _____

Programul de master _____

Locul de practică _____

Perioada în care s-a desfășurat stagiul de practică _____

1. **Ce părere aveți despre obiectivele/ sarcinile stagiului de practică? Au fost ele stabilite clar?**

Foarte clar	Clar	Satisfăcător	Nesatisfăcător
☐	☐	☐	☐

2. **În ce măsură considerați că stagiul practic v-a fost util?**

În foarte mare măsură	În mare măsură	În mică măsură	Prea puțin
☐	☐	☐	☐

3. **Cum ați aprecia colaborarea cu specialiștii din unitatea-bază de practică?**

Foarte bună	Bună	Satisfăcătoare	Insuficientă
☐	☐	☐	☐

4. **Care au fost aspectele pozitive ale practicii?**

_____

_____

_____

5. **Care au fost aspectele negative ale practicii?**

_____

_____

_____

6. **Cum ați aprecia calitatea instruirii practice?**

Foarte bună	Bună	Satisfăcătoare	Insuficientă
☐	☐	☐	☐

7. **Cum apreciați relația student-mentor (specialistul din instituția-bază de practică)?**

Vă rugăm să scrieți: FB (foarte bine), B (bine), S (satisfăcător) sau N (nesatisfăcător)

Stilul de lucru	Modul de prezentare a exemplelor	Abilitățile de comunicare și de feedback	Cunoașterea subiectului	Apreciere generală
☐	☐	☐	☐	☐

8. **În cadrul căror cursuri universitare competențele obținute v-au fost de folos în timpul stagiului?**

_____
_____
_____

9. **Ce alte competențe necesare pentru realizarea practicii considerați că trebuie formate studenților în cadrul cursurilor universitare?**

_____
_____
_____

10. **Considerați că stagiul de practică a contribuit la pregătirea dvs. profesională și la cunoașterea mediului viitoarei activități, facilitând, în același timp, accesul pe piața muncii?**

Foarte mult	Mult	Semnificativ	Deloc
☐	☐	☐	☐

11. **Considerați că acest loc de practică poate fi recomandat și altor colegi?**

Da	Nu
☐	☐

12. **Vă rugăm să adăugați orice alt comentariu pe care considerați necesar să ni-l comunicați în legătură cu acest stagiu de practică.**

_____
_____
_____

Prenumele și numele stagiarului, semnătura _____

Anexa 29
Structura raportului de evaluare a stagiului de practică

Aprobat
la ședința Departamentului Comunicare și Teoria Informării
din ,,_____” 20____, proces-verbal nr. ___
Șef Departament_____
Nume, Prenume, gradul șt-did.

STRUCTURA RAPORTULUI DE EVALUARE
A CALITĂȚII STAGIULUI DE PRACTICĂ

1. Facultatea
2. Departamentul academic
3. Programul de studii (cu frecvență, frecvență redusă)
4. Nume/ prenume conducător al stagiilor de practică
5. Date statistice:
   - Numărul total de studenți per program repartizați la stagiul de practică;
   - Numărul total de studenți per program care au realizat stagiul de practică în instituții-baze de practică, cu care sunt încheiate acorduri, convenții-cadru de parteneriat;
   - Numărul total de studenți per program, care și-au identificat de sine stătător întreprinderea/ organizația de realizare a stagiului și au încheiat contract individual, conform modelului USM;
   - Numărul total de acorduri/convenții-cadru de parteneriat de la facultate, departament academic care au fost semnate în anul curent.
6. Data conferinței de totalizare per program și enumerați produsele care au fost prezentate de către studenți
7. Promovabilitatea studenților în cadrul practicii
8. Puncte tari și puncte slabe ale organizării și realizării stagiilor de practică
9. Analiza chestionarelor aplicate la locul desfășurării stagiilor de practică, în colaborare cu Comisia de Asigurare a Calității
10. Concluzii (nivel de calitate)
11. Dificultăți, recomandări, sugestii

Data _____

Conducătorul stagiului de practică _____

Anexa 30
Fișa de monitorizare a practicii de cercetare

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
Facultatea de Jurnalism si Științe ale Comunicării
Program de master: *Relații publice și publicitate*

FIȘA DE MONITORIZARE A PRACTICII DE CERCETARE

Nume, prenume masterand: _____

An de studii: _____ **Semestru:** _____

Titlul tezei de master: _____

Conducător științific: _____

Planul orientativ de activitate în cadrul practicii de cercetare:

Nr. crt.	Etapa	Descriere activitate	Termen realizare	Observații / Confirmare conducător
1.	Stabilirea temei și a obiectivelor de cercetare			
2.	Selectarea și analiza bibliografiei relevante			
3.	Elaborarea planului tezei și a metodologiei			
4.	Redactarea capitolelor inițiale			
5.	Consultări periodice cu conducătorul științific			
6.	Documentarea și colectarea materialului empiric			
7.	Finalizarea versiunii preliminare a tezei (min. 90%)			
8.	Predarea tezei pentru avizul conducătorului			

Aplicație a activității de cercetare în raport cu tema abordată:

_____

_____

_____

Semnătura masterandului: _____
Semnătura conducătorului științific: _____

Data completării: _____

BIBLIOGRAFIE

1. *Regulamentul de organizare și desfășurare a studiilor superioare de master, ciclul II*. Online. Aprobat de Senatul USM la 29.03.2022, proces-verbal nr. 10. Disponibil: https://usm.md/wp-content/uploads/Regulament-de-organizare-%C8%99i-desf%C4%83%C8%99urare-a-studiilor-superioare-de-master-ciclul-II-%C3%AEn-Universitatea-de-Stat-din-Moldova.pdf
2. *Regulamentul privind organizarea stagiilor de practică la ciclul I și II.* Online. Aprobat de Senatul USM la 13.09.2022, proces-verbal nr. 2. Disponibil: https://usm.md/wp-content/uploads/Regulament_stag_practica_institutional_09_09_2022.pdf
3. *Cadrul Național al Calificărilor – nivelul 7 CNC: Master în Științe ale comunicării.* Online. Aprobat de MEC la 28.03.2024. Disponibil: https://mecc.gov.md/sites/default/files/7_cnc_master_in_stiinte_ale_comunicarii_1.pdf
4. GHERASIM, Alexandra și ȚURCAN, Nelly. *Ghid metodologic pentru elaborarea tezelor de licență și de masterat*. Chișinău: CEP USM, 2005.
5. *Prezentarea referințelor bibliografice și citarea resurselor de informare: Ghid practic*. Online. Chișinău: [S. n.], 2023. ISBN 978-9975-167-34-5 (PDF). Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/book_view/696
6. STEPANOV, Georgeta și TACU, Mariana. *Ghid metodic pentru stagiile de practică la specialitatea Jurnalism*. Chișinău: CEP USM, 2017. ISBN 978-9975-71-909-4. Disponibil: https://msuir.usm.md/handle/123456789/1560
7. STEPANOV, Georgeta și TACU, Mariana. *Elaborarea proiectelor profesionale semestriale și a tezelor de master: ghid metodic*. Chișinău: Editura USM, 2024. ISBN 978-9975-62-747-4 (PDF). Disponibil: https://msuir.usm.md/handle/123456789/15857
8. ȚURCAN, Nelly. *Ghid pentru elaborarea tezei de master și desfășurarea practicii de specialitate.* Chișinău: CEP USM, 2009. ISBN 978-9975-70-841-8.

Nelly ȚURCAN Andrei PERCIUN

PROIECTE SEMESTRIALE, TEZE ȘI STAGII DE PRACTICĂ LA MASTERAT

GHID METODOLOGIC

Redactare: *Ariadna Strungaru*
Machetare computerizată: *Tatiana Capliuc*

Bun de tipar *20.01.2026.* Formatul *70×100 1/12*
Coli de tipar *12,75.* Coli editoriale *7,0.*
Comanda *44.* Tirajul *20 ex.*

Editura USM
str. Al.Mateevici, 60, Chișinău, MD-2009
e-mail: editurausm@gmail.com