

Memoriu justificativ pentru înființarea programului de master

Denumire : Managementul comunicării și noile media

Domeniul de master: Științe ale comunicării

Facultatea de Litere

Centrul Universitar Nord din Baia Mare

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca

1. Introducere

Prezentul memoriu justificativ are ca obiect fundamentarea oportunității înființării programului de studii universitare de master *Managementul comunicării și noile media*, în domeniul *Științe ale comunicării*, în cadrul Facultății de Litere, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca.

Transformările accelerate generate de digitalizare, dezvoltarea platformelor sociale, utilizarea inteligenței artificiale în comunicare și schimbările din ecosistemul mediatic impun formarea unor specialiști capabili să gestioneze procese complexe de comunicare în organizații publice și private. În acest context, dezvoltarea unui program de master dedicat managementului comunicării și noilor media răspunde atât cerințelor pieței muncii, cât și obiectivelor strategice ale universității privind diversificarea ofertei educaționale și consolidarea cercetării interdisciplinare.

2. Justificarea înființării programului

Necesitatea înființării programului de master este determinată de mai mulți factori:

- Dezvoltarea accelerată a mediului digital și a noilor tehnologii de comunicare;
- Cererea tot mai mare de specialiști în managementul comunicării, comunicare digitală, social media, relații publice și comunicare organizațională;
- Extinderea utilizării inteligenței artificiale și a instrumentelor digitale în activitatea instituțiilor publice, companiilor și organizațiilor guvernamentale;
- Nevoia dezvoltării competențelor de analiză, planificare și evaluare a strategiilor de comunicare într-un mediu informațional complex;
- Creșterea interesului absolvenților programelor de licență pentru specializări orientate spre comunicarea digitală și managementul informației.

Având în vedere că specializarea *Jurnalism* merge în lichidare, înființarea noului master nu va crește numărul specializărilor, ci va ajuta la consolidarea și dezvoltarea domeniului *Științelor comunicării* și a specializării *Comunicare și relații publice*, mai ales că îi va stimula pe studenții absolvenți ai acestei specializări să rămână încă 2 ani în cadrul Universității Tehnice și, totodată, îi va atrage pe acei absolvenți care nu au făcut alt master în comunicare (fiind în așteptarea acestui master), al căror număr este semnificativ. Programul propus completează oferta educațională existentă printr-o abordare interdisciplinară, care integrează teoria comunicării, managementul, marketingul digital, jurnalismul online, analiza datelor și utilizarea tehnologiilor emergente în comunicare.

3. Misiunea, obiective generale și specifice ale programului

Programul de master *Managementul comunicării și noile media* este un program de master profesional și interdisciplinar, fiind format din cursuri care acoperă o paletă largă din domeniul științelor comunicării. Programul de master își propune să formeze specialiști în comunicare, în câmpuri profesionale precum jurnalismul, relațiile publice, publicitate, managementul media, precum și formarea profesională de specialiști și perfecționarea în științele informării și documentării prin învățământ universitar de lungă durată, corespunzător ciclului II conform Planului Bologna.

Principalele obiective ale programului de master sunt următoarele:

- Formarea profesională și științifică prin aprofundare interdisciplinară, ca răspuns la cerințele informatizării și tehnologizării forței de muncă actuale;
- Dezvoltarea și stimularea cercetării științifice în domeniul științelor comunicării, prin concentrarea asupra unor teme de actualitate, inovatoare, adaptate cerințelor mediului academic;
- Aderarea la dezideratele de progres ale învățământului și societății românești;
- Dezvoltarea abilităților specifice de lucru în echipă și individual, necesare practicării unei profesii de succes în domeniul științelor comunicării și integrării pe piața muncii a industriilor creative;
- Dezvoltarea relațiilor cu mediul profesional în mod constant în vederea pregătirii adecvate a masteranzilor pentru piața muncii.

Din consultările avute cu instituțiile publice, cu redacțiile locale și cu organizațiile private din Baia Mare și județul Maramureș, a rezultat faptul că jurnaliștii specializați, consultanții în comunicare, precum și profesioniștii în domeniul comunicării online sunt extrem de căutați pe piața muncii, iar redacțiile și organizațiile își doresc profesioniști cât mai bine pregătiți pe aceste segmente. De asemenea, din consultări a rezultat că un program de studiu în cadrul domeniului Științe ale comunicării, la nivel de master este absolut necesar pentru formarea unei resurse umane calificate.

În acest sens, misiunea programului *Managementul comunicării și noile media* este de a pune accent pe pregătirea aprofundată, de natură interdisciplinară, care este în măsură nu doar să consolideze setul de competențe și abilități dobândite prin programele de licență, ci mai ales să formeze și să dezvolte competențe complementare și de cercetare științifică, favorizând perspectiva unei integrări eficiente pe piața muncii. Programul constituie un cadru unitar de formare interdisciplinară de specialiști în vederea furnizării de soluții integrate de optimizare a comunicării în planul activității profesionale.

Misiunea din cadrul programului de master *Managementul comunicării și noile media* este aceea de formare specializată a absolvenților în domeniul științelor comunicării, domeniu vast, cu multiple

posibilități de afirmare a specialiștilor, care incumbă societatea actuală bazată pe competitivitate și excelență.

Răspunzând principalelor direcții de dezvoltare ale societății europene, acest program se încadrează în trendul european privind cerința de formare a specialiștilor ce vor duce mai departe domeniul atât de dinamic al comunicării sociale, mediatice și online.

Promovarea și îndeplinirea misiunii asumate se bazează pe stabilirea următoarelor obiective ale programului, integrate perfect între obiectivele generale ale Facultății de Litere și corelate cu cerințele ocupației stipulate în COR și ESCO:

- Promovarea procesului educațional de calitate;
- Promovarea cercetării performante, orientarea ei spre nevoile societății și racordarea la tendințele europene;
- Compatibilizarea învățământului și cercetării cu orientările europene și adaptarea ofertei educaționale la cerințele pieței forței de muncă;
- Dezvoltarea și modernizarea bazei materiale didactice și de cercetare;
- Comunicarea permanentă cu mediul economico-social în vederea identificării și satisfacerii nevoilor acestuia din punct de vedere educațional și al cercetării;
- Dezvoltarea de relații interinstituționale durabile, atât la nivel național, cât și internațional.

Programul masteral oferă masteranzilor oportunitatea de a acumula cunoștințele și competențe sociale și profesionale necesare pentru o viitoare carieră în instituțiile publice și în cele organizațiile private.

Dintre posibilitățile de angajare și perfecționare de larg interes, oferite de programul de studii masterale absolvenților, menționăm :

Cod COR/ESCO: 2432.5 - Denumire COR/ESCO: manager de comunitate online;

Cod COR/ESCO: 2432.8 - Denumire COR/ESCO: consultant relații publice;

Cod COR/ESCO: 2432.9 - Denumire COR/ESCO: ofițer relații publice.

Conform

<https://esco.ec.europa.eu/ro/classification/occupation?uri=http://data.europa.eu/esco/isco/C2432>

Activități specifice ocupației sunt precizate în COR/ISCO-08/standardul ocupațional, astfel:

2432.5 - Manager de comunitate online

Managerii de comunitate online oferă și mențin un mediu interactiv facilitat de aplicații, cum ar fi rețele sociale, forumuri și wiki-uri. Mențin legăturile dintre comunități digitale diferite.

În urma absolvirii masteratului, absolventul va dobândi aptitudini și competențe esențiale (conform ESCO), precum și o serie de cunoștințe esențiale, după cum urmează:

1.Competențele și aptitudini esențiale:

1. Absolventul va putea analiza factorii interni și externi ai societății
2. Absolventul va putea construi strategii de comunicare, publicitate, relații publice și marketing în comunitatea online

3. Absolventul va putea dezvolta conținutul digital și planul de comunicare online
4. Absolventul va putea gestiona campanii de marketing, relații publice și publicitate pe social media
5. Absolventul va putea utiliza diferite canale de comunicare, servicii electronice și software pentru sistemele de gestionare de conținut.

2.Cunoștințe esențiale :

1. Absolventul va fi capabil să facă o analiză web și o cercetare de piață;
2. Absolventul va putea desfășura activități de comunicare și colaborare digitală
3. Absolventul va înțelege cuvintele-cheie din conținutul digital și le va aplica în consecință
4. Absolventul va înțelege rolul mixului de marketing și a principiilor de marketing în formarea prețurilor de piață, precum și importanța marketingului de marcă
5. Absolventul va fi capabil să înțeleagă specificul mijloacelor de comunicare în masă digitale
6. Absolventul va înțelege conceptul de responsabilitate socială a întreprinderilor
7. Absolventul va putea gestiona servicii de software de editare și marketing în funcție de necesitatea fiecărei organizații
8. Absolventul va putea aplica strategii de marketing de conținut, strategii de stabilire a prețurilor și strategii de moderare online
9. Absolventul va fi capabil să înțeleagă conceptul de sustenabilitate corporativă și să acționeze conform cerințelor în vigoare.

Chiar dacă profilul masteratului este unul profesional, el oferă totodată și o formare teoretică solidă, care determină dezvoltarea de abilități pentru profesarea comunicării în varii domenii de activitate. Mai mult, după terminarea studiilor de master, absolvenții își pot continua pregătirea profesională, în ciclul III, în cadrul Școlii Doctorale de Științe Umaniste din cadrul Facultății de Litere, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca.

4. Obiectivele programului de master

4.1. Obiective generale ale programului de master

- 1) crearea de competențe practice pentru eficientizarea activităților și creșterea performanței organizaționale;
- 2) dezvoltarea de abilități în domeniul comunicării eficiente;
- 3) manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific, centrat pe valori și relații democratice;
- 4) dezvoltarea unei viziuni globale asupra comportamentului organizațional;
- 5) formarea și aprofundarea unui comportament etic și profesional și cultivarea de competențe în dezvoltarea profesională;
- 6) dezvoltarea abilităților de comunicare și dezvoltarea competențelor necesare pentru elaborarea strategiilor de comunicare, publicitate, marketing.

4.2. Obiective specifice ale programului de master

- 1) înțelegerea și aprofundarea conceptelor, metodelor, teoriilor din domeniul științelor comunicării;
- 2) însușirea modalităților de realizare a unui proiect multimedia online.
- 3) însușirea și înțelegerea de cunoștințe privind tehnologiile de realizare a producției în noile media.
- 4) dobândirea de competențe și abilități practice privind construirea unei comunicări vizuale eficiente prin publicitate, marketing și relații publice;
- 5) aprofundarea cunoștințelor privind managerierea comunicării și a situațiilor de criză ;
- 6) identificarea și combaterea conținuturilor de fake news.

Misiunea și obiectivele masteratului *Managementul comunicării și noile media* este în perfectă concordanță cu viziunea UTCN, stipulată în Charta universitară, și a Facultății de Litere (CUNBM) din care dorim să facă parte. Generațiile de absolvenți ai acestei instituții au fost, sunt și vor fi capabili să răspundă exigențelor profesionale pe care le impune crearea și menținerea unui învățământ modern, puternic ancorat în realitățile actuale.

5. Competențele profesionale și transversale ale absolventului în urma absolvirii programului de studiu

Competențele generale și transversale ale programului de studiu sunt în concordanță cu cerințele reglementate de ESCO - European Skills, Competences, Qualifications and Occupations.

a) Competențe transversale ale absolventului programului de master ([Competențe – Autoritatea Nationala pentru Calificari \(edu.ro\)](#))

Dă dovadă de inițiativă

Oferă consiliere altora

Își asumă responsabilitatea

Abordează provocările în mod pozitiv

Respectă diversitatea valorilor și a normelor culturale

Operează echipamente hardware digitale

Utilizează software de comunicare și colaborare

Administrează identitatea digitală

Creează conținut digital

Promovează idei, produse sau servicii

b) Competențe profesionale ale absolventului programului de master

Analizează factorii externi ai societății

Analizează factorii interni ai societății

Analizează rapoarte de lucru în scris

Analizează sondajele în rândul clienților

Analizează tendințele de cumpărare

Aplică strategii de marketing aferent platformelor de comunicare socială

Colaborează la crearea strategiilor de marketing

Consolidarea încrederii

Coordonează acțiunile din planul de marketing

Coordonează alinierea eforturilor în scopul dezvoltării afacerii

Creează titlul conținutului

Creează un buget anual de marketing

Definește obiective de marketing măsurabile

Dezvoltă conținut digital

Dezvoltă planul de comunitate online

Dezvoltă rețele profesionale

Dă curs solicitărilor online formulate de utilizatori

Efectuează analiza datelor online

Efectuează cercetare de piață

Elaborează campanii de marketing

Elaborează strategii de marketing

Evaluează conținutul materialelor de marketing

Furnizează informații în scris

Gestionează proiecte de dezvoltare de conținut

Identifică indicatori-cheie de performanță

Identifică piețe potențiale pentru societăți

Integrează fundamentul strategic în activitatea curentă

Integrează strategiile de marketing în strategia globală

Moderează forumuri

Monitorizează profitabilitatea

Oferă feedback

Prezintă colaboratorilor planurile de afaceri

Studiază dorințele utilizatorilor de site-uri web

Studiază nivelurile vânzărilor de produse

Transpune conceptele cerințelor în conținut

Utilizează diferite canale de comunicare

Utilizează servicii electronice

Utilizează software pentru sistemele de gestionare de conținut.

6. Analiza condițiilor socio-economice

Dezvoltarea unor relații mai strânse între mediul de afaceri și mediul academic permite transferul și schimbul de cunoștințe, creează parteneriate pe termen lung și diverse oportunități, stimulează inovarea, spiritul antreprenorial și creativitatea. Astfel, în urma discuțiilor cu reprezentanții mediului public și privat, am constatat o cerere acută de absolvenți din sfera comunicării.

Absolvenții de la specializările *Jurnalism* și *Comunicare și relații publice*, cu rezultate foarte bune la învățătură, aleg să își continue studiile de master în alte centre universitare din țară, lucru care dezavantajează Facultatea de Litere, unde nu există un master pe domeniul *Științe ale comunicării*. De-a lungul timpului au fost multe cereri (informale, dar relevante) pentru un masterat din domeniul Științelor comunicării al absolvenților de *Jurnalism* și *Comunicare și Relații Publice*, care nu se regăseau la alt masterat din cadrul Centrului Universitar Nord din Baia Mare; o parte din aceștia au urmat și urmează masterate din domeniul Științelor Comunicării la alte universități din țară sau străinătate, dar o parte relevantă nu au urmat sau nu urmează niciun masterat, și aceștia ar putea fi atrași de un masterat pe domeniul Științe ale Comunicării.

O analiză a absolvenților din domeniul Științe ale comunicării (specializările *Jurnalism* și *Comunicare și relații publice*) pe ultimii 5 ani ne arată situația înscrierilor acestora la cursurile masterale, fie de Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, fie la alte universități din țară. Datele de arată o medie sub 50% a absolvenților care aleg să meargă mai departe, fie în alt domeniu, aici la Baia Mare, fie în același domeniu, dar în alte localități. Observăm, totodată, o scădere a interesului pentru studiile de master, iar unul dintre factorii implicați în scădere este tocmai lipsa unui master pe domeniul în care aceștia au absolvit. Un master în Științe ale comunicării, la Baia Mare, ar fi ideal atât pentru absolvenții din acest domeniu, cât și pentru absolvenții altor specializări care nu se regăsesc în domeniile studiate. Mai mult, mediul academic ar avea de câștigat o nouă grupă de studenți, care și-ar continua studiile la facultatea lor preferată.

An universitar/ Număr absolvenți	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	Total Absolvenți
	15	32	28	30	32	137

Studii masterale	8	19	15	12	10	64
Procentaj	53,33%	59,37	53,57%	40%	31,25%	46,71%

Pe lângă această analiză, am demarat și un sondaj de opinie printre absolvenții celor două specializări, *Jurnalism și Comunicare și relații publice*. În urma analizei răspunsurile primite, constatăm o necesitate, și, totodată, o doleanță, a absolvenților de a urma un master în domeniul în care au absolvit nivelul de licență, adică Științe ale comunicării, la Facultatea de Litere din Baia Mare. Astfel, peste 80% din respondenți consideră că un master în Științe ale comunicării este foarte util în cadrul Facultății de Litere, iar peste 65% sunt de părere că un astfel de master i-ar ajuta în cariera dorită.

7. Analiza posibilităților de stabilire a relațiilor de parteneriat cu alte universități, organizații sau firme

În vederea creșterii competitivității și îmbunătățirii ofertei academice, se vor realiza parteneriate naționale și vom dezvolta relații de colaborare cu facultățile de profil, precum și cu alte instituții sau entități. Unul dintre obiectivele masteratului este cooperarea cu universități din țară și străinătate în scopul amplificării schimburilor de cunoștințe și idei, de metode de predare și de tehnologii de învățare, pentru dezvoltarea unui învățământ modern și eficient.

În acest sens, există contracte de colaborare cu instituțiile publice (Primăria Baia Mare, Instituția Prefectului Maramureș, Consiliul Județean Maramureș, Direcția pentru Protecția Copilului Maramureș) și cu organizațiile private, fie agenții de publicitate (Inside Media, Digital Trip), fie redacții de știri din presa scrisă, online sau televiziune (Graiul Maramureșului, Nord Literar, directmm.ro, emaramures.ro, Plus TV Baia Mare etc.). Aceste colaborări existente la nivel de licență, pentru specializările *Jurnalism și Comunicare și relații publice* (din domeniul Științe ale comunicării) vor fi extinse și la nivelul noului program de master.

8. Evaluarea resurselor disponibile ale universității care pot să susțină programul de studii.

a) Resurse umane necesare. Cadre didactice

Pentru a asigura calitatea actului educațional și pentru a genera performanță, este nevoie în primul rând de oameni care să își desfășoare activitatea într-un climat organizațional colaborativ bazat pe respect, colegialitate și parteneriat. Titularii de disciplină au titlul științific de doctor în domeniul disciplinelor din

postul ocupat, iar celelalte cadre didactice au pregătirea inițială și competențe în domeniul disciplinei predate.

Cadrele didactice care vor susține cursuri și seminarii la programul de studii "Managementul comunicării și noile media" sunt următoarele:

Prof. univ.dr. Daniela Dunca

Prof.univ.dr. Petru Dunca

Conf. Univ.dr. Cătălin Bobb

Conf. Univ.dr. Florina Hahn

Conf.univ.dr. Liliana Zima

Conf.univ.dr. Adrian Chira

Conf.univ.dr. Beniamin Pop

Conf.univ. dr. Iovan Drehe

Lector univ.dr. Andrei Achim

Lector univ.dr. Melinda Achim

Lector univ.dr. Iulia Bancoș

Lector univ.dr. Ana Farcaș

Lector univ.dr. Claudiu Farcaș

Lector univ.dr. Ion Gherghel

b) Resurse materiale necesare. Spații de învățământ

Capacitatea spațiilor de învățământ pentru programul de studii masterale corespunde normativelor impuse de ARACIS. Astfel, se dispune de 1 amfiteatru, 4 săli de curs, 2 săli de seminar, 3 laboratoare de specialitate (laboratorul de Informatică, Studioul Radio și Studioul TV Nord Media) . Sălile de curs și seminar dispun de echipamente tehnice adecvate pentru predare și comunicare; laboratoarele didactice și de cercetare dispun de echipamente specifice care asigură desfășurarea corespunzătoare a activităților aplicative, practice.

c) Resurse financiare

Facultatea de Litere, din care urmează să facă parte programul de studii masterale *Managementul comunicării și noile media*, dispune de resursele financiare necesare pentru desfășurarea în condiții optime atât a activităților didactice, cât și a celor de cercetare, asigurând astfel realizarea obiectivelor programului de studiu propus. În afară de componenta de bază a finanțării de la buget, care se determină în funcție de numărul studenților din UTCN, există și componenta finanțării suplimentare prin taxe și proiecte instituționale.

Programul de studii universitare de master *Managementul comunicării și noile media* răspunde unei necesități reale generate de evoluția societății informaționale și de transformările profunde ale comunicării contemporane. Prin obiectivele sale, structura curriculară și orientarea spre competențe profesionale și de cercetare, programul contribuie la dezvoltarea resursei umane în domeniul *Științelor comunicării* și la consolidarea poziției Facultății de Litere în cadrul învățământului superior.

Având în vedere argumentele prezentate, se propune aprobarea înființării programului de studii universitare de master *Managementul comunicării și noile media*, în domeniul *Științe ale comunicării*, în cadrul Facultății de Litere, Universitatea Tehnică din Cluj Napoca.

Responsabili,

Lector univ. dr. Melinda Achim

Lector univ. dr. Claudiu Farcaș